

La mode durable, une opportunité pour le Made in France

Dans un rapport sur la mode durable remis au gouvernement, le Comité Stratégique de Filière « Mode et Luxe » veut favoriser des relocalisations. L'objectif est que le « Fabriqué en France » représente 25 % de la consommation de textile, et de chaussure à terme, selon ce rapport. Les consommateurs se disent prêts à payer plus cher pour des marques engagées et responsables



Il y a une demande des marques et des enseignes à retrouver de l'agilité dans leur approvisionnement. (Roxana Jifcovici/Shutterstock)

Par **Dominique Chapuis**

Publié le 22 janv. 2021 à 8:45

Avoir une mode plus durable peut passer par une fabrication française. C'est l'une des conclusions du rapport remis à la ministre de la Transition écologique et à celle de l'Industrie par Guillaume de Seynes, le président du comité stratégique de filière « Mode et Luxe ». « *L'ambition est de doubler à terme la part du 'Fabriqué en France' dans la consommation de textile, linge de maison et chaussures, pour atteindre 25 % des produits achetés* », indique ce dernier. Aujourd'hui, 87 % de ces articles sont importés.

Le prix, un frein

Le prix est le principal frein à une relocalisation de la production. Et ce comparé à la Chine, mais aussi à des concurrents directs, comme l'Italie et le Portugal. En ces temps de crise, alors que beaucoup de Français ont du mal à boucler les fins de mois, difficile à faire accepter. « *Selon un sondage, seuls 38 % des Français se déclarent prêts à payer plus cher un vêtement fabriqué en France* », indique l'étude. En revanche, la jeune génération en tête, ils sont de plus en plus nombreux à être sensibles à la démarche responsable des marques. Et à mettre la main au porte-monnaie pour les soutenir. « *Les deux tiers des clients seraient prêts à être davantage fidèles à une marque engagée pour un futur meilleur, souligne le rapport, en particulier les 35-44 ans résidant dans les métropoles.* » A condition toutefois de ne pas aller au-delà de 10 % d'augmentation.

Ne pas détruire les invendus

Il s'agit donc d'une opportunité à saisir pour les entreprises. Ce thème de la responsabilité étant plus porteur que le seul made in France. « *Il y a une tendance de fond. Les consommateurs veulent des produits plus responsables et durables* », souligne Céline Choain, consultante chez [Kea & Partners](#), un des auteurs du rapport. De plus, le Fabriquer France répond à la fois aux exigences RSE et de traçabilité. Avec, en plus, un très bon bilan carbone.

Le contexte réglementaire pousse aussi dans ce sens. La loi sur l'économie circulaire votée en février dernier interdit la destruction des invendus, à partir de 2022, pour [le textile](#) et les [chaussures](#). Alors que jusque-là, certaines brûlaient les surplus. Ce qui va les conduire à réduire leurs volumes de commandes. « *Il y a une demande des marques et des enseignes de retrouver de l'agilité dans leur approvisionnement. Elles sont allées trop loin, avec des circuits longs, depuis l'Asie, qui les obligent à s'engager des mois à l'avance sans visibilité sur les bons produits*, reprend Céline Choain. *Elles veulent trouver des points d'appui dans des bassins de proximité pour être plus réactives.* »

Agilité et proximité

La pandémie a démontré les dangers d'un approvisionnement lointain en cas de crise. Quand la Chine a fermé ses usines, alors que l'Europe n'était pas encore touchée par le coronavirus, les chaînes d'habillement ont eu peur d'avoir des ruptures dans leur chaîne logistique. Une preuve aussi de la nécessité de diversifier ses fournisseurs, en jouant la carte du local.

Selon l'étude, en prenant en compte l'ensemble des coûts, ceux des invendus, des stocks et des démarques, au final, l'écart avec l'Asie se réduit. Même si la zone reste grande gagnante en termes de compétitivité. Plus que la confection, où le coût de la main-d'œuvre est important, avec des ateliers tricolores qui travaillent surtout pour le luxe, les auteurs estiment que cette relocalisation pourrait d'abord concerner les fabricants de

tissus. Des entreprises où une automatisation est plus facile. Mais elles auront besoin d'un coup de pouce. « *Il y a un besoin d'investissement dans de nouveaux outils, comme les filatures, le tissage et le tricotage* », souligne notamment le rapport.

Les pays du bassin Méditerranéen comme la Tunisie et le Maroc, qui ont un savoir-faire dans le textile, pourraient aussi en profiter.