

I ♥ EARTH

PRODUITS

TOXIQUES

LUXE

JEANS

**DOSSIER
SPÉCIAL
MODE**

MODE ETHIQUE

R
E
C
Y
C
L
A
G
E

MARS 2013

Le monde textile donne du fil à retordre...

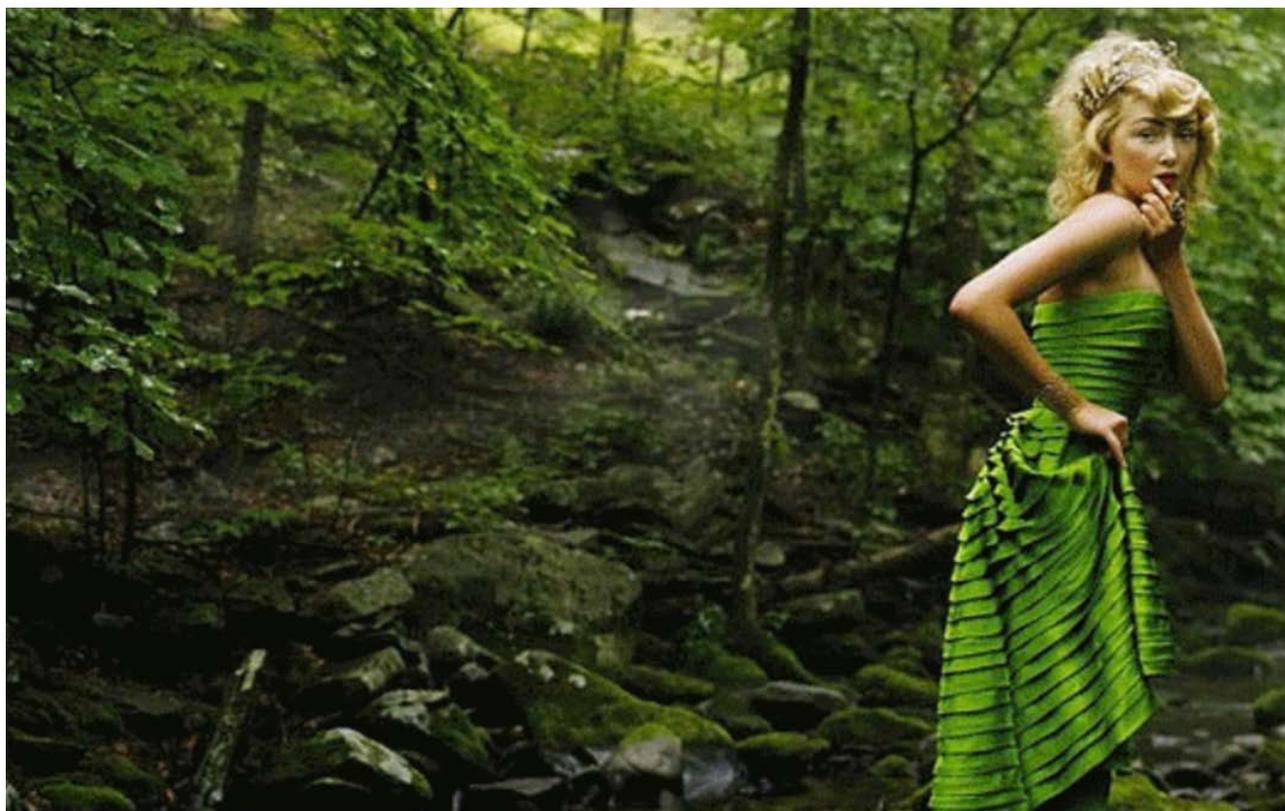
Et si le textile n'était pas aussi sain qu'il n'y paraît ? De la fabrication du tissu, jusqu'à son utilisation en prêt-à-porter, le milieu du textile nous cache bien des choses qui peuvent nous faire changer de point de vue à son sujet...

Là est le but de ce journal : montrer toutes les facettes de vos vêtements et pas seulement la partie que l'on montre à ses amis, dénoncer des pratiques inconcevables, citer des exemples de changement et d'adaptation dans une logique écologique et durable, montrer en quoi les fondamentaux comme la mode ne sont pas négligés et restent des références... La vérité ! Toute la vérité, en montrant les aspects positifs comme négatifs, sera exprimée à travers plusieurs articles. Un des problèmes majeurs de la société actuelle est de voiler la vérité sur des faits ! Nous tenons à changer cela en n'hésitant pas à dire que des grandes marques sont des pollueurs ! Nous n'hésitons pas à dénoncer des traitements qui tuent des personnes ! Mais nous n'hésitons pas non plus à dire qu'allier mode et développement durable n'est pas une chose aisée bien que possible ! Nous en profitons pour rappeler que des mesures sont déjà prises pour faire du textile un monde plus écologique ! C'est ainsi que les mauvaises langues apprendront que le luxe s'inscrit dans une logique de développement durable ! Bien sûr, tout n'est pas parfait et beaucoup de progrès sont encore à faire, mais ce secteur a conscience de son statut d'exemple et tient à montrer qu'il peut être le bon fil conducteur à suivre. D'autres sujets en rapport seront traités également ! Enfin, il sera plus reposant de finir avec des sujets plus relaxants comme comment adopter la « slow attitude » peut être bénéfique ; et que le textile n'est pas le seul domaine à subir des exigences écologiques !

Alors Mesdames, Messieurs, bonne lecture et bonne découverte de la face cachée de ce que vous portez...

Pierre LEONARD





- 2 Editorial par Pierre Léonard.
- 4 FASHION DURABILITY
Le luxe est-il compatible avec le développement durable ?
La mode éthique, nouvelle tendance ?
- 7 LES DESSOUS TOXIQUES DE LA MODE
Zara épinglé par Greenpeace !
Il est mortel ce jean !
- 9 POLLUER POUR S'HABILLER
Ouvrons les yeux sur le Bangladesh...
Citarum : aux couleurs de l'indigo, un fleuve qui porte bien son nom
- 11 MATIERES, MAIS QUE CHOISIR ?
Le coton OGM, IN ou OUT ?
La société face au textile biologique et écologique
Environnement vs Plastiques : Un arrangement à l'amiable, les polymères biodégradables
- 14 PRENDRE SOIN DE NOUS ET DE NOTRE PLANETE
MODE : La révolution passe par le pantalon
Slow Attitude
- 16 CE QUE VOUS VOYEZ MAIS QUE VOUS NE SAVEZ PAS
L'affichage environnemental, fiable ?
Stop au green-washing !
- 18 Articles

GREEN IS THE NEW BLACK

Le luxe est-il compatible avec le développement durable?



C'est lors du salon 1,618 qui se tiendra le 22 mars prochain à Paris que l'on mettra à l'honneur les marques de luxe qui ont décidé d'agir selon les principes du développement durable. Mais le luxe et le développement durable sont-ils réellement compatibles ? Ou s'agit-il juste d'une alliance issue d'un « effet de mode » ?

Le luxe synonyme de la démesure, du plaisir, de la rareté peut paraître aux antipodes du développement durable synonyme de la sobriété, de la consommation raisonnable et responsable. De plus, le luxe serait responsable des inégalités sociales or le développement durable tend vers l'équité sociale.

Paradoxalement, le luxe est le secteur qui se rapproche le plus des principes du développement durable. Voilà un argument qui vous permettra d'allier votre fibre écologique et votre goût du luxe !

En effet, le luxe est caractérisé par des savoir-faire ancestraux, par l'utilisation de produits rares, authentiques et de qualité donc le luxe doit préserver ses ressources. De plus, les produits de luxe, par leur prix, limite la consommation de masse et le gaspillage car ces produits ont une durée de vie ou d'utilisation très importante. A ce sujet, Sylvie Bernard, directrice du développement durable chez LVMH* dit « Mieux vaut un tailleur Chanel qui dure 20 ans que 20 tailleurs à bas prix qui durent un an chacun ». Le luxe prend conscience du développement durable (dans ses techniques de fabrication, ses actions et ses opérations de sensibilisation) mais n'en fait pas « un objet de communication ».

En effet, le luxe reflète la richesse et non la prise de conscience des problèmes environnementaux. De plus, le luxe a tout intérêt à prendre en compte les enjeux environnementaux car c'est aujourd'hui un sujet d'actualité dont tout le monde prend conscience. Ainsi le luxe aussi, doit s'adapter à un « monde meilleur ».

*Sac Bayswater
en cuir végétal
Mulberry*



*Nouvelle ligne de sacs Gucci en cuir
brésilien certifiée zéro déforestation*



Quelques grands noms du luxe ont intégré les principes du développement durable dans leur entreprise comme Hugo Boss qui, à chaque flacon de parfum vendu, s'engage à planter un arbre dans la forêt amazonienne du Pérou ou encore LVMH qui intègre de nouveaux matériaux recyclés.

Mais pourquoi le secteur du luxe est-il tout particulièrement touché par le développement durable ? Car le luxe a un poids important dans la société actuelle, c'est le luxe qui donne les codes à suivre : c'est un « vecteur de tendance ».

Les talons des chaussures Eco Pump du designer Sergio Rossi sont faits de bioplastique.



Cependant, WWF reproche au luxe d'être trop lent à reconnaître leurs responsabilités et leurs possibilités d'actions en matière de réchauffement climatique et de commerce éthique mais le luxe ne peut pas se plier à toutes les exigences environnementales car le luxe doit avoir une image irréprochable. Le problème avec les fibres écologiques est que leur production est très irrégulière et pas suffisante. Prenons comme exemple la marque Lacoste, leurs produits sont d'une très grande qualité avec une sélection des meilleurs coton ainsi Lacoste ne peut pas se permettre de remplacer ses fibres par des fibres de coton bio.

Ainsi le luxe et le développement durable, loin d'être aux antipodes l'un de l'autre, ont une essence commune et peuvent cohabiter ensemble.

A.POHIER



LVMH : Leader mondial des produits de haute qualité, LVMH Moët Hennessy - Louis Vuitton dispose d'un portefeuille unique de plus de 60 marques prestigieuses. Le Groupe est présent dans cinq secteurs d'activités : vins, spiritueux, mode, maroquinerie, parfums, cosmétiques, montres, joaillerie, distribution sélective.

La mode éthique : nouvelle tendance ?

La mode éthique a plusieurs buts : elle permet d'étendre le développement durable par le biais de la mode, de sensibiliser les entreprises textiles au développement durable et elle se soucie des hommes et de l'environnement. La mode éthique est établie sur plusieurs principes : utilisation de matériaux écologiques, de matières premières biologiques, recyclage, production locale, commerce équitable, durabilité artisanale.



De ce fait, elle expérimente des procédés, comme un tissu réversible aux côtés de couleurs différentes, teint en une seule fois. C'est à la fois écologique, et économique. Cependant, la mode éthique peine à émerger : en cause, le manque de publicités, de distributions, d'informations et même si les acheteurs sont réceptifs à la mode éthique, ils achètent parce que ça leur plaît et non parce que c'est éthique ; cependant ils se préoccupent de plus en plus de savoir d'où vient le vêtement, des matières utilisées...

Depuis la création en 2004 du Ethical Fashion Show (Salon de la mode éthique et responsable), davantage de personnes veulent acheter des vêtements éthiques et pour suivre cette tendance, les géants de la distribution (H&M, Kookaï...) s'intéressent à ce mouvement de fond et commencent à proposer des gammes de vêtements éthiques.

H.MIGNOT

the Garden
COLLECTION
by H&M is made with
environmentally
ADAPTED materials like
recycled polyester,
organic cotton
and organic linen. By **CHOOSING**
these *garments* you contribute
to a more *sustainable* world.



Zara épingle par Greenpeace !



Le 20 novembre 2012, l'ONG Greenpeace publie un rapport tonitruant sur « Les dessous toxiques de la mode », dans lequel il apparaît qu'une vingtaine de grandes marques, dont Zara, utilisent des produits toxiques pour l'homme et pour l'environnement dans leur chaîne de production. Les substances chimiques incriminées sont les colorants azoïques (cancérogènes), les phtalates et les éthoxylates de nonylphénol (perturbateurs endocriniens).

Après la découverte de colorants cancérogènes dans quelques produits Zara, la marque espagnole devient la cible privilégiée de l'ONG du fait de sa place de premier vendeur de prêt-à-porter en France, qui, d'après l'ONG, « devrait montrer l'exemple et entraîner les autres marques dans son sillage en commercialisant des produits garantis sans substances dangereuses ».

La réponse du groupe Inditex (dont fait partie Zara) est jugée insuffisante par Greenpeace, qui exige un réel engagement de sa part. Des manifestations, sont ainsi organisées partout dans le monde pour dénoncer le manque d'actions concrètes du groupe pour diminuer l'utilisation de ces substances.

Enfin, Inditex s'est engagé à prendre certaines mesures, comme exclure les produits chimiques dangereux de leur chaîne de production d'ici 2020, en commençant par supprimer les colorants azoïques et les perfluorochlorures, et en exigeant de ses fournisseurs un rapport détaillé concernant la pollution de l'eau.

C.MASSARELLI



Faux défilés où les « mannequins » portent des masques de protection contre les produits chimiques.

Il est mortel ce jean !



Le sablage est un procédé abrasif permettant de donner un aspect usé et blanchi à un jean. Ce procédé envoie du sable à très haute pression à l'aide d'un « canon » sur la surface du jean. Néanmoins, le procédé a été dénigré suite à de nombreux cas de maladies pulmonaires comme la silicose et ayant dans certains cas entraîné la mort comme en Turquie où 47 ouvriers ont trouvé la mort et 5 000 autres sont touchés par la silicose, ce qui représente la moitié de la main d'œuvre du secteur.

Pour dénoncer ces risques, le collectif Éthique sur l'étiquette et son réseau européen Clean Clothes Campaign ont ensablé à Paris le 2 mars 2011 un ouvrier sableur de jeans, acte symbolique lançant leur campagne dont les enjeux sont de plaider auprès des enseignes pour éviter d'avoir recours au sablage, et de faire comprendre aux consommateurs que des personnes meurent en réalisant leurs jeans. De grandes enseignes comme H&M, Levis ont immédiatement rallié leur cause.

Ces enseignes doivent alors trouver des alternatives saines au sablage des jeans, comme le délavage à la pierre ou encore le ponçage qui se révèlent pour l'instant moins précis que le sablage mortel.

M.DESCHODT



Ouvrons les yeux sur le Bangladesh...



Une usine textile au Bangladesh après un incendie

Le secteur textile représente 13% du PIB du Bangladesh qui ne possède aucune ressource naturelle hormis sa population qui est la plus dense du monde. Les grandes marques ont bien compris les avantages des faibles coûts, de la main-d'œuvre massive, et de l'investissement minimal en s'y installant depuis les années 70. Ce développement a permis une certaine émancipation des femmes qui participent aujourd'hui, aux lourdes charges familiales.

Cependant, le salaire, qui est le plus bas de la région (1662 takas, 17euros), bien plus bas encore que le revenu minimum vital estimé par Asia Floor wage (10000 takas, 144euros), l'absence d'infrastructure de qualité et l'exploitation que subissent les ouvrières conduisent régulièrement à des accidents comme des incendies et de nombreux morts.

Ces conditions de travail finissent par écoeurer les ouvriers qui se révoltent de plus en plus souvent. Les émeutes sont fortement réprimées sous la pression du patronat par un gouvernement corrompu. Le gouvernement autoritaire en place empêche la formation de syndicats et d'organismes de défense des droits indépendants alors que les pays occidentaux ne veulent pas s'impliquer par peur de perdre les avantages mis en place comme un meilleur pouvoir d'achat pour la population occidentale ou des enseignes plus compétitives.

V.MENEC



Citarum: aux couleurs de l'indigo, un fleuve qui porte bien son nom.*



Le Citarum, en Indonésie, a été déclaré en 2009 le fleuve le plus pollué du monde par le Programme des Nations Unies pour l'Environnement. En effet Majalaya, berceau de l'industrie textile en Indonésie, abrite près de 170 usines qui déversent leurs déchets dans les affluents du fleuve.

Ce déversement de déchets a un impact sanitaire sur les populations environnantes, qui utilisent cette eau pour leurs besoins quotidiens. La pollution du fleuve est due aux teintures dans les usines : « La couleur change toutes les deux heures. Et l'impact est direct sur la qualité du riz ». Cette pollution a également des conséquences directes sur la production de riz.

Après un comportement irresponsable des autorités face à tous ces problèmes, le gouvernement a finalement décidé de faire de la dépollution du fleuve Citarum une de ses priorités nationales en lançant un immense chantier de réhabilitation sur 15 ans. En espérant que d'ici là il ne soit pas trop tard...

N.JURAD



Citarum signifie en langue soudanaise : « Rivière de l'indigo ».

Le coton OGM, *IN* ou *OUT* ?

IN :



Suite à l'introduction massive en Chine en 1997, d'une variété de coton génétiquement résistante uniquement aux chenilles qui dévoraient leurs feuilles, on a constaté une augmentation des coccinelles chinoises mais aussi une régulation biologique bénéfique aux cultures non OGM voisines.

La toxine BT présente dans le coton ne s'attaque qu'aux larves de papillons, contrairement aux pesticides dont le but est de tout exterminer sur leur passage. Les pucerons ne se nourrissent que de la sève qui ne contient pas la toxine, donc les coccinelles qui ensuite en font leur festin, ne sont pas décimées.

Ainsi, l'usage du coton OGM permet de réduire l'utilisation des insecticides chimiques, donc de préserver la biodiversité.

OUT :



Greenpeace est opposée aux OGM car c'est une source de pollution génétique, une menace pour la biodiversité, mais ça contamine aussi les filières agricoles traditionnelles et biologiques.

Cependant, Greenpeace n'est pas opposée à la recherche en milieu confinée car l'ONG est pour la recherche et le progrès qui respectent l'environnement.

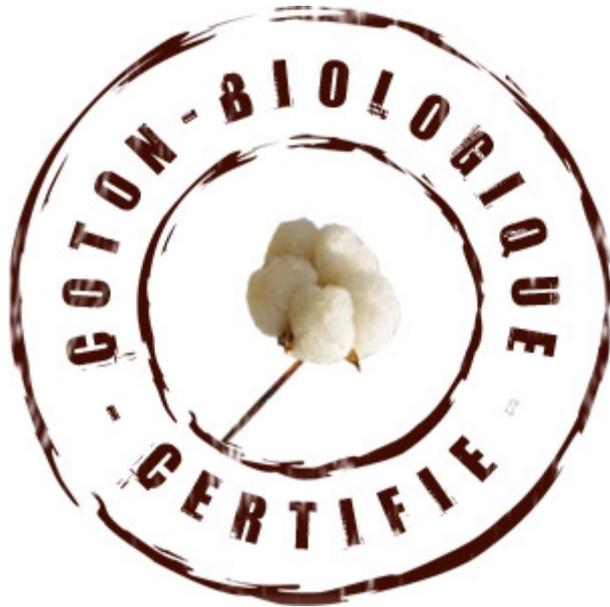
Les grandes multinationales présentent les OGM comme une solution, mais les OGM n'ont pas un rendement supérieur aux autres espèces non OGM.

Finalement, les OGM assoient le pouvoir d'une infime minorité sur le reste de l'humanité.

N.TUERGEN

La société face au textile biologique et écologique

Aujourd'hui, les aspects écologiques et biologiques sont devenus de véritables enjeux dans le domaine du textile. En effet, la pollution a été et est présente, notamment dans les eaux en contact avec des produits textiles. Suite à quoi, les entreprises et les acteurs majeurs dans le monde du textile ont décidé de changer les choses en développant des produits biologiques et économiques.



Ainsi, le marché du coton biologique, s'est bien développé avec une hausse de 35% en 2009 par exemple. La crise économique n'a pas eu d'impact sur ce marché qui ne cesse de progresser puisque l'on peut trouver des produits biologiques dans beaucoup de grands groupes. Forcément, lorsqu'un tel marché explose, des labels et des certifications sont mis en place. Il existe une liste conséquente mais non exhaustive de labels comme Ecocert ou EcoLabel.

Mais malgré tout, ces discours très optimistes oublient un élément important : la part de textile ré-employable diminue considérablement (environ 40%) quand celles concernant le textile recyclé et le textile incinéré ou enfoui progressent. Et cela coûte aux opérateurs de tri. Il faudrait donc trouver une solution qui allie écologie et économie.

P.LEONARD

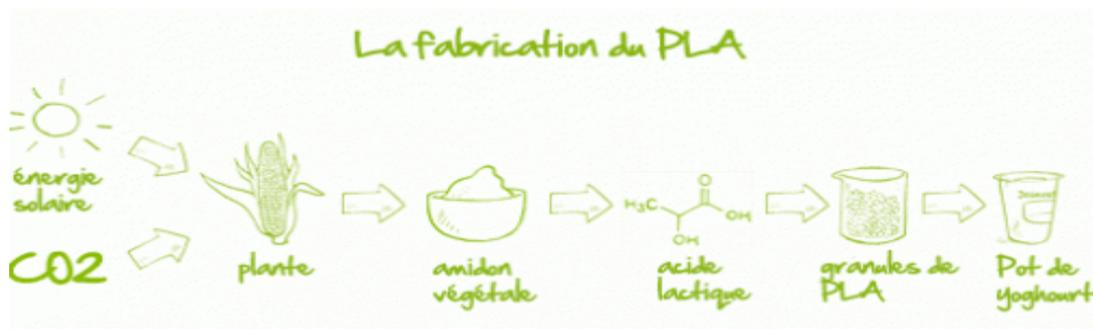
Environnement vs Plastiques :

Un arrangement à l'amiable, les polymères biodégradables.

Les matériaux plastiques ont des domaines d'application tellement diversifiés qu'il est désormais inconcevable de les écarter de notre quotidien, cependant leur hégémonie est remise en cause par la hausse du prix du pétrole ainsi que leur accumulation dans la nature qui menace l'environnement.



Les polymères biodégradables semblent donc être une alternative viable qui permettrait de valoriser des molécules naturelles tel l'amidon et n'aurait pas d'impact écologique néfaste. En effet, ces polymères peuvent être soit des macromolécules améliorées, soit résulter de fermentation bactérienne. Par exemple, l'amidon extrait du maïs est le principal constituant des nouveaux sacs plastiques et les polyesters aliphatiques biodégradables (PHA), sont utilisés dans les gobelets pour boisson chaude. Mais c'est l'acide polylactique (PLA), qui est le plus utilisé actuellement pour les emballages et le domaine textile, cependant il n'est pas biodégradable mais uniquement compostable.



Malgré un fort engouement pour les bioplastiques, le marché peine à se développer du fait du prix de revient élevé des biopolymères et du manque de législation internationale. De plus, certains y voient un prétexte pour la réhabilitation des sacs plastiques en masse et d'autres sceptiques crient au gaspillage de potentielles sources de denrées alimentaires dans un contexte d'augmentation croissante de la faim dans le monde.

MODE : La révolution passe par le pantalon

La mode n'est pas morte. Bien au contraire, avec les problèmes de pollution et l'expansion du développement durable, ce dernier la sert de plus en plus.

L'exemple avec la marque berlinoise Schmidttakahashi qui récupère de vieux vêtements pour en créer de nouveaux (voir ci-contre). Ici, l'art est au service du développement durable, et inversement.

Et, dans un monde où l'on a tendance à vite oublier, ces créations sont là pour nous conter une histoire, celle de notre inconscience vis-à-vis de notre comportement envers la planète.

Comme le style « rétro » est une nouvelle mode qui se met en place, les gens sont prêts à payer cher pour cela. Mais il s'agit aussi d'une mode accessible à tous car de nombreuses personnes récupèrent de vieux vêtements pour les ré-exploiter et en créer de nouveaux suivant leurs envies.



Mais de grandes marques s'y mettent aussi, avec l'exemple de H&M qui a décidé de créer une boucle fermée pour ses vêtements en récupérant les usagés afin de limiter leurs impacts sur l'environnement.

Quand l'art, qui est au service de l'esprit, peut aussi servir le recyclage et sauver la planète, pourquoi ne pas simplement en abuser ?

R.BOUCHACOURT

Slow Attitude



Depuis deux décennies, les mouvements et groupes à la gloire de la décélération essaient. Tous nous invitent à remettre nos pendules à l'heure du temps compté, à réécouter le tic-tac de nos horloges biologiques, à retrouver le rythme de nos besoins physiologiques. ..

Lançant le nouveau concept de la Slow Attitude, qui n'est en aucun cas en contradiction avec le rythme de vie accéléré du XXI^e siècle et dont une sieste quotidienne est la meilleure preuve car elle reste un outil merveilleux pour préserver son énergie. Il faut donc éviter les réflexes stressants qui nous causent que de l'inquiétude dès le début de la journée en comptant chaque seconde qui s'écoule, profiter du peu du temps libre qu'on a pour prendre une pause.

Ce mouvement était né à Rome en 1986 par des amateurs du plaisir de manger et de l'éducation du goût en mangeant slow c.à.d. prendre son temps pour cuisiner et pour manger des produits cultivés soi-même. C'est une tendance qui incite à prendre du recul par rapport à notre vie surtout pendant les vacances pour redécouvrir des joies simples qui nous apportent de la vraie satisfaction, un état de bien-être, nous permettant ainsi d'avoir une vie meilleure.

A.DJELASSI

L'affichage environnemental, fiable ?

L'affichage environnemental des produits de grande consommation est une démarche engagée dans le cadre du Grenelle de l'environnement afin de sensibiliser les consommateurs aux impacts environnementaux des produits.

L'affichage concerne les impacts environnementaux générés par un produit tout au long de son cycle de vie et se trouve directement sur celui-ci ou sur son emballage.



L'affichage environnemental peut contribuer à améliorer l'image d'un produit. Ainsi, pour que les informations soient fiables, les indicateurs doivent être associés aux mêmes catégories de produits en utilisant un référentiel et des modes de calculs identiques.

Par contre, il faut parfois se méfier des qualificatifs comme « bio », « naturel » ou « recyclable » car ils sont parfois infondés et incarnent des concepts imprécis et non vérifiables.

Pour éviter ces abus, le consommateur doit être averti de ce qu'englobent les différents labels et de l'affichage environnemental.

Par exemple, le logo éco-emballage signale que celui qui a mis le produit sur le marché paie une contribution financière à l'éco-organisme chargé de la collecte du tri et du recyclage des déchets, et non pas que le produit est recyclable et recyclé comme le pense la plupart des consommateurs.



Stop au green-washing !



« Parlons peu mais parlons bien ! »

Voilà ce que devrait nous inspirer le terme « **écologie** », un mot qui, aujourd'hui, permet surtout de se sentir « in » car être écologique, c'est être à la mode (ou du moins c'est l'impression que l'on en a).

En effet, beaucoup d'industries et de marques se prétendent écologiques ou agissent de la sorte car c'est un moyen de s'attirer la sympathie du consommateur.

Il est vrai qu'avec les problématiques de réchauffement climatique qui rythment maintenant notre quotidien depuis quelques années, se prétendre écologique c'est montrer que l'on est actif.

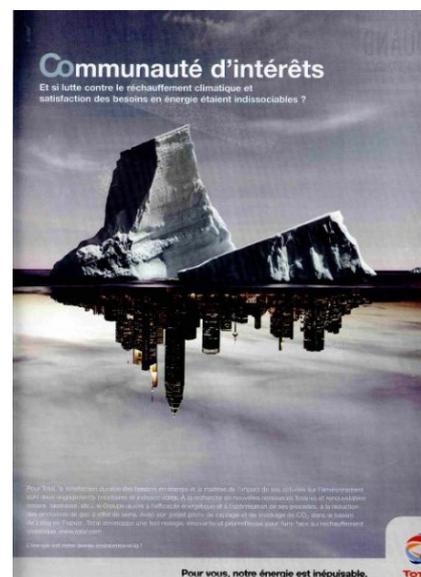
Donc, oui, beaucoup d'industries et de marques abusent de ce terme alors qu'elles ne le sont en rien : c'est ce que l'on appelle faire du « green-washing » : donner l'illusion d'être écologique sans l'être réellement.

L'autorité de la régulation professionnelle de la publicité a commencé à lutter contre ce phénomène et il semblerait que ses investigations à l'encontre des tricheurs aient porté leurs fruits car le phénomène semble en recul d'une année sur l'autre.

Pour conclure, l'écologie doit continuer à se définir comme une succession d'actes et non pas comme une collection de beaux discours, le consommateur restant le principal contrôleur et acteur dans ce domaine.

R. BOUCHACOURT

Exemple de green-washing



FASHION DURABILITY :

- « Le luxe est-il compatible avec le développement durable ? » - Luxe durable – A.POHER
- « La mode éthique, nouvelle tendance ? » - Mode éthique – H.MIGNOT

LES DESSOUS TOXIQUES DE LA MODE :

- « Zara épinglé par Greenpeace ! » - Zara / Greenpeace et les produits toxiques – C.MASSARELLI
- « Il est mortel ce jean ! » - Sablage des jeans – M.DESCHODT

POLLUER POUR S'HABILLER :

- « Ouvrons les yeux sur le Bangladesh... » - Bangladesh et conditions de vie des travailleurs du textile – V.MENEC
- « Citarum : aux couleurs de l'indigo, un fleuve qui porte bien son nom » - Fleuves pollués – N.JURAD

MATIERES, MAIS QUE CHOISIR ? :

- « Le coton OGM, IN ou OUT ? » - OGM / Coton – N.TUERGEN
- « La société face au textile biologique et écologique » - Coton bio / organique – P.LEONARD
- « Environnement vs Plastiques : Un arrangement à l'amiable, les polymères biodégradables » - Polymères biodégradables/ biosourcés – V.GAUBERT

PRENDRE SOIN DE NOUS ET DE NOTRE PLANETE :

- « MODE : La révolution passe par le pantalon » - Recyclage textile – R.BOUCHACOURT
- « Slow Attitude » - Slow Attitude - A.DJELASSI

CE QUE VOUS VOYEZ MAIS QUE VOUS NE SAVEZ PAS :

- « L'affichage environnemental, fiable ? » - Affichage environnemental des produits – P.GALLOU
- « Stop au green-washing ! » - Communication et développement durable – R.BOUCHACOURT