



## Mode : « Il faudrait acheter moins pour acheter mieux »

La journaliste américaine Dana Thomas a enquêté sur les dérives de la mode rapide dans son livre « Fashionopolis » (1). Elle dénonce le manque de réglementations dans ce secteur face à des conditions de travail indignes.

- Recueilli par Camille Richir,
- le 06/12/2020 à 12:33



Depuis plusieurs années, acheter des vêtements peu chers est devenu la norme.

## **La Croix : Cela fait près de vingt ans que l'on connaît les dérives de la mode rapide : peut-on encore être surpris ?**

**Dana Thomas :** J'ai visité beaucoup d'usines de vêtements dans ma carrière et pour l'écriture de mon livre. Parmi elles, certaines employaient des enfants. Mais rien n'aurait pu me préparer aux ateliers de misère que j'ai vus au Bangladesh, où des jeans étaient confectionnés.

Les employés étaient extrêmement minces, épuisés, le regard vide, travaillaient dans un bruit assourdissant. Ils étaient traités comme des esclaves. Pourtant, les pantalons qu'ils confectionnaient étaient à destination de grandes marques.

## **Quelles solutions peuvent apporter les entreprises et des gouvernements ?**

**D. T. :** Il y a un besoin fort de réglementation dans ce secteur. La vente de vêtements représente un secteur massif mais il reste largement incontrôlé. Les entreprises devraient être obligées de rendre des comptes. En Angleterre, en Europe ou au niveau de l'ONU, il y a un mouvement pour obliger les entreprises à mieux contrôler leurs chaînes de production, sous peine de ne pas être autorisées à importer. Je trouve ça formidable.

En parallèle, les entreprises développent de nouvelles technologies. Elles permettent de rendre la production de jeans plus propre, moins gourmande en produits chimiques et de créer des emplois mieux payés.

Cela permet de développer des usines plus sûres, plus propres, de meilleures conditions de travail et aussi de renforcer les compétences des travailleurs dans les pays où elles se trouvent. Pour moi, c'est une grande avancée, il faut que les entreprises investissent réellement dans ces usines à l'étranger.

## **Comment les consommateurs peuvent-ils aussi jouer un rôle ?**

**D. T. :** Il faut faire attention au greenwashing (*procédé marketing consistant à présenter ses produits ou son entreprise plus écologiques qu'ils ne le sont réellement, NDLR*). De nombreuses marques le pratiquent et c'est un véritable problème.

À partir du moment où le modèle économique d'une entreprise de vêtements est basé sur la vente de gros volumes, que les magasins sont énormes et multiplient les séries, ces marques ne sont pas écologiques. Et peu importe le nombre de « collections vertes » qu'ils mettent en avant : ils surconsomment à tous les niveaux et poussent toujours les consommateurs à faire de même.

Cela dit, il y a des gestes simples, comme laver moins souvent ses vêtements. Plutôt que d'acheter dix tee-shirts pour 10 €, il est préférable d'en acheter un seul qui sera plus cher, mais en coton biologique et durera une décennie. L'industrie de la « fast-fashion » nous a conditionnés à penser que les vêtements devaient être bon marché, ce qui est faux.

La part du revenu que nous y consacrons a largement baissé depuis les années 1960, alors que nous achetons toujours plus de vêtements. Il faudrait acheter moins pour acheter mieux. Et cela concerne en particulier les jeans : à l'origine, il s'agissait d'un habit conçu pour durer le plus longtemps possible. Il est ironique qu'il soit devenu l'un des vêtements les plus consommés aujourd'hui et de ce fait les plus polluants dans le monde.

(1) Fashionopolis. Le vrai prix de la mode et ce qui peut la sauver, Dana Thomas, De Boeck Supérieur, 2020, 19,90 €.