

Introduction : l'industrie textile mondialisée

IMPORTANCE AU NIVEAU MONDIAL

- Environ 2,6 % des biens exportés dans le monde sont des textiles/vêtements (si l'on se base sur la valeur des exportations). L'industrie textile figure donc parmi les vingt plus importantes industries d'exportation du monde (Comtrade, 2020). Pour les pays du Sud en général, l'industrie textile/de l'habillement est, avec l'agriculture, l'une des plus importantes industries d'exportation.
- L'industrie de l'habillement est intensive en termes de main-d'œuvre : dans le monde, elle emploie environ 30 millions de personnes et des millions d'êtres humains dépendent indirectement de ses revenus. Si l'on considère toute l'industrie textile (c'est-à-dire en comptant, par exemple, les draps, les rideaux, etc.) et l'industrie de la chaussure, ce secteur emploie environ 60 millions de personnes sur la planète.

CONDITIONS DE TRAVAIL : LES MARQUES N'ASSUMENT PAS LEUR RESPONSABILITÉ

- Le travail manuel est assuré par 60 à 75 millions (selon les estimations) de jeunes ouvrières. Leur salaire ne s'élève dans la plupart des cas qu'à une fraction du [salaire vital](#), revenu qui leur permettrait, ainsi qu'à leur famille, de survivre. Les relations de travail sont essentiellement informelles et précaires, et les [conditions de travail](#) souvent dangereuses et indécentes.
- Bien que les marques déterminent les conditions et les modes de production, endossant ainsi *de facto* le rôle d'employeur sur la chaîne d'approvisionnement, elles rejettent leur responsabilité envers les employé·es et évitent systématiquement tout lien formel avec celles et ceux-ci. Quasiment aucune marque ne dispose de ses propres usines : d'innombrables fabriques de textile, ateliers de misère et lieux de production informels font office de barrière entre les employé·es et les marques. Cela rend difficile pour le personnel et les syndicats de faire valoir leurs droits auprès de ceux qui sont de facto leurs employeurs, et aide les marques à se dédouaner de leur responsabilité pour les abus dans la production de leurs articles.

DÉLOCALISATION DE LA PRODUCTION

- Vers la fin du XVIII^e siècle, des dizaines de milliers de personnes travaillaient dans l'industrie textile, surtout depuis leur domicile (source : [Dictionnaire historique de la Suisse, hls-dhs-dss.ch](#)). En 2020 (état au mois d'octobre), seulement 1,41 % des personnes actives dans l'industrie travaillaient encore dans le textile. Depuis les années 1960, plusieurs grandes vagues de déplacement ont eu lieu. L'industrie textile est souvent l'un des premiers secteurs à favoriser le développement industriel d'un pays. Dans certains États, elle représente encore une part très élevée du total des exportations (au Bangladesh par exemple, où elle représente environ 83 % des exportations).
- Le continent asiatique joue un rôle clé dans l'industrie textile, surtout pour les marchandises produites en masse et vendues à bas ou à moyen prix.
- L'Asie et l'Europe sont les principaux lieux de production des vêtements importés en Suisse. En 2019, selon la Fédération textile suisse, un total de 48,5% des vêtements importés provenaient d'Asie, 47,1% d'Europe (dont 38,7% de l'UE), 3,5% d'Afrique et 0,95% d'Amérique du Nord et du Sud. À l'échelle mondiale, les plus importants pays exportateurs de vêtements étaient, en 2019, la Chine (avec 30,8% de parts du marché international), l'UE (28 pays totalisant 27,6%), le Bangladesh (6,8%), le Vietnam (6%), l'Inde (3,5%), la Turquie (3,2%), le Royaume-Uni (1,8%), l'Indonésie (1,7%), et le Cambodge (1,7%).
- En 2020, le chiffre d'affaires du secteur de l'habillement s'élevait en Suisse à environ 8,76 milliards de francs suisses (selon le taux de change du 18.12.2020), et à 1390 milliards de francs suisses (selon le taux de change du 18.12.2020) à l'échelle mondiale ([Statista](#)). Cela signifie que la consommation suisse de vêtements par personne est plus de 5 fois plus élevée que la moyenne internationale (188 CHF selon le taux de change du 18.12.2020) ([Statista](#)).
- Ces chiffres doivent toutefois être considérés avec prudence. Par données d'importation/exportation, on entend souvent, par exemple, le siège d'une entreprise intermédiaire,

et non le lieu de production réel. On peut donc supposer que la part des vêtements ne provenant pas d'Europe (mais d'autres territoires comme l'Asie, l'Amérique latine ou l'Afrique du Nord) est bien plus importante, surtout pour les vêtements produits en masse, comme les T-shirts, les sous-vêtements et les pantalons.

Depuis la crise financière de 2008, on constate une relocalisation grandissante d'une partie de la production en Europe. Cela est dû, d'une part, à l'augmentation des salaires dans certains pays asiatiques, comme la Chine, et, d'autre part, à l'accélération générale des cycles de production et à l'augmentation des coûts de transport.

L'Europe de l'Est devient ainsi de plus en plus intéressante pour les grandes marques de l'industrie textile en raison du niveau extrêmement bas de ses salaires, de sa proximité avec les marchés ouest-européens et de sa capacité de production et de livraison rapides. En outre, depuis les effroyables tragédies humaines survenues récemment, comme l'effondrement du Rana Plaza au Bangladesh en 2013, de nombreuses entreprises envisagent de délocaliser leur production vers l'Europe. Elles suggèrent que les conditions de travail y sont plus sûres et justes et que les vêtements sont fabriqués dans la dignité. Mais une [vaste enquête de la Campagne Clean Clothes](#) présente une réalité bien différente. Outre les fréquentes violations du droit du travail et des droits humains qui y sont perpétrées, les usines européennes versent des salaires extrêmement bas, nettement inférieurs au niveau vital.

TRANSPARENCE

À ce jour, les producteurs, en Suisse, ne sont toujours pas tenus d'indiquer le lieu de production des vêtements.

Selon le projet Swissness qui entrera en vigueur le 1^{er} janvier 2017, la désignation « suisse » ne peut être utilisée que si au moins 60 % du coût de revient d'un produit est réalisé en Suisse. L'appellation « Made in Switzerland » ne garantit donc pas que l'ensemble de la procédure de fabrication ait eu lieu en Suisse. En outre, ces 60 % de l'ensemble des coûts de fabrication (c'est-à-dire les coûts des matières premières, des produits semi-finis, des accessoires et des salaires liés au produit ainsi que les coûts globaux de fabrication) comprennent également les coûts de recherche et développement, de contrôle-qualité et

de certification. Les pays du Sud ont parfois des règles plus strictes concernant la part de la création de valeur devant être réalisée dans le pays correspondant.

Dans l'ensemble, on peut dire que l'industrie textile n'offre aucune transparence. À l'heure actuelle, on ne sait généralement pas où et dans quelles conditions les vêtements ont été produits.

Les consommateurs et les consommatrices peuvent et devraient exiger plus de transparence, afin de pouvoir faire leur choix en toute connaissance de cause.

Le [« Transparency Pledge »](#) (engagement transparence) a grandement contribué à pousser les entreprises de vêtements et de chaussures à faire plus d'efforts de transparence sur leur chaîne d'approvisionnement. Il a été lancé en 2016 par une coalition internationale de neuf organisations de défense du droit du travail et des droits humains.

Chaque entreprise qui participe à ce projet s'engage à prendre les mesures suivantes dans les trois mois suivant son engagement :

Publier la liste des sites de fabrication : l'entreprise publiera régulièrement (par exemple deux fois par an) sur site web une liste de tous les sites où ses produits sont fabriqués. Cette liste devrait présenter, en anglais, les informations suivantes :

- nom complet de l'ensemble des sites de fabrication et de traitement (imprimeries, broderies, blanchisseries, etc.) ;
- adresses des sites ;
- maison-mère de l'entreprise du site ;
- type de produits fabriqués (vêtements, chaussures, textiles de maison, accessoires) ;
- nombre d'employé·e·s sur chaque site (selon catégorie : moins de 1000, 1001 à 5000, 5001 à 10000, plus de 10'000).

Jusqu'en 2020, 76 entreprises internationales de vêtements se sont jointes au Transparency Pledge, sont sur le point de le faire ou se sont engagées à le rejoindre (liste complète disponible sur transparencypledge.org).

LA CONCURRENCE : UN OUTIL DE PRESSION SUR LES PRIX

Cette structure alimente surtout l'irresponsabilité organisée des marques qui mettent en concurrence des usines, des régions et même des pays. Les fournisseurs se montrent très exigeants sur tous les

plans : productivité, qualité, fiabilité, rapidité, flexibilité et délais de production très courts – et naturellement, les prix doivent rester très bas. Par conséquent, en raison de la pression sur les coûts, les endroits où la main-d'œuvre est bon marché sont souvent nettement plus avantageux. Les délocalisations sont monnaie courante, et de nouvelles unités de production émergent principalement là où les salaires sont les plus bas.

Pour encourager le développement de leur industrie textile, les gouvernements des pays exportateurs de textiles comme l'Inde, le Cambodge, le Bangladesh, la Bulgarie ou la Macédoine fixent le montant du salaire minimum légal bien en-dessous du salaire vital. Pour ne pas risquer de perdre des investisseurs et pour en attirer de nouveaux, beaucoup de gouvernements prennent des mesures répressives contre les défenseurs des droits humains et des droits du travail, subventionnent les exportations ou créent des zones spéciales pour l'exportation avec des [droits du travail](#) limités, des conditions plus souples et des impôts et droits de douanes réduits.

DES MILLIARDS GRÂCE À LA MODE ÉPHÉMÈRE

Les bénéficiaires de l'industrie de la mode sont essentiellement enregistrés en haut de la chaîne d'approvisionnement, par les marques. C'est généralement à ce niveau que les marges les plus importantes sont empochées : les géants de la mode, tels que H&M et Inditex, dégagent des marges d'exploitation à deux chiffres et leurs propriétaires figurent parmi les plus grandes fortunes de la planète.

Pour pouvoir continuer à faire croître un marché déjà saturé, les marques ont mis en place le modèle d'affaires et de marketing dit de la « mode éphémère », pour inciter des personnes qui ont déjà tout à continuer d'acheter. De nouvelles collections produites à rythme effréné, des délais de livraison extrêmement courts, des offres et prix réduits en permanence, des vêtements quasiment jetables et des campagnes de marketing coûteuses sont les piliers de la mode éphémère.

UN TRAVAIL MAL PAYÉ, MIEUX QUE PAS DE TRAVAIL DU TOUT ?

La création d'emplois est souvent utilisée pour justifier la délocalisation de la production dans des pays à bas salaires. Mais ces salaires de misère ne profitent ni aux ouvrières, ni à l'économie locale, bien au contraire. Les travailleurs et travailleuses sont pris dans un cercle vicieux de pauvreté, d'endettement, d'heures supplémentaires excessives et de dépendance vis-à-vis de leur emploi, ce qui réduit très fortement leurs moyens de faire valoir leurs droits. La « mode équitable » ne peut pas devenir une réalité sans le versement d'un salaire vital.

Plus d'informations sur publiceye.ch/vetements