

La chaîne de «fast fashion» Primark promet des vêtements moins polluants d'ici 2030

Par Le Figaro avec AFP
Publié le 16 septembre 2021

Les revenus de Primark ont atteint 1,6 milliard de livres au troisième trimestre décalé. *ANDY BUCHANAN / AFP*

L'enseigne s'engage à «réduire de moitié des émissions de carbone dans l'ensemble de la chaîne de valeur» d'ici neuf ans.

Face aux critiques de plus en plus vives visant le secteur textile pour la pollution qu'il génère, la chaîne d'habillement à bas prix Primark promet de fabriquer des vêtements plus durables d'ici 2030. L'enseigne fait partie de celles qualifiées de «*fast fashion*» (ou mode jetable). Un mode de consommation qui ne répond plus aux exigences actuelles d'un nombre croissant de consommateurs.

Les critiques ne portent pas seulement sur l'impact environnemental. Côté social, le secteur de l'habillement a vu son image ternie par le drame de l'effondrement en avril 2013 du Rana Plaza, un atelier de confection à Dacca (Bangladesh), ou par les rapports sur l'utilisation par certaines marques de coton issu du travail forcé des Ouïghours en Chine.

Conscient de la nécessité de s'adapter à cette nouvelle donne, Primark s'engage à «*fabriquer tous les vêtements à partir de matériaux recyclés ou issus de sources plus durables*» ou encore à «*réduire de moitié des émissions de carbone dans l'ensemble de la chaîne de valeur*». Les vêtements qu'elle vendra devront en outre être conçus dès l'origine pour avoir une durée de vie plus longue d'ici 2025 et pour pouvoir être recyclés d'ici 2027, poursuit le communiqué.

Augmentation modeste des coûts

Les engagements portent aussi sur les rémunérations des ouvriers textiles dans un secteur souvent accusé de faire travailler ses employés pour des émoluments ne permettant pas de vivre décemment et parfois dans des conditions sanitaires insuffisantes. Primark affirme ainsi que tous les travailleurs de sa chaîne d'approvisionnement mondiale devront bénéficier d'un salaire décent d'ici 2030.

Cette stratégie *«n'entraînera qu'une augmentation modeste des coûts»* pour l'entreprise d'ici 2030, estime sa maison mère, ajoutant qu'il s'agit d'une *«opportunité pour stimuler la croissance des ventes»*. *«Notre ambition est de proposer aux consommateurs des prix abordables pour lesquels ils nous connaissent et nous apprécient, mais avec des produits fabriqués d'une meilleure façon pour la planète et ceux qui les font»*, a fait valoir le PDG de Primark, Paul Marchant, dans un autre communiqué.

Les confinements ont pesé lourd sur l'enseigne de prêt-à-porter, qui avait notamment fermé l'ensemble de ses 189 magasins au Royaume-Uni en mars 2020 et dont les ventes avaient plongé de 30% au cours des quatre derniers mois de l'année.

Mais ses revenus ont rebondi cette année grâce à la réouverture de tous ses magasins, pour atteindre 1,6 milliard de livres lors de son troisième trimestre décalé s'achevant au 19 juin 2021, contre 600 millions de livres un an plus tôt, avait annoncé le groupe début juillet.