

«L'industrie de la mode est un crime»



Pour Audrey Millet, il faut privilégier les matières naturelles comme le lin, le chanvre et la laine, qui se décomposent dans l'environnement. C'est mieux que le coton, qui a toujours été le produit de l'esclavage, et dont la plante est très fragile et difficile à travailler. © Derick McKinney/Unsplash

29.03.2021

La chercheuse et historienne de la mode Audrey Millet signe *Le livre noir de la mode*

STÉPHANIE FONTENOY

Habillement » De styliste, Audrey Millet est devenue historienne de la mode et chercheuse au Centre national de la recherche scientifique (CNRS). Après plus de quatre ans d'enquête, elle publie [Le livre noir de la mode](#), un ouvrage incendiaire sur les travers de l'industrie de l'habillement, qui agresse selon elle notre santé, les lois du travail et la planète.

Pour l'auteure, il faut revoir tout le système, depuis le champ de coton jusque dans notre placard.

Depuis un an, l'épidémie de Covid-19 bouleverse nos existences. Est-ce que la pandémie a aussi chamboulé nos habitudes vestimentaires?

Audrey Millet: Oui, les habitudes vestimentaires ont changé. Le vêtement domestique est en train de prendre le pas sur le vêtement urbain. Ce nouveau vêtement domestique a deux orientations: la recherche du confort tout en gardant une touche esthétique, car on s'est rendu compte qu'on a besoin de rester beau et digne pendant les confinements, pour notre bien-être corporel et mental. Les entreprises de fast-fashion l'ont compris et ont sorti à une vitesse hallucinante, au début du premier confinement, des vêtements qu'ils appellent comfy, une contraction de confortable en anglais. Ce sont des bases de joggings mais plus jolis. On a donc un vêtement entre deux, d'intérieur mais qui peut aussi se retrouver dans la rue.

Pensez-vous qu'à l'occasion de cette crise mondiale, le consommateur fait plus attention à la qualité des vêtements qu'il achète?



Les consommateurs font plus attention en journée. Ils peuvent par exemple acheter un vêtement vintage dans une boutique vintage, ce que je conseille pour aider nos commerces qui paient des loyers et des charges professionnelles très importantes. Cela n'empêche que le soir, surtout ceux qui sont confinés, se connectent à internet et ont accès à toutes sortes de ventes privées peu chères. Ce type d'achat relève de l'achat impulsif. Il y a comme une main invisible derrière nous qui nous pousse à acheter. Nous sommes manipulés par le marketing, les campagnes publicitaires, les images sur Instagram. Toutes ces images créent en nous des besoins qui font que l'on réfléchit moins à l'achat. On a vu par exemple de très longues queues devant les magasins Zara. Parmi les personnes qui font la queue, il y en a beaucoup qui ramènent des vêtements qu'elles ont achetés sur internet. Le problème est

que tous ces vêtements neufs ne sont pas remis en rayon. Ils sont détruits. La surconsommation n'a pas disparu avec la crise.

«Un acte d'achat éphémère fait-il partie du bonheur»

Audrey Millet

Votre livre est très critique contre l'industrie de l'habillement. Est-ce que vous iriez jusqu'à dire que se vêtir est devenu un crime contre l'humanité?

J'ai bien réfléchi à cette question, je suis allée voir les lois. Et j'en ai conclu que oui. Il y a un crime non seulement contre les populations des pays émergents mais aussi contre des populations des pays développés. Tout le monde, à un moment donné, est une victime de la mode. Que ce soit notre compte bancaire, notre fertilité potentiellement affectée à cause des fibres synthétiques et des métaux lourds contenus dans certains vêtements, victimes aussi ces jeunes adolescentes qui ont des problèmes avec leur corps. En ce moment, on parle beaucoup de grossophobie. Je pense que ce n'est qu'une partie du problème. De l'autre côté, il y a la «minçophilie» ou «l'anorexiephilie» qui font énormément de dégâts.

Vous dites que le calendrier saisonnier de la mode et les tendances qui sont renouvelées de plus en plus vite tuent la création. En quoi voyez-vous un appauvrissement de la création?

Aujourd'hui, partout dans le monde, on est capable de fabriquer une robe à partir d'un dessin ou d'une photo en 48 heures. Dans ces conditions, la création n'a plus le temps d'exister. On met tellement de pression sur les créateurs pour qu'ils trouvent une nouvelle idée géniale tous les lundis, qu'on se doute bien que cette idée ne peut pas l'être. Je considère que les derniers maîtres du style, qui ont véritablement redessiné une silhouette, c'était Yves Saint Laurent et Christian Dior. De nos jours, il n'y a plus de mode, il y a un tas de vêtements. On nous fait croire, grâce au marketing et grâce à la propagation des images, qu'il y a de la variété. Or, si on regarde une double page de magazine de mode, on se rend compte que toutes les marques représentées appartiennent à une seule multinationale. Par exemple LVMH. Cette concentration limite clairement la variété et les choix des produits et du style.

Vous ne faites pas de différences entre la fast-fashion, que vous appelez la «mode jetable», et le luxe?

A mon avis, la seule marque de luxe qui existe encore aujourd'hui, c'est Hermès, quand vous voyez des boutons en plastique sur des vêtements Chanel ou même des bijoux en plastique qui sont vendus plus de 1000 euros. Toutes ces lunettes de soleil ou ceintures de marque soi-disant de luxe, qui ne sont même plus pensées à la maison mère mais sont dessinées dans une société quelconque en Italie ! Karl Lagerfeld lui-même avait compris que la mode n'était plus qu'un business. Et qu'il fallait lui donner de l'aura, un peu comme les saints dans la religion. Aujourd'hui, c'est le produit qui est sacré.

Quels sont vos conseils pour s'habiller intelligemment et de manière responsable aujourd'hui ?

Je donnerais des conseils non seulement pour s'habiller mieux, mais pour vivre mieux. Premièrement, s'interroger sur le sens du bonheur. Est-ce qu'un acte d'achat éphémère en fait partie ? Deuxièmement, s'éduquer sur l'industrie de la mode comme on le fait pour notre alimentation. Troisièmement, réfléchir à deux fois lors de l'acte d'achat. Est-ce que ce vêtement est un doublon dans ma penderie ? Si oui, ce n'est pas la peine de l'acheter. Quatrièmement, privilégier les matières naturelles comme le lin, le chanvre et la laine, qui se décomposent dans l'environnement. C'est mieux que le coton, qui a toujours été le produit de l'esclavage, et dont la plante est très fragile et difficile à travailler. Enfin, je conseille d'acheter les vêtements en silhouette, en choisissant ensemble le bas et le haut. Parce que quand vous mettez le bas, vous savez que vous avez un haut qui va avec, et vous le mettez. L'une des pièces ne se balade pas toute seule dans votre placard. C'est un peu uniforme j'en conviens, mais si l'ensemble vous ressemble, vous avez gagné.

LA FACE IMMONDE DE LA MODE

Le livre noir de la mode porte bien son nom. Fruit de plusieurs années de recherches, cet ouvrage à charge dresse un portrait très sombre d'un secteur aussi désirable que dangereux. Du champ de coton en passant par les ouvriers des ports, jusqu'à la vendeuse de H & M et au mannequin filiforme sur les publicités géantes, l'auteure décrit un système planétaire malade de ses vêtements. «La mode renforce le racisme, le sexisme, les stéréotypes de genre, le jeunisme, les relations de classes et de pouvoir inégales. Elle exploite jusqu'à la mort les ouvriers appauvris et manipule les consommateurs. Ses valeurs, la richesse et la cupidité, favorisent l'insécurité corporelle et l'insatisfaction.» Malheureusement, il n'existe pas encore de remède contre ces maux. La tendance pour les articles recyclés et les matières biologiques est encore trop marginale pour faire contrepoids. C'est tout le système, au niveau mondial et individuel, qu'il faudrait changer, plaide Audrey Millet. **SF**