Table des matières

Déclaration i

Remerciements ii

Résumé iii

Liste des tableaux vi

Liste des figures vi

1. Les problématiques de l'industrie du textile 1

2. Le panorama de l'industrie du textile 2

2.1 Historique 2

2.2 La Fast Fashion 3

2.3 La Slow Fashion et son émergence 4

2.4 Les matières premières 5

2.5 Les conditions sur les sites de production 7

2.5.1 Santé et sécurité au travail 7

2.5.2 Salaire et durée du travail 9

2.5.3 Travail des enfants 11

2.6 Les labels du textile 13

2.7 Les réglementations en Suisse et en Union Européenne 17

3. Enquête de terrain 18

3.1 Méthodologie 18

3.2 Bilan de l'approche quantitative 19

3.3 Bilan de l'approche qualitative 23

4. Conclusion 29

4.1 Synthèse du travail 29

4.2 Recommandations 30

4.2.1 Achats responsables 30

4.2.2 La RSE et la norme ISO 26 000 32

4.2.3 Les matières premières durables 33

4.3 Synthèse personnelle 34

Bibliographie 35

Annexe 1 : Questionnaire quantitatif..... 39

Annexe 2 : Interview avec LABL 44

Annexe 3 : Interview avec Mango 48

Annexe 4 : Interview avec C&A..... 52

Annexe 5 : Interview avec la boutique Ayni..... 55

Annexe 6 : Code de conduite C&A 61

Liste des tableaux

Tableau 1 : Les spécialisations par pays/région 2

Tableau 2 : Les marques de Fast Fashion 3

Tableau 3 : Les principaux domaines d'action des labels 14

Tableau 4 : Fréquence de renouvellement des collections 24

Tableau 5 : Pays de production selon l'enseigne.....25

Liste des figures

Figure 1 : Tranches d'âge des répondants 19

Figure 2 : Les principales enseignes d'achat des consommateurs 20

Figure 3 : Budget mensuel consacré aux achats vestimentaires 21

Figure 4 : Comment promouvoir la Slow Fashion 22

Figure 5 : Objectifs de C&A pour 2020 28

Figure 6 : Impact lors du cycle de vie d'un vêtement 30

Figure 7 : Principe des 4R 31

1. Les problématiques de l'industrie du textile

Quelles sont les solutions écolo-socio-économiques pour l'industrie de l'habillement, secteur dans lequel de nombreuses controverses existent ?

Aujourd'hui, l'industrie textile représente un vrai pilier économique au sein de notre société. La mode prend, en effet, une ampleur de plus en plus importante : il y a une volonté de produire plus, plus rapidement et au prix le plus bas possible. Cette tendance pour la Fast Fashion représente une vraie menace non seulement pour la planète mais aussi pour la santé des consommateurs.

Naturellement, l'intérêt des entreprises est de maximiser leur profit et celles-ci cherchent à produire dans les pays qui ont l'avantage comparatif concernant la production textile. Les pays d'Asie sont les premiers sur la liste à subir les conséquences des mauvaises conditions de travail pour satisfaire la clientèle des pays industrialisés. En 2013, l'effondrement de l'usine du Rana Plaza au Bangladesh a soulevé de nombreuses inquiétudes et a permis aux consommateurs de réaliser l'impact de la mondialisation. En effet, cette catastrophe a causé la mort de plus de 1 100 ouvriers qui travaillaient pour de grandes enseignes : des vêtements appartenant à H&M, C&A, Zara ou encore Mango ont été retrouvés sous les débris du bâtiment de neuf étages (Le Monde, 2013).

Au-delà des conditions de travail déplorables, un autre problème subsiste : les conséquences sur notre planète ne sont effectivement pas négligeables. L'industrie du textile utilise énormément de produits toxiques et chimiques et met ainsi en péril ses propres consommateurs. De plus, l'utilisation de ces composants entraîne une pollution des eaux, de l'air et du sol à la sortie des sites de production. Un autre facteur néfaste pour l'environnement est le transport : la délocalisation de la production des vêtements cause d'importantes émissions de gaz à effet de serre.

Ces conséquences liées à la surproduction de vêtements inspirés par les collections des grandes maisons de couture nous amènent à nous poser les questions suivantes : une mode respectant l'environnement et l'être-humain peut-elle exister ? Quelles seraient les alternatives écologiques pour l'industrie du textile ?

2. Le panorama de l'industrie du textile

L'industrie du textile regroupe toutes les étapes de la réalisation d'un vêtement : sa conception, sa fabrication et sa commercialisation. Il m'a semblé indispensable de débuter avec un bref historique dans le but de comprendre son origine.

2.1 Historique

L'industrie du textile en Europe est née en l'an 1000, lors de l'aventure des croisades à Constantinople. Le peuple avait une vraie admiration pour la qualité et la beauté des tissus de l'Orient. Byzance représentait au 6ème siècle la capitale de l'art en matière de textile grâce à ses relations avec la Chine, la Perse et l'Inde. Les tissus provenant de la capitale du nouvel Empire chrétien étaient considérés comme des biens de luxe et durant de nombreux siècles, l'Occident s'en procure dans le but d'illustrer leur pouvoir et leur richesse. Dès sa naissance, cette industrie a poussé aux échanges entre les pays. Par ailleurs, c'est grâce aux importations que Venise a pu faire fortune à cette époque. Par la suite, dès le 16ème siècle, l'apparition de la couleur et du coton provenant d'Inde a provoqué une réelle révolution dans le monde du textile. Peu à peu, et ce jusqu'au 18ème siècle, chaque pays d'Europe se spécialise dans l'impression de couleur et de fleurs. (Encyclopédie Universalis, Article « Textile »)

Tableau 1 : Les spécialisations par pays/région

PAYS / RÉGION	SPÉCIALITÉ(S)
CHINE	Soie
JAPON	Soie et or
INDE	Coton
ASIE CENTRALE	Laine
AMÉRIQUE DU NORD	Peau, fourrure, perles
AMÉRIQUE DU SUD	Broderies
AFRIQUE	Tissage, coton

(Source : Encyclopédie Universalis)

Enfin, un grand changement s'est produit. En 1900, la démographie croît de plus en plus, le niveau de vie augmente également et la bourgeoisie est en plein essor. Dans le but de satisfaire la demande, l'Homme a dû se tourner vers la création de nouvelles fibres artificielles car les matières premières naturelles de textiles ne suffisaient plus.

Nous constatons à l'aide de ce tableau ci-dessus que l'origine des principaux tissus naturels sont produits dans chaque région du monde sauf en Europe, ce qui obligeait les occidentaux

à importer la matière et à créer par la suite des fibres synthétiques. La monde de la mode et son expansion a grandement influencé l'industrie du textile et la mondialisation.

2.2 La Fast Fashion

Pour ce travail, je souhaiterais, tout d'abord, définir le terme « Fast Fashion » et récolter les informations nécessaires à l'analyse des principales problématiques de ce secteur. La Fast Fashion est en fait un terme anglo-saxon qui est défini par le renouvellement rapide des collections disponibles en magasin. Les pièces vestimentaires trouvées dans les boutiques sont inspirées directement par les défilés de haute couture. La principale caractéristique de ce courant est le prix très bas des vêtements. En effet, l'objectif ici est de permettre aux consommateurs, même ceux avec un petit budget, d'être à la pointe de la mode et de renouveler sans cesse leur garde-robe. La raison pour laquelle les enseignes peuvent se permettre de vendre à bas prix c'est parce qu'elles possèdent, en règle générale, un grand nombre de boutiques à travers le monde. Elles commandent donc une très grande quantité d'un modèle X pour pouvoir approvisionner tous les magasins et ainsi, les fournisseurs se montrent prêts à baisser les prix. De plus, ces entreprises délocalisent leur production, essentiellement au Bangladesh, Turquie ou Chine, pays dans lesquels le salaire est très bas.

Tableau 2 : Les marques de Fast Fashion

Les principales enseignes de Fast Fashion			
Zara	*H&M*	*Forever 21*	*Victoria's Secret*
Asos	*Vero Moda*	*Uniqlo*	*Topshop*
Pull & Bear	*Primark*	*C&A*	*Bershka*
Mango	*Esprit*	*Chicorée*	*River Island*
Zebra	*Naf Naf*	*Tally Weijl*	*Pimkie*

La Fast Fashion est également présente dans le e-commerce : les marques comme Asos, Missguided ou Boohoo se sont également lancées dans ce concept et proposent des nouveautés chaque semaine, ainsi qu'un large choix de confections à prix cassé.

Dans le but d'inciter à ce renouvellement, les marques susmentionnées s'inspirent de tendances des défilés de luxe, mais qui sont toutefois complètement éphémères. C'est ce qui pousse les clients à acheter plus et à une fréquence importante. La production est ainsi accélérée et les collections présentées en magasin changent de façon constante.

2.3 La Slow Fashion et son émergence

La Slow Fashion est un nouveau concept de mode qui ralenti la cadence de renouvellement des collections. Les pièces créées sont conçues dans le but de durer et la qualité est privilégiée à la quantité. Vivienne Westwood, créatrice britannique, définit ce concept ainsi : « acheter moins, choisir mieux, faire durer ». Cette conception de la mode a pour objectif de protéger l'environnement et d'offrir de meilleures conditions sociales sur toute la chaîne de production. Chaque pièce vestimentaire, qui est conçue à partir de tissus écologiques, est entièrement traçable, et ce, dès le début de la chaîne d'approvisionnement. De plus, la délocalisation de la production est mise de côté dans le but de privilégier l'économie, les emplois et les ateliers locaux. La Slow Fashion rappelle aux consommateurs de réfléchir à leurs besoins et de prendre en compte les impacts sociaux et environnementaux lors de leurs achats.

Ce concept prend de plus en plus d'ampleur aujourd'hui : par exemple, en novembre 2017, un défilé de mode « The Slow Fashion Showcase » a eu lieu à Genève aux Halles de l'île où cinq créateurs sont venus présenter leurs produits éco-responsables.

Rapport-Gratuit.com

2.4 Les matières premières

Dans l'industrie du textile, les matières premières peuvent jouer un rôle important sur les impacts négatifs sur l'environnement ou sur l'Homme. Pour cette raison, connaître les différentes fibres utilisées peut limiter les conséquences néfastes que peut avoir la culture ou la création du tissu. Il existe essentiellement trois types de matières premières textiles : les fibres naturelles, chimiques, qui sont d'origine naturelle mais qui ont subi une transformation à l'aide de solvants, et les fibres artificielles. J'ai alors fait une sélection des matières les plus courantes pour lesquelles j'ai sélectionné les informations suivantes :

Fibres naturelles

Le coton est une fibre naturelle d'origine végétale utilisée depuis des milliers d'années. Près de 50 % de la consommation mondiale de fibres textiles est faite à partir de cette cellulose. Il est bon marché parce qu'il est facile d'en produire. Toutefois, l'impact environnemental est très négatif : la culture de cette fibre nécessite énormément d'eau et de substances chimiques. En outre, teindre cette matière est très toxique car seul des métaux lourds, comme par exemple le chrome, permettent sa coloration. D'un point de vue social, les cultures sont exploitées par des individus qui ne bénéficient pas de conditions de travail décentes.

Le lin est une fibre naturelle qui est considérée comme étant une des plus écologiques. Aucune eau n'est nécessaire à sa culture et aucun déchet n'est produit. En règle générale, le lin est cultivé, aujourd'hui, en Europe de l'Ouest, ce qui engendre moins de conséquences environnementales par rapport au transport de la matière, et qui favorise une production locale.

Le cuir est lié indirectement à l'industrie agroalimentaire. En effet, les producteurs utilisent les peaux des bêtes abattues pour le secteur de la viande. Par conséquent, nous faisons face aux mêmes difficultés : les traitements des animaux ou son impact environnemental : l'élevage des bœufs est très polluant et consomme de grandes quantités d'eau.

La soie est une fibre naturelle d'origine animale, fabriquée par les vers à soie. La production de cette fibre est faite essentiellement en Chine et en Inde où les conditions d'élevage peuvent aussi poser problème : les cocons sont ébouillantés pour tuer la chenille et ensuite récupérer la soie dont le cocon est fait. Pour produire un gramme de soie, il faut savoir que 15 vers sont nécessaires (Le guide des matières, PlanetAddict).

Il existe des techniques pour éviter de tuer les vers mais elles ne sont pas encore très répandues.

Fibres chimiques

Le lyocell est une fibre synthétique provenant du bois d'eucalyptus asiatique, issu d'une forêt exploitée durablement, ce qui fait que le tissu est entièrement biodégradable. Sa fabrication est écologique car les solvants utilisés ne présentent aucun danger pour la santé et sont recyclés jusqu'à 97 % (Le guide des matières, PlanetAddict). Le tissu obtenu ressemble à une matière faite à partir de coton et de soie qui est infroissable. On utilise cette matière pour les jeans, chemisier ou encore la lingerie. Le principal fabricant de cette fibre est l'entreprise Lenzing AG, qui a déposé la marque sous le nom de Tencel.

La viscose est aussi une fibre synthétique d'origine naturelle qui provient du bois de feuillus. Cependant, son procédé chimique est très polluant et néfaste pour la santé car il requière l'utilisation de substances comme le souffre ou le carbone.

Fibres artificielles

Les fibres artificielles sont très polluantes et toxiques car elles sont souvent à base de pétrole ou de produits très chimiques. Elles ne peuvent pas être recyclées ou très difficilement.

Le polyester est la fibre artificielle la plus utilisée par les entreprises de prêt-à-porter. Lors du lavage, des particules de plastiques sont rejetées. Le polyamide ou le polyuréthane sont des fibres dont le procédé de fabrication est très dangereux pour la santé des producteurs (Le guide des matières, PlanetAddict).

Il existe une alternative plus durable : Le PET. Ce dernier appartient, certes, à la famille des polyesters, mais des vêtements peuvent être donc fabriqués à partir de cette fibre recyclée.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

2.5 Les conditions sur les sites de production

Actuellement, selon l'OIT (Organisation Internationale du Travail), plus de 60 millions de personnes travaillent dans l'industrie de l'habillement. Les exportations de certains pays, tels que le Bangladesh et le Cambodge, s'élèvent à 80% uniquement pour le textile. De plus, les ouvriers et ouvrières perçoivent très rarement le salaire vital bien que les entreprises de Fast-Fashion fassent énormément de profit (en 2016, H&M a touché un bénéfice de 2 milliards de francs suisses, selon le rapport de l'entreprise). Dans l'industrie textile, les conditions de travail sont déplorables. C'est la raison pour laquelle cela me semble indispensable d'aborder le sujet dans ce travail. Les heures hebdomadaires excessives, l'état des locaux, les équipements de protection non-existants, ou encore la sécurité des bâtiments représentent des facteurs problématiques dans cette industrie. Afin de dévoiler ces conditions, Public Eye, anciennement appelée la Déclaration de Berne, intervient : l'association suisse a pour objectif de faire respecter les droits humains à travers le monde entier. Pour l'industrie du textile, Public Eye fait en sorte de dénoncer les mauvaises conditions de travail ainsi que les conséquences sur l'environnement.

2.5.1 Santé et sécurité au travail

Les principaux problèmes liés à la sécurité des bâtiments sont le poids élevé des machines de production, les étages qui sont surchargés et le risque important d'effondrement. Les infrastructures les plus basiques comme les portes de secours ou les installations électriques sécurisées sont très souvent inexistantes.

La Campagne Clean Clothes (CCC), avait déjà demandé en 2005 des solutions durables et éthiques vis-à-vis de la sécurité des usines de production, lorsque « Spectrum », un site de production situé au Bangladesh, s'est effondré et a causé la mort de 64 personnes. La CCC a donc pris la décision d'établir des partenariats avec les syndicats locaux pour améliorer la sécurité au niveau de la structure des bâtiments. Un accord sur la sécurité des bâtiments et sur la protection des incendies au Bangladesh a vu le jour en mai 2013. Deux syndicats internationaux, IndustriALL Global Union et UNI Global Union, des syndicats locaux et plus de 2000 marques internationales ont conclu cet accord dans le but d'améliorer les conditions des employés des usines de production.

Protection contre les incendies

Garantir une place de travail sûre fait partie d'un des éléments les plus importants dans les conditions de travail. Des extincteurs qui ne fonctionnent pas, ou les fenêtres grillagées constituent des problèmes qui font des victimes à chaque incendie. Au Bangladesh, à Gazipur, 21 personnes sont décédées en 2010 à la suite d'un incendie qui s'était déclaré au premier étage à cause d'installations électriques défectueuses (PublicEye, 2010). Les sorties de secours étaient bloquées et les employés qui travaillaient au premier niveau ne pouvaient sortir du bâtiment. Un autre incendie dramatique est survenu au Pakistan en 2012 : 254 ouvriers y ont laissé leur vie car les escaliers et les portes de secours étaient inaccessibles. En outre, il faut savoir qu'un audit avait été organisé sur ce site de production pakistanais quelques semaines avant le drame et que de plus, il avait reçu la certification internationale de sécurité SA8000 (PublicEye, 2012).

Protection de la santé

La protection de la santé des employés représente une réelle difficulté dans l'industrie textile. Les ouvriers sont en contact perpétuel avec des substances toxiques qui ont des répercussions sur leur santé en raison de l'absence d'équipement de protection adéquat.

Pour les articles de maroquinerie, le traitement du cuir est lui aussi très nocif pour la santé : les employés utilisent du chrome qui est un produit très cancérigène pour l'être-humain. Des études ont démontré que l'utilisation de ces substances chimiques et de ces adhésifs provoquent des infections ou des brûlures de la peau ou des poumons. Les ouvriers font également face à un autre procédé dangereux lors du processus de fabrication d'un jean délavé. En effet, pour rendre le jean usé, il est nécessaire de le sabler à la main. Cette technique est une des plus toxiques et provoque une maladie pulmonaire inguérissable : la silicose.

2.5.2 Salaire et durée du travail

Les collections proposées par les entreprises de Fast Fashion sont à bas prix et restent ainsi abordables à tous. Pour pouvoir proposer de tels prix, la marque délocalise sa production dans le but de diminuer leurs coûts. Une équipe de la RTS, participant à l'émission « à Bon Entendeur », s'est déplacée en Turquie, Roumanie et Bangladesh afin d'élucider la face cachée concernant les salaires des travailleurs de l'Europe de l'Est. A la suite de cette enquête, le salaire perçu par les ouvriers atteint en moyenne les 140 €, ce qui n'équivaut même pas au salaire de subsistance. Par exemple, une ouvrière provenant de Roumanie, qui est membre du syndicat local appelé ALFA, devrait théoriquement bénéficier de meilleures conditions de travail. Cependant, elle reçoit une rémunération brute de 280 CHF par mois et après déduction, 200 CHF pour plus de 50 heures par semaine, ce qui lui permet à peine de vivre. Les dépenses liées à l'alimentaire pour une semaine s'élève à 17 % de son salaire. Par équivalence, cela correspondrait en Suisse à un salaire de 4000 CHF, où les courses hebdomadaires coûteraient 680 CHF.

La rémunération est un sujet très sensible, surtout pour les marques de l'industrie textile : les enseignes ne font effectivement pas preuve de transparence. De plus, les salaires versés aux ouvriers peuvent varier selon les entreprises. Certaines de ces dernières ont répondu à l'enquête menée par la RTS : Prenons le cas de la marque Esprit : en Chine, l'enseigne paie ses employés 500 CHF par mois pour 65 heures de travail, ce qui revient à 1.90 CHF de l'heure.

Nous avons ensuite Calida, qui est une marque de prêt-à-porter, qui verse un salaire net de 460 CHF par mois en Hongrie (pays originaire de l'enseigne), ce qui correspond au double du salaire minimum vital. Cependant, deux tiers de la production est délocalisée chez d'autres fournisseurs, dans d'autres pays.

Un autre cas, celui de la marque suisse Switcher, qui est connu pour sa transparence aux yeux des ONG : l'enquête a révélé la rémunération distribuée en Roumanie : celle-ci s'élève à 250 CHF par mois, qui est loin du salaire de subsistance.

Switcher a cependant travaillé avec une usine en Turquie, dans laquelle, à première vue, les conditions restent tout à fait exemplaires. Le site de production, appelé Textilium, est sur deux étages et exporte 10 % de ses confections en Suisse pour la marque. Le salaire mensuel se situe entre 480 et 720 CHF, le repas du midi est offert et un équipement de protection est également fourni aux ouvriers de l'atelier broderie. Malgré ces points forts,

il est important de noter qu'un ménage de trois personnes en Turquie nécessite un revenu de 1 200 CHF pour réussir à subvenir à ses besoins. Cette usine, qui est de taille relativement petite, reste par-dessus tout une exception dans le domaine de la production de textile.

D'autres entreprises, telles que Coop, Inditex, Benetton, et H&M ont refusé de communiquer des informations liées aux rémunérations pour cause de confidentialité et de concurrence.

Je souhaite désormais approfondir la situation au Bangladesh qui est, selon moi, un des pays les plus négativement touché par les entreprises de prêt-à-porter : celui du débardeur de chez C&A, vendu à 3.50 CHF, confectionné au Bangladesh. Ce genre de situation est la parfaite illustration de la Fast Fashion : cela pousse à la surconsommation. L'enseigne a payé son fournisseur 2.40 CHF pour ce débardeur. En comparaison, les autres entreprises appartenant au même secteur rémunèrent, pour un article similaire, 1.15 voire 1.20 CHF à leurs sous-traitants et ce prix inclut les matières premières, la coupe et les coutures.

Au Bangladesh, si l'on souhaite vivre décemment, il faut minimum un salaire mensuel de 250 CHF. Les couturières du pays perçoivent un salaire de 80 CHF par mois, ce qui équivaut, certes, à 130 % en plus du salaire vital mais il n'atteint pas celui de subsistance.

Pour conclure cette partie, j'aimerais aborder un autre exemple de la situation en Roumanie : Pour un pull à capuche à 40 CHF, seulement 0.5 à 3 % du prix est distribué à l'ouvrier qui l'a cousu, soit entre 0,20 et 1.20 CHF. Selon la Clean Clothes Campaign, les salaires moyens en Roumanie s'élèvent à 180 CHF par mois et cela en travaillant le week-end, les jours fériés, et en effectuant un grand nombre d'heures supplémentaires.

Par conséquent, les salaires constituent évidemment une des caractéristiques les plus problématiques dans l'industrie du textile. Les marques sont responsables par rapport au choix des fournisseurs ainsi que des rémunérations proposées car ce sont elles qui concluent les contrats de sous-traitance.

2.5.3 Travail des enfants

Le 12 juin a été dédié à la journée internationale de la lutte contre le travail des enfants et ce dernier fait partie intégrante des droits de l'Homme. Malgré cela, l'Organisation Internationale du Travail (OIT) a exprimé dans son rapport de résultats et tendances entre 2012 et 2016 qu'il existait 152 millions d'enfants forcés à travailler, dont la moitié sont âgés entre 5 et 11 ans. 11%, soit près de 17 millions de ces enfants, sont employés dans le secteur l'industrie, qui comprend évidemment celui du textile. L'UNICEF affirme que le travail des enfants engendre un cercle vicieux dans leur vie : s'ils travaillent de longues heures par jour, ils ne peuvent malheureusement pas se rendre à l'école ou participer à des formations pour assurer leur avenir. De ce fait, ils resteront bloqués dans leur situation de pauvreté et n'auront pas les ressources nécessaires pour améliorer leur niveau de vie sur le long terme.

Si nous regardons toute la chaîne de production du secteur de l'habillement, le travail des enfants apparaît essentiellement lors de deux étapes : lors de la production des matières premières, telle que la culture du coton par exemple et aussi lors de la confection des vêtements dans les usines. Nous retrouvons le travail des enfants surtout dans l'agriculture : en effet, l'OIT affirme que 71 % travaillent dans ce secteur. La plupart d'entre eux contribue au négoce de leur famille respective. Il n'est pas nécessaire que ces derniers soient employés par des entreprises externes à leur famille pour que nous puissions parler de travail des enfants. Ceux-ci subissent et souffrent des conséquences dans les deux cas.

La situation est alarmante. Regardons les conditions au Bangladesh, où le travail des enfants a été aboli depuis 1992 : 15 % des enfants entre 6 et 14 ans ne peuvent pas étudier et travaillent dans les usines de textile où la majorité effectue 64 heures par semaine. Certains responsables des sites de production affirment qu'ils sont conscients de la présence d'enfants dans le bâtiment mais ils estiment que cela n'est pas illégal.

En Suisse, la loi du travail a prévu quelques articles concernant les mineurs. L'article 30 évoque l'âge minimum :

> *« [1] Il est interdit d'employer des jeunes gens âgés de moins de 15 ans révolus. Les al. 2 et 3 sont réservés.*
>
> *[2] L'ordonnance détermine dans quelles catégories d'entreprise ou d'emplois et à quelles conditions :*
>
> *a. les jeunes gens de plus de treize ans peuvent être chargés de faire des courses et d'effectuer des travaux légers ;*

b. les jeunes gens de moins de quinze ans peuvent être affectés à un travail dans le cadre de manifestations culturelles, artistiques ou sportives ainsi que dans la publicité.

[3] Les cantons où la scolarité obligatoire s'achève avant l'âge de 15 ans révolus peuvent être habilités, par ordonnance et à des conditions spéciales, à autoriser des dérogations pour les jeunes gens âgés de plus de 14 ans et libérés de l'école. » (Ltr, art. 30)

Dans le reste du monde, la situation est bien différente. Il existe de nombreux facteurs contribuant au travail des enfants : les lois inexistantes, la situation financière, les infrastructures scolaire de mauvaise qualité, et un manque de dialogue social. L'OIT souhaite mettre fin à cette situation d'ici 2025 à l'aide des stratégies suivantes :

- Promotion des directives légales internationales : l'Etat se voit alors obligé de protéger l'enfant.
- Mise en place d'un système de protection sociale : les familles ne dépendront plus du salaire de leurs enfants pour éviter l'instabilité économique.
- Accès à une éducation de bonne qualité : si l'enfant se rend à l'école et suit une formation adéquate, peu à peu le niveau de vie s'améliorera.
- Garantie d'un travail décent pour les adultes et les adolescents qui sont autorisés à travailler d'un point de vue légal : la mise en place de politiques bien élaborées dans les secteurs problématiques évitera que les enfants puissent travailler.

Les conditions de travail concernant la sécurité, le salaire et le travail des enfants sont fortement à revoir dans l'industrie du textile. Ce secteur emploie des millions d'individus et malheureusement un manque de réglementations subsiste encore.

2.6 Les labels du textile

Un label est une certification, un logo spécifique qui peut être associé à un produit ou à un service si ceux-ci respectent certaines normes. Ils permettent aux entreprises de se différencier et ainsi, d'avoir un avantage par rapport à la concurrence. Certains secteurs peuvent être contraints à se faire « labelliser », surtout dans l'agro-alimentaire. Pour ce qui est de l'industrie de l'habillement, les labels répondent essentiellement aux inquiétudes socio-écologiques, où différents aspects peuvent être pris en compte.

La société d'aujourd'hui accorde de plus en plus d'importance au développement durable. En matière de mode, il était, auparavant, difficile de connaître les conditions dans lesquelles étaient fabriquées les différentes pièces proposées par les enseignes. La création de labels a permis aux consommateurs et aux nombreuses parties prenantes des marques d'obtenir plus d'informations, plus de transparence ou encore de connaître la situation des producteurs, fournisseurs et employés. Ainsi, les individus ont la possibilité d'opter pour une mode plus responsable. Toutefois, dû au grand nombre de labels existants, nous venons à nous demander de la véracité de certains. En effet, il est important de connaître les faces cachées des certifications car ces dernières ne sont finalement pas toutes pertinentes. De plus, juger ce qu'est un bon label ou non relève d'une tâche difficile. Les enseignes peuvent utiliser une certification pour montrer leur intérêt pour le développement durable mais cela peut vite être assimilé à du greenwashing : par exemple, uniquement une infime partie des collections mises en vente présentent des caractéristiques durables, ce qui n'impacte pas réellement l'environnement de façon positive.

Dans le cas où l'on souhaite connaître la pertinence d'un label, il faut :

- Vérifier que le label est géré par un organisme externe à l'entreprise (dans le but de rester objectif lors de l'évaluation)
- Rechercher l'intérêt du consommateur dans le cas où le produit est labellisé.
- S'assurer que le label inclut, entre autres, des critères de durabilité / écologique
- Se rendre sur le site http://labelinfo.ch si l'on souhaite procéder à une comparaison entre deux certifications

J'ai sélectionné les labels suivants qui sont les plus fréquents et les plus utilisés par les marques du textile. Afin de pouvoir se repérer plus facilement, le tableau ci-dessous présente les principaux domaines d'action de chaque label ainsi que son degré de transparence, de contrôle et de certification (qui est illustré sous forme d'étoile).

Tableau 3 : Les principaux domaines d'action des labels

Labels / Domaine(s)	Écologie	Élevage	Aspects sociaux	Commerce équitable	Santé	Provenance	Transparence	Contrôle	Certification
BIO Equitable	✓			✓			***	***	**
BioRE	✓		✓	✓	✓		***	***	***
Bluesign	✓		✓		✓		***	***	**
Cradle to Cradle	✓		✓		✓		***	***	***
Fair Wear Foundation			✓	✓			***	***	***
FairTrade Max Havelaar	✓		✓	✓			***	***	***
GOTS	✓		✓		✓		***	***	***
Made in Green by OEKO-TEX	✓		✓	✓	✓	✓	***	**	***
OEKO-TEX Standard 100					✓		***	***	**
Organic Exchange	✓						***	**	*

(Source : informations récoltées sur www.labelinfo.ch)

BIO Equitable

Bio Equitable assure des conditions de travail équitables pour les producteurs ainsi qu'une rémunération correcte. Tous les partenaires doivent faire preuve de transparence tout au long de la chaîne de production. De plus, ils promeuvent l'agriculture biologique et veulent ainsi réduire les impacts sur l'environnement. La biodiversité est également préservée.

BioRE

BioRe garantit une production bio et écologique. Ce label collabore uniquement avec des producteurs qui proposent de bonnes conditions de travail et qui protègent la santé des ouvriers. D'un point environnemental, il réduit au maximum et supprime, lorsque cela est possible, les émissions de gaz carbonique. Enfin, ils mettent en avant la traçabilité de toutes les étapes de la production.

Bluesign

Aucune substance ni processus de fabrication ne doit mettre en danger l'homme ou l'environnement. Tous les producteurs, sous-traitants, et fournisseurs doivent respecter des normes sociales et écologiques minimales, présentent dans l'initiative « United Nations Global Compact ».

Rapport-Gratuit.com

Cradle to Cradle

Lorsque l'on reçoit la certification Cradle to Cradle, il existe quatre niveaux : basique, argent, or et platine. Pour le niveau basique, il est nécessaire que toutes les substances utilisées soient identifiées et que les produits peuvent être recyclés. Des stratégies pour promouvoir les énergies renouvelables doivent exister. Le niveau platine va plus loin et indique, quant à lui, que 50 % de l'énergie utilisée est d'origine solaire, que les conditions sociales sont vérifiées et contrôlées par un organisme externe, et que les produits fabriqués peuvent être réutilisés à hauteur de 80 %.

FairWear Foundation

Contrairement aux autres labels, FairWear Foundation ne prévoit pas de garantie au sujet de l'environnement mais se focalise essentiellement sur l'aspect social : aucune discrimination, travail des enfants, ou exploitation n'est toléré. Les salaires et le nombre d'heures de travail doivent correspondre aux lois en vigueur du pays. Ce label a un aussi un autre rôle, celui d'auditeur : des contrôles et évaluations ont lieu et tous les rapports sont disponibles sur leur site internet.

FairTrade Max Havelaar

Ce label garantit un salaire juste et des prestations sociales correctes pour les producteurs. Il encourage également à un comportement favorisant le développement durable. Les cultures sont biologiques et le producteur reçoit des récompenses pécunières s'il respecte ce type de culture.

GOTS, Global Organic Textile Standard

GOTS est un label qui promeut des textiles non toxiques et issus d'une production bio. Les vêtements qui sont labellisé sont composé d'au moins 70 % ou 90 % de tissus d'origine biologique. Les conditions de travail sont correctes : pas de travail forcé, de discrimination, d'horaire surchargé ni de travail des enfants.

Made in Green By OEKO-TEX

D'un point de vue social, ce label certifie qu'aucune discrimination ou de travail forcé n'a eu lieu, et que l'employé est libre d'adhérer à un syndicat. Au niveau des heures de travail, 48 heures hebdomadaires est le maximum toléré, où l'on accorde obligatoirement un jour de congé au moins après sept jours consécutifs de travail. Les employés sont protégés par le biais d'une législation contre les produits nocifs pour leur santé. Les

salaires doivent répondre aux normes légales. Pour l'aspect écologique, les substances de type cancérigènes ou allergènes sont interdites, les colorants de même nature également. Aucun pesticide n'est toléré lors du transport ou du stockage des produits. Et enfin, lorsque le produit est fini, un QR code est indiqué sur l'étiquette qui informe les clients des lieux de production et des différentes provenances.

OEKO-TEX Standard 100

Ce label reprend les critères de Made in Green by OEKO TEX pour l'aspect santé. Aucune substance nocive (colorants cancérigènes, métaux lourds, ou substances biologiquement actives) n'est utilisée. Des vêtements sans polluants sont garantis.

Organic Exchange

Organic Exchange est une certification qui ne couvre qu'un bref aspect : celui de l'écologie. Il assure en effet un coton issu d'une production biologique mais aucune réglementation au sujet des substances utilisées lors du processus de fabrication (ex : teinture). Les conditions de travail ou sociales ne sont pas comprises dans ce label.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

2.7 Les réglementations en Suisse et en Union Européenne

Actuellement, en Suisse, aucune loi ni réglementation ne concerne directement les conditions de travail ou les impacts sur l'environnement pour l'industrie du textile. Toutefois, des mesures de sécurité ont été mises en place pour les substances chimiques.

L'OSAV (Office fédéral de la sécurité alimentaire et des affaires vétérinaires) intervient dans quatre domaines pour l'industrie du textile : les substances chimiques (ex : colorants azoïques), l'étiquetage des textiles, l'inflammabilité des tissus, et les cordons coulissants pour enfants. Concernant l'utilisation des colorants, l'OSAV estime que les règlementations mises en place restent toutefois insuffisantes. Actuellement, 22 des amines aromatiques et 426 des colorants azoïques ont été bannis pour teindre les textiles, selon le site de la Confédération suisse. L'utilisation des autres types d'amines aromatiques ne sont pas interdits car l'OSAV manque de connaissance au sujet des impacts que ceux-ci pourraient avoir sur la santé. De plus, sachant que ces produits toxiques sont fabriqués en dehors de l'Europe, mais en Asie, cela ne facilite pas l'analyse de ces substances.

La législation européenne concernant les produits chimiques pour l'industrie du textile et de l'habillement, appelée REACH, est entré en vigueur en 2007. Ce règlement a également touché la Suisse car l'UE représente son plus grand partenaire commercial. Afin d'éviter des barrières au niveau des douanes, la Confédération met en place les mêmes restrictions et interdictions.

L'association Greenpeace est également intervenue car selon elle, les contrôles ne sont pas assez stricts. En effet, en 2012, l'ONG a été mandatée pour l'analyse d'échantillons appartenant au total à 20 marques dont Zara, Calvin Klein, ou encore Levis. Les articles analysés se trouvent dans 29 pays et régions du monde. En Suisse, six échantillons au total ont été examinés et trois d'entre eux se sont révélés toxiques pour l'Homme : des substances cancérigènes et toxiques, telles que les éthoxylates de nonylphénol (NPE), ont pu être retrouvés dans les échantillions. Cela provoquerait également des désordres hormonaux. L'Union Européenne avait déjà interdit l'utilisation de NPE dans les textiles et en 2015, elle a aussi banni l'importation de vêtements contenant ces substances.

3. Enquête de terrain

3.1 Méthodologie

Lors de ce travail, il m'a semblé indispensable de débuter par de nombreuses recherches documentaires dans le but de comprendre et d'obtenir une vue d'ensemble de la situation de l'industrie du textile. Tout d'abord, je me suis basée essentiellement sur des articles de presse et sur des rapports d'ONG, qui définissent de façon claire et chiffrée les conditions actuelles. Pour l'aspect plus théorique, des articles d'encyclopédies et des sites internet m'ont permis d'avoir davantage informations au sujet de l'historique de cette industrie ou encore des labels spécialisés dans le textile. L'analyse et réflexion de ce travail ont été faites, par la suite, à partir des informations obtenues lors de questionnaires quantitatifs et qualitatifs. En effet, ces deux approches me permettent ainsi de connaître non seulement la position des consommateurs mais aussi celle des entreprises.

En ce qui concerne l'approche qualitative, j'ai contacté, dans un premier temps, plusieurs entreprises de Fast Fashion : je me suis tournée tout d'abord vers Zara, qui est selon moi un acteur important de l'industrie textile, mais qui a malheureusement refusé de répondre à mes questions. Parallèlement, j'ai pris contact avec Mango, enseigne pour laquelle j'ai travaillé à temps partiel durant mes études, ainsi qu'avec C&A. Les responsables de boutique de chacune de ces enseignes m'ont accordé une entrevue. Puis, il m'a paru pertinent de contacter également des entreprises appartenant, à l'inverse, au secteur de la Slow Fashion. Ainsi, LABL et la boutique Ayni ont accepté de répondre à mon questionnaire via e-mail. La comparaison entre des entreprises de Fast et Slow Fashion ont permis de distinguer les bonnes pratiques mais également de connaître les objectifs des différentes entreprises en matière de développement durable.

En ce qui concerne l'analyse quantitative, l'échantillon de la population ayant répondu au sondage a reflété les connaissances, désirs et tendances des consommateurs appartenant au secteur de la mode. Ces informations sont nécessaires afin de procéder aux recommandations.

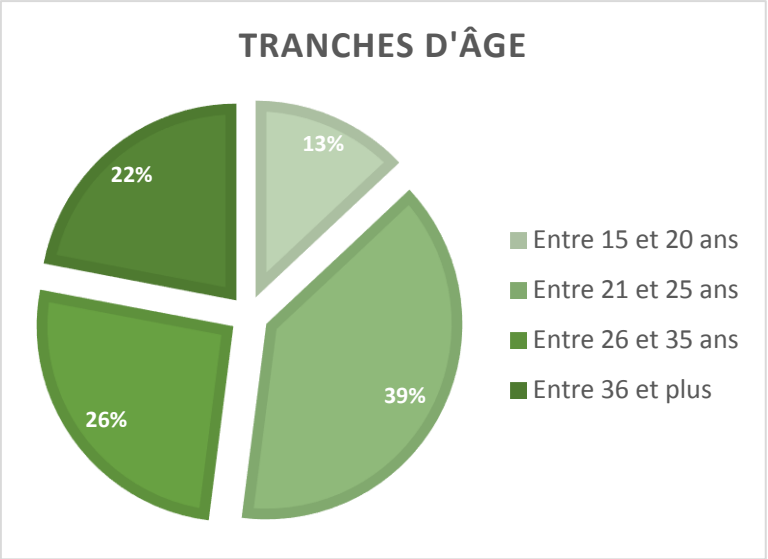
Enfin, les solutions et recommandations suggérées pour l'industrie de l'habillement m'ont été inspirées par mon option principale de management durable et par les réponses provenant des interviews des enseignes d'une mode éco-responsable.

3.2 Bilan de l'approche quantitative

En ce qui concerne l'approche quantitative, j'ai tout d'abord créé un sondage sur Google Forms, contenant 18 questions et disponible en annexe, que j'ai partagé sur les réseaux sociaux et différentes applications mobiles (WhatsApp et LinkedIn). Ces moyens de diffusion m'ont permis d'obtenir un maximum de réponses provenant d'individus issus de milieux différents et appartenant à différentes tranches d'âge : un total de 156 réponses a pu être récolté.

Tout d'abord, je souhaite procéder à une brève analyse de l'échantillon : nous remarquons que le thème du sondage a attiré beaucoup plus la gente féminine : en effet, 69 % de femmes contre 31 % d'hommes ont souhaité répondre au questionnaire, ce qui indique, selon moi, un plus fort intérêt pour le domaine de la mode de la part des dames. De plus, nous retrouvons différentes tranches d'âge : Certes, 39 % des répondants ont entre 21 et 25 ans, mais nous pouvons constater que 48 % des réponses proviennent d'individus âgés entre 26 et plus (où 22 % sont âgés de plus de 36 ans). Ce résultat, plutôt hétérogène, m'a permis d'obtenir des données provenant de différentes mentalités qui peuvent être directement relatives à l'âge.

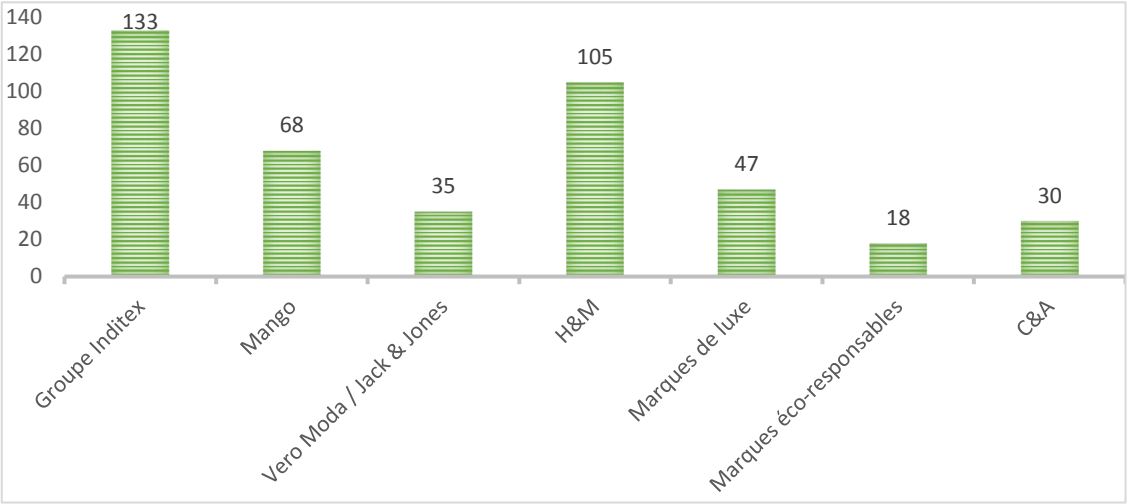
Figure 1 : Tranches d'âge des répondants



(Source : résultats de l'enquête quantitative)

Les réponses au questionnaire reflètent énormément l'impact de la Fast Fashion sur la société actuelle. Les consommateurs se rendent essentiellement chez quatre enseignes : H&M, le groupe Inditex (Zara, Pull & Bear, Bershka), Mango et C&A qui sont des marques dont le renouvellement des collections est très régulier. Ces boutiques sont présentes dans un grand nombre de pays ce qui signifie que les commandes passées auprès des fournisseurs sont très importantes. A contrario, nous retrouvons uniquement 11 % des répondants qui achètent leurs vêtements et accessoires appartenant à une marque responsable du type Patagonia ou Freitag.

Figure 2 : Les principales enseignes d'achat des consommateurs



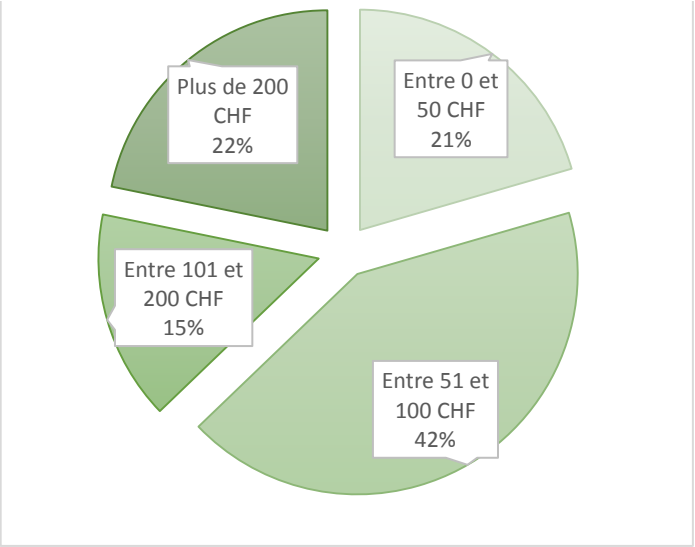
(Source : Résultats de l'enquête quantitative)

Selon l'enquête, près de 70 % des consommateurs porte un intérêt sur l'achat de vêtements issus d'une production responsable et d'un commerce équitable. Les caractéristiques lors de l'élaboration des vêtements les plus importantes sont les conditions de travail sur les sites de production ainsi que la provenance des pièces vestimentaires selon les deux tiers des répondants. Ainsi, nous pouvons affirmer que les marques éco-responsables doivent mettre l'accent sur la sélection des lieux de production, favoriser les usines de proximité et assurer d'excellentes conditions liées au salaire et à la sécurité. Ces caractéristiques permettront, de ce fait, d'attirer un maximum de clients. Afin de promouvoir cette tendance pour une mode éthique, des partenariats avec des labels semblent être indispensables : 76 % de l'échantillon connaissent plusieurs certifications, comme Max Havelaar, BIO Equitable ou OEKO-TEX, ce qui pourrait les persuader d'acheter plutôt une marque labellisée qu'une autre ne possédant aucune certification.

Les entreprises de mode pourraient faire preuve de plus de transparence : 37 % des répondants estiment que les conditions de travail dans les usines ne sont pas du tout acceptables et 40 % n'ont aucune idée de la qualité de ces conditions. Dans l'hypothèse où les enseignes dévoileraient cette face mystérieuse de l'industrie de la fast-fashion, les consommateurs auraient la possibilité de faire d'autres choix et de procéder à des achats plus responsables.

En ce qui concerne le budget mensuel lié au shopping vestimentaire, celui-ci se présente comme ci-dessous :

Figure 3 : Budget mensuel consacré aux achats vestimentaires



(Source : résultats de l'enquête quantitative)

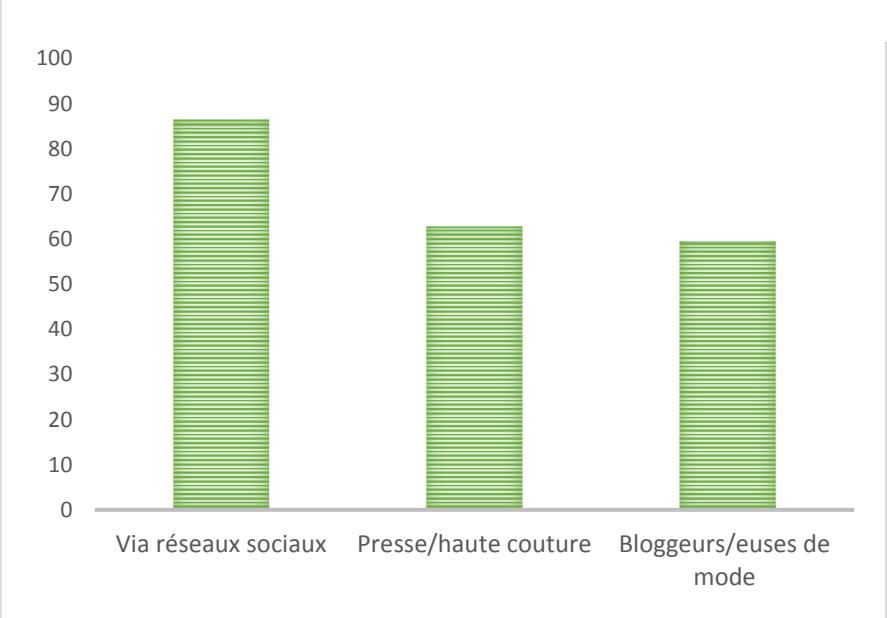
Les résultats de la question suivante se sont révélés particulièrement curieux : « Jusqu'à quel pourcentage du prix de vos vêtements êtes-vous prêt(e) à payer en plus dans le but d'assurer des conditions de travail équitables pour les employés ? », seuls les consommateurs avec les budgets les plus bas (entre 0 et 100 CHF) ont affirmé à 91 % qu'ils étaient disposés à payer entre 5 et 10 % en plus du prix de base. Paradoxalement, seulement 54 % des individus ayant des dépenses qui s'élèvent à plus de 200 CHF seraient d'accord de payer un supplément pour une pièce de vêtement éco-responsable.

Nous pouvons expliquer ces résultats avec l'hypothèse suivante : les clients ayant moins de dépenses liées au shopping vestimentaire choisissent des pièces plus coûteuses mais qui sont éventuellement labellisées, ou ils achètent uniquement ce dont ils ont besoin. Les autres consommateurs préfèrent acheter en misant davantage sur la quantité que sur la qualité dans l'éventuel but de suivre sans arrêt les tendances.

Par ailleurs, lors de la question « Avez-vous déjà acheté un vêtement issu d'une production responsable et d'un commerce équitable ? », les répondants ayant un budget conséquent ont répondu non à 72 % et les autres, qui dépensent moins, ont donné à 46% une réponse négative, ce qui nous pousse à confirmer les hypothèses citées précédemment.

Enfin, la Slow Fashion reste encore très discrète dans l'industrie du textile. Seulement 9% des répondants ont entendu parler de ce concept, cela signifie que 142 individus sur 156 ne connaissent pas cette alternative qui respecte davantage l'être-humain et l'environnement. Selon eux, les façons dont la société pourrait promouvoir davantage cette conception de la mode seraient de diffuser plus d'informations à travers les réseaux sociaux (86.5 %), collaborer ou mettre en place des partenariats avec des bloggeurs/euses de mode (59.6 %), et d'inciter les grand créateurs et la presse (comme les magazines Vogue, Elle ou Vanity Fair) à se lancer dans cette optique-là (62,8 %).

Figure 4 : Comment promouvoir la Slow Fashion



Source : résultats de l'enquête quantitative)

3.3 Bilan de l'approche qualitative

Dans cette section, je vais analyser les interviews que j'ai réussi à obtenir avec quatre entreprises appartenant au secteur de la mode. Je souhaiterais, tout d'abord, procéder à une brève présentation de ces quatre enseignes.

Mango

Mango est une entreprise espagnole de prêt-à-porter unisexe créée par Isak Andic et Enric Casi. La marque est aujourd'hui présente dans 110 pays et possède plus de 2000 points de vente à travers le monde. Les collections proposées par cette marque sont un mélange de vêtements basiques et à la pointe de la mode. Elle a récemment créé une collection éthique, appelée « Committed ».

C&A

C&A est une entreprise familiale fondée par les frères Clemens et August au Pays-Bas en 1841. Cette enseigne offre une gamme étendue de vêtements tendances pour femmes, hommes, adolescents et enfants. Ils possèdent des collections éco-responsables et veulent se spécialiser davantage dans la culture de coton bio.

LABL

LABL est un distributeur online qui collabore uniquement avec des créateurs respectant l'environnement et assurant de bonnes conditions sociales aux employés sur les sites de production. Aujourd'hui, LABL a pour objectif d'offrir une mode éco-responsable où l'on peut acheter des vêtements durables pour femme. Les collections disponibles ont été confectionnées en France ou en Europe proche (Italie par exemple) avec transparence et traçabilité.

Ayni

Ayni est une boutique située à Genève en plein centre de Plainpalais, créée en 2006, par l'association Les Projets Waki. Cette enseigne propose des vêtements, accessoires et maroquinerie provenant de marques durables promouvant le commerce équitable. Avant de distribuer une marque, le comité de gestion analyse l'aspect social et environnemental afin de s'assurer que leurs exigences soient respectées. La boutique est également membre de Chambre de l'économie sociale et solidaire (APRÈS-GE), ce qui implique qu'elle n'est pas à but lucratif.

Les valeurs

Pour débuter l'analyse des questionnaires qualitatifs, j'aimerais mettre en évidence les valeurs des entreprises interviewées.

Une distinction surgit dès le début des réponses aux questionnaires : LABL met en avant la transparence, la protection de l'environnement et la qualité des produits. La boutique Ayni promeut la solidarité, les circuits courts, la transparence et la qualité. Les entreprises Mango et C&A, quant à elles, prennent en compte des valeurs plus générales, sans forcément impliquer des notions de développement durable. Nous pouvons remarquer que les enseignes de Fast Fashion ne font pas référence aux mêmes types de valeurs.

Le renouvellement des collections

La fréquence de renouvellement des collections exposées en boutique varie énormément entre les enseignes interviewées. Voici un tableau récapitulatif :

Tableau 4 : Fréquence de renouvellement des collections

LES ENSEIGNES	FRÉQUENCE DE RENOUVELLEMENT
MANGO	Deux semaines
C&A	Deux semaines
LABL	Quatre fois par année
AYNI	Deux fois par année

(Source : informations tirées des questionnaires qualitatifs)

Cette différence entre les quatre acteurs illustre parfaitement les entreprises appartenant au secteur de la Fast Fashion et celles proposant des vêtements plus éco-responsables. C&A et Mango renouvellent constamment les collections en magasin. En effet, ces marques exposent des nouveaux arrivages chaque deux semaines environ. A l'inverse, nous pouvons prendre l'exemple de l'entreprise LABL : cette dernière expose quelques nouveautés en septembre, novembre, mars et mai. De plus, la sélection des pièces vestimentaires qui vont être mises en vente est primordiale car l'enseigne souhaite se focaliser surtout sur des essentiels qui pourront être portés sur le long terme, sans qu'ils soient dépendants des tendances éphémères. La boutique Ayni, quant à elle, va encore

Rapport-Gratuit.com

plus loin et change de collection uniquement deux fois par année. Si nous souhaitons trouver des solutions d'un point de vue écologique et social pour ce domaine, il est indispensable de diminuer la fréquence de renouvellement. Même si les marques de Fast Fashion espaçaient le changement de collection d'un mois au lieu de deux semaines, les impacts sur l'environnement ne seraient pas négligeables : la production aurait diminué, les émissions de CO_2 auraient baissé et la cadence dans les usines aurait ralenti, ce qui permettrait aux ouvriers d'obtenir des conditions plus favorables.

Provenance des produits

Tout au long de ce travail de recherche et d'analyse, j'ai pu constater que la provenance des vêtements et le choix des lieux de production sont primordiaux. En effet, la sélection des pays de production a une influence sur les impacts de la pollution et sur les aspects sociaux. Mango et C&A délocalisent une grande partie de leur production mais tentent toutefois de collaborer peu à peu avec des usines européennes.

Tableau 5 : Pays de production selon l'enseigne

ENSEIGNE	PAYS DE PRODUCTION
MANGO	Essentiellement en Chine, Bangladesh, Inde mais 18 % est produit en Europe (Espagne, Portugal et Italie)
C&A	Turquie, Bangladesh, Cambodge, Brésil, France, Portugal, Italie
LABL	95 % en France, Italie pour les jeans et Portugal pour les chaussures et maroquinerie
AYNI	Non spécifié – dépend des fournisseurs

(Source : informations tirées des questionnaires qualitatifs)

Je me suis permise de m'arrêter davantage sur le cas de LABL : La transparence sur toute la chaîne de production est une des valeurs fondamentales pour cette entreprise. Ils souhaitent informer parfaitement le client sur le mode de production des confections, les pays de provenance, ainsi que sur la composition du produit. Selon ce distributeur, il estime que pour pouvoir assurer une qualité irréprochable et un contrôle rigoureux de la

production, il est nécessaire de produire dans des pays à proximité. En outre, cela limite leur empreinte carbone et favorise aussi les emplois locaux.

Les collections éco-responsables

Actuellement, de plus en plus d'entreprises de prêt-à-porter s'orientent vers une vision plus écologique et durable. Certes, les réponses aux questionnaires ont révélé que la boutique Ayni et LABL proposent uniquement des vêtements issus d'une production responsable et d'un commerce équitable, mais il est intéressant de se pencher particulièrement sur les démarches que Mango et C&A ont entrepris à ce sujet. En 2017, Mango a en effet lancé une ligne de vêtements éco-responsable appelée « Committed », qui veut dire en français « engagé ». Ils misent sur l'utilisation de polyester recyclé ou coton biologique, mais ils sélectionnent également le coloris des confections en fonction de leur impact sur l'environnement. De plus, toute leur production est labellisée « Made in Green » depuis 2010. Cette approche démontre que Mango souhaite, malgré tout, intégrer le développement durable dans son modèle d'entreprise.

L'entreprise C&A s'est également engagée dans le développement durable par le biais de deux approches : premièrement, une collection de t-shirts certifiée Cradle to Cradle, où les confections ont été produites à partir de coton biologique. Les conditions environnementales et sociales sont également réglementées par le biais du label cité précédemment. De plus, la marque a aussi lancé une collection appelée « Wear the change » qui est certifiée OEKO-TEX Standard 100, ce qui implique qu'aucune substance nocive pour la santé ou polluante n'a été utilisée.

Les engagements de la part de Mango et C&A représentent déjà un bon début. Malheureusement les collections dites « durables » représentent qu'un faible pourcentage de toute leur production.

Le recyclage des vêtements

Par ailleurs, lors de la question « soutenez-vous le recyclage des vêtements ? », les réponses obtenues n'ont pas toutes montré des similitudes. Les quatre entreprises reflètent une vision totalement différente en ce qui concerne la promotion du recyclage des vêtements. La boutique Ayni propose directement des pièces recyclées. LABL, qui est une enseigne qui a vu le jour récemment, prépare un grand projet au sujet du recyclage et en ce qui concerne ses invendus, le distributeur les offre à la fondation Abbé Pierre. Et enfin, Mango récupère différentes pièces vestimentaires en Espagne, Portugal

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

et Italie et les recyclent gratuitement, mais en Suisse, aucune mesure n'a été mise en place à ce jour.

C&A a adopté un autre type de stratégie : l'enseigne récupère, elle aussi, des vêtements dans le but de les recycler mais en contrepartie, elle offre des coupons de réduction de -15 % sur le prochain achat par sac apporté. Nous pouvons constater des avantages comme des inconvénients pour cette méthode : Certes, les consommateurs ont la possibilité de rapporter leurs vêtements à la boutique et celle-ci se charge de recycler et d'offrir une seconde vie aux vêtements récupérés mais nous pouvons soulever également un inconvénient : est-ce qu'offrir des coupons de réduction aux clients en échange ne pourrait pas être problématique ? Avec ces rabais, les consommateurs sont incités à continuer à consommer davantage et à acheter plus fréquemment. Selon moi, cela pourrait favoriser les achats compulsifs et accentuer le cercle vicieux de la Fast Fashion.

Les conditions sur les sites de production

Un des plus importants aspects de l'industrie du textile est, sans aucun doute, les conditions de travail dans les usines de production. Les quatre acteurs analysés procèdent de manière différente. Premièrement, LABL et la boutique Ayni sont spécialisés dans la distribution à petite échelle, où le fonctionnement est opposé à celui de Mango ou C&A, qui opèrent partout dans le monde. Nous remarquons que les petits acteurs possèdent une marge de manœuvre et de contrôle beaucoup plus considérable que les grandes sociétés. Typiquement, LABL collabore uniquement avec des créateurs qui imposent certaines règles aux fournisseurs : la taille des ateliers est raisonnable, les producteurs doivent respecter une éthique et l'environnement, et les salariés doivent disposer de bonnes conditions de travail. Par ailleurs, des contrôles sont faits directement par LABL dans le but d'assurer des conditions favorables aux ouvriers.

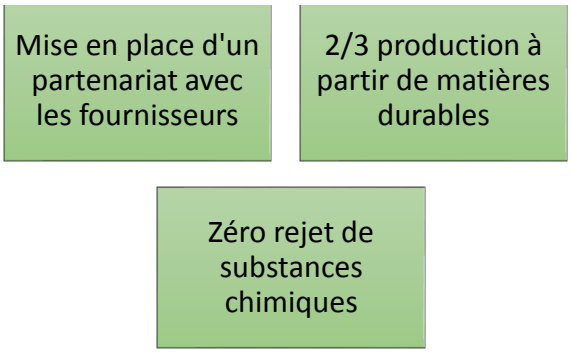
Mango et C&A ont mis en place un code de conduite pour les fournisseurs très similaire mais qui reste toutefois très superficiel. L'entreprise C&A m'a fourni leur règlement, disponible en annexe, dans lequel quatre dimensions principales doivent être respectées par les sous-traitants : le respect des lois en vigueur, les conditions de travail, l'environnement, et l'anti-corruption. En observant en détail le document, j'ai pu relever un aspect lié aux conditions de travail, plus particulièrement aux heures effectuées : C&A atteste qu'aucun employé ne doit dépasser plus de 60 heures par semaine, sauf en cas exceptionnel. Le nombre d'heures reste tout de même très élevé et risque de mettre en danger la santé des ouvriers sur le long terme.

Vision en matière de développement durable

J'ai posé une question qui me semblait essentielle « Quelle est votre vision du futur en rapport avec le développement durable dans le domaine de la mode ? ». En effet, je souhaitais savoir si les entreprises, en particulier celles de Fast Fashion, s'étaient fixés des objectifs pour diminuer les impacts environnementaux et sociaux.

Tout d'abord, durant mes différentes recherches, j'ai constaté que l'utilisation de certains produits peuvent être nocifs pour l'être-humain : pour le consommateur comme pour le producteur. Ainsi, Mango a confirmé vouloir diminuer leurs émissions de gaz à effet de serre ainsi que supprimer les substances chimiques présents sur la chaîne d'approvisionnement. De plus, ils ont fixé un délai jusqu'en 2022 pour qu'au moins 50 % du coton des vêtements soit issu d'une production durable. Enfin, ils ont également évoqué leur souhait d'élargir la gamme éco-responsable « Committed ».

Figure 5 : Objectifs de C&A pour 2020



(Source : informations tirées des questionnaires qualitatifs)

L'entreprise C&A a pour objectif d'ici 2020 la mise en place des trois objectifs illustrés ci-contre. Nous remarquons que C&A va plus loin dans ces objectifs que Mango et de plus, elle dispose d'un délai inférieur de deux ans. La marque a également déclaré que la mise en place d'un partenariat avec les fournisseurs avait pour but d'améliorer les conditions sociales sur les sites de production.

LABL va continuer à développer différentes alternatives pour pouvoir proposer une mode davantage éco-responsable. De plus, cette entreprise pense que se tourner vers d'autres matières premières représente déjà un grand pas.

Enfin, la boutique Ayni, après avoir observé un intérêt grandissant pour le développement durable, a relevé un point important : elle suggère de calculer le coût social et environnemental des produits de la grande distribution et qu'il soit rendu public pour que les consommateurs puissent réaliser l'impact de leurs achats.

4. Conclusion

4.1 Synthèse du travail

Il faut savoir qu'il reste encore un long chemin pour pouvoir améliorer de façon concrète l'industrie de la Fast Fashion. Il est clair que les entreprises appartenant à ce secteur ont déjà entrepris des actions en faveur du développement durable. Nous le remarquons grâce aux différents rapports RSE publiés, mais aussi grâce aux lignes vestimentaires comme « Conscious » de H&M, « #JoinLife ! » de Zara, ou encore « Committed » de Mango. Cependant, les conditions restent encore déplorables tout au long de la chaîne d'approvisionnement. J'estime que le problème est essentiellement lié à leur business model d'origine : leur proposition de valeur, qui inclut une fréquence de renouvellement rapide de vêtements tendances à bas prix, demeure malgré tout. La question que l'on peut se poser est la suivante : est-ce que les entreprises de Fast Fashion désirent changer de paradigme ?

De plus, les consommateurs restent toutefois très peu informés des conditions et des impacts actuels. En effet, le sondage réalisé a démontré une certaine indifférence ou ignorance face aux circonstances sur les sites de production, par exemple.

Les labels représentent une première solution pour les consommateurs. Cela les aiderait à reconnaître un vêtement confectionné dans de bonnes conditions sociales et environnementales. En outre, cela leur permettra également de s'assurer quant à la toxicité des produits chimiques utilisés lors de la production des matières premières ou lors de la coloration des tissus.

Heureusement, la Slow Fashion prend de plus en plus de place dans notre société aujourd'hui, étant donné que de nombreuses entreprises proposant une mode éco-responsable voient le jour : Stanley&Stella, LABL, Veja, et tant d'autres. Ces enseignes limitent leur impact environnemental, promeuvent le recyclage et privilégient le commerce local. Les entretiens de Slow Fashion obtenus étaient avec des petites entreprises, toutefois je tiens à préciser qu'il est également possible de fonctionner de façon durable à grande échelle : Patagonia, qui a réalisé 750 millions de dollars de chiffre d'affaires en 2015, en est le parfait exemple.

Ce travail m'a permis de trouver des moyens qui pourraient améliorer la situation pour l'industrie du textile. Ces recommandations sont développées à la prochaine section.

4.2 Recommandations

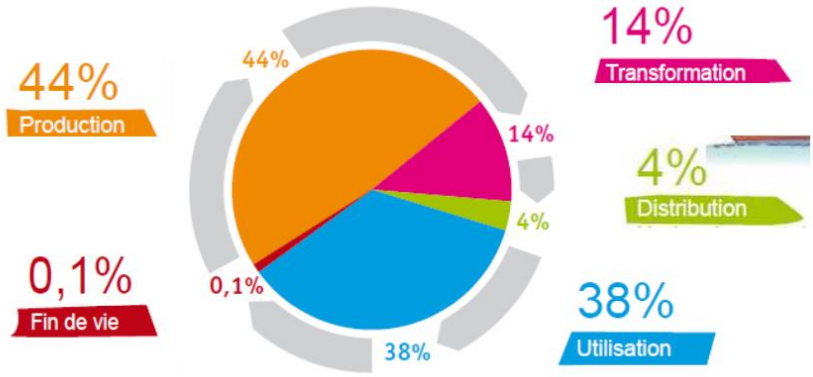
A la suite des diverses recherches et de l'enquête de terrain, je peux désormais suggérer quelques solutions. Celles-ci ont pour objectif d'améliorer les conditions dans le secteur du textile et, en complément, diminuer l'impact négatif provoqué par la Fast-Fashion.

4.2.1 Achats responsables

Les achats responsables sont, sans aucun doute, la première étape indispensable pour améliorer ce secteur. Nous avons pu remarquer que c'est la chaîne d'approvisionnement de la Fast Fashion qui causait le plus de dégâts environnementaux et sociaux dans le monde de la mode. Les consommateurs se trouvent être, ainsi, des acteurs importants qui peuvent impacter à la fois positivement mais aussi négativement la société.

Avant de procéder à l'achat d'un vêtement, il est essentiel de prendre en compte les impacts sociaux et sur l'environnement qui peuvent exister tout au long de la chaîne de production de celui-ci. De plus, il est également nécessaire d'analyser les effets que peut avoir le cycle de vie de la pièce vestimentaire, même si cette dernière est un simple t-shirt basique.

Figure 6 : Impact lors du cycle de vie d'un vêtement



(Source : Guide pour une consommation responsable, www.ge.ch)

Voici un graphique présentant les impacts sur les écosystèmes, la santé, les émissions de gaz à effet de serre et l'utilisation d'eau lors du cycle de vie d'un vêtement.

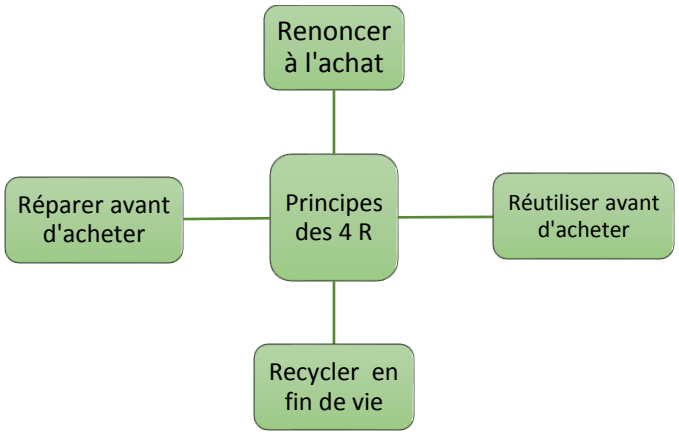
Cette étude a été menée à partir de plusieurs types de vêtements : t-shirt en coton, pull en laine et blouse en viscose qui ont été portés et lavés 50 fois avec lavage et séchage en machine. Nous remarquons que l'impact plus important provient surtout de la production (44%) et de l'utilisation (38%). Naturellement, les conséquences liées à la production semblent logiques à la suite de l'analyse de cette industrie mais celles liées à l'utilisation peuvent sembler plus abstraites. En effet, les actions des consommateurs

peuvent jouent un grand rôle dans cette étape du cycle de vie. Si ces derniers souhaitent faire la différence et diminuer l'impact négatif, il est nécessaire de laver les vêtements à une fréquence raisonnable, lancer une machine uniquement une fois que celle-ci est remplie, sélectionner des programmes courts et à une température maximum de 30°C et enfin, utiliser des produits de lessive écologiques. L'analyse des impacts causés par le cycle de vie d'un vêtement nous amène à nous poser les bonnes questions et à procéder un processus d'achat responsable.

En se basant sur le guide des achats responsables[1], les caractéristiques principales de ces derniers sont les suivantes :

- Un achat doit répondre à un réel besoin
- L'individu doit tout d'abord favoriser le principe des 4R
- Il a pour objectif une optimisation des coûts
- L'être-humain est respecté
- Tenir compte des conséquences sur l'environnement

Figure 7 : Principe des 4R



(Source : informations tirées du guide des achats responsables)

Par ailleurs, la norme ISO 20400 met en évidence les motivations à procéder à des achats responsables. Pour rappel, les normes ISO sont des documents « qui définissent des exigences, des spécifications, des lignes directrices ou des caractéristiques à utiliser

[1] Guide des achats responsables disponible sur www.achats-responsables.ch

systématiquement pour assurer l'aptitude à l'emploi des matériaux, produits, processus et services. » (www.iso.org).

Si les enseignes de prêt-à-porter suivent ces lignes directrices, nous retrouvons les avantages suivants : la chaîne d'approvisionnement est plus sécurisée, les travailleurs sont respectés et enfin, on crée un avantage concurrentiel en mettant en place une relation de confiance entre les investisseurs, les citoyens et les fournisseurs.

4.2.2 La RSE et la norme ISO 26 000

En outre, bien que le concept des achats responsables soit une des solutions pour améliorer les conditions actuelles, les principes de la responsabilité sociale des entreprises (RSE) représentent également une marche à suivre complète et plus globale pour l'industrie du textile. La définition de la RSE, proposée par l'OIT, est la suivante :

> *« La responsabilité sociale de l'entreprise est la façon dont les entreprises prennent en considération les effets de leurs activités sur la société et affirment leurs principes et leurs valeurs tant dans l'application de leur méthodes et procédés internes que dans leurs relations avec d'autres acteurs. La RSE est une initiative volontaire dont les entreprises sont le moteur et se rapporte à des activités dont on considère qu'elles vont plus loin que le simple respect de la loi. »*

Si les acteurs de la Fast Fashion souhaitent mettre en place une politique RSE, il est recommandé de suivre les lignes directrices l'ISO 26 000 qui identifient, dans le chapitre 4, les sept principes RSE, qui sont représentés comme étant des valeurs fondamentales. Ces principes sont la redevabilité, la transparence, le comportement éthique, la reconnaissance des intérêts des parties prenantes, le respect du principe de légalité, la prise en compte des normes internationales de comportement et le respect des Droits de l'Homme. Typiquement, les codes de conduite mis en place par les sociétés comme Mango ou C&A reprennent certaines des valeurs citées-ci-dessus mais je conseille aux entreprises de l'industrie textile de faire preuve de beaucoup plus de transparence et de partager avec leurs parties prenantes les résultats des audits et contrôles qui ont lieu sur les sites de production.

A la suite du sondage effectué dans le cadre de ce travail, nous avons pu remarquer que les consommateurs ne sont pas assez informés : je conseille donc à l'industrie du textile de respecter les lignes directrices provenant de la norme ISO 26 000 qui permettra d'améliorer les conditions sociales mais aussi environnementales. De plus, promouvoir la mise en place d'une RSE serait une alternative pour informer et sensibiliser les clients.

4.2.3 Les matières premières durables

Tout d'abord, il existe une alternative très intéressante pour le domaine de l'industrie du textile. Une société a créé une nouvelle fibre, appelée Seaqual, qui est faite à partir de déchets plastiques trouvés dans la mer et les océans. Les tissus produits sont éco-responsables et ils promeuvent par la même occasion le nettoyage des fonds marins. Par ailleurs, les propriétés de cette fibre sont similaires à celles du polyester, mais son impact sur l'environnement est incomparable. Si l'on compare les conséquences de la production de ces deux fibres artificielles, le Seaqual nettoie les océans, économise 40 % d'eau, 50 % d'énergie et les émissions de gaz carbonique sont réduits de 60 % (Eurovet, 2018). Il faut savoir que la marque Adidas a déjà créé, en 2017, des chaussures et des maillots de football à base de plastique recyclé, ce qui rend cette alternative tout à fait envisageable pour cette industrie.

Une autre solution serait l'utilisation du coton mais uniquement biologique. La culture traditionnelle de cette matière consomme énormément d'eau qui n'est pas réutilisable car elle est contaminée par les pesticides, et de plus, l'utilisation de métaux lourds est requise pour la transformation de cette fibre. Les avantages d'une production de coton biologique sont les suivants : les sols ne sont pas contaminés par les pesticides ou OGM, la biodiversité est préservée, la consommation d'eau est réduite, et les producteurs ne sont pas en contact avec des substances nocives pour la santé. Enfin, une collaboration entre les entreprises de mode et les labels suivants, BioRe, BIO Equitable, Max Havelaar, et OEKO-TEX Standard 100, permettraient aux consommateurs de s'assurer de l'origine biologique du coton et d'une production sans substances dangereuses. Il est également recommandé de soutenir l'initiative Better Cotton qui certifie la production d'un coton durable et qui assure un travail décent pour l'agriculteur. Des entreprises de Fast Fashion comme H&M, le groupe Bestseller (qui détient les marques Vero Moda ou Jack & Jones) et Esprit sont déjà membres de cette organisation.

Finalement, le lyocell, qui est une fibre chimique d'origine naturelle, respecte l'environnement et ne produit pas de déchets : toutes les ressources nécessaires à sa fabrication sont réutilisées de façon continue. Ainsi, je conseille vivement aux entreprises de prêt-à-porter de favoriser l'utilisation de cette matière et d'exclure complètement la viscose.

4.3 Synthèse personnelle

Tout au long de ce travail, j'ai acquis diverses connaissances au sujet de l'industrie du textile qui m'ont permis de comprendre les problématiques actuelles. En tant que consommatrice, ces recherches et les interviews m'ont fait prendre conscience des conditions déplorables qui pouvaient exister dans les usines de production.

Bien que la Fast Fashion cherche à se tourner vers un business model plus durable, des améliorations sont encore nécessaires pour pouvoir diminuer les impacts négatifs sur l'aspect social et environnemental. Je suis consciente qu'il est très difficile pour les adeptes du shopping de s'éloigner complètement des enseignes telles que H&M ou Zara, qui sont des marques vraiment très présentes dans notre société ; raison pour laquelle je suis persuadée que nous devons mettre en avant l'importance des achats responsables dans le but de limiter notre consommation.

De plus, je pense sincèrement que la mode éco-responsable ainsi que la Slow Fashion vont se développer à l'avenir. Certes, les consommateurs n'ont pas une belle conception de la mode éthique car de nombreuses idées reçues persistent : les prix sont beaucoup trop élevés et l'aspect esthétique n'est pas exceptionnel. Cependant, la mission des entreprises de Slow Fashion est de leur démontrer le contraire et de prouver qu'il n'est pas nécessaire d'acheter chaque semaine des pièces vestimentaires pour être tendance.

Enfin, je souhaiterais conclure ce travail avec la célèbre citation de Coco Chanel, grande couturière française, qui évoquait déjà le caractère éphémère des tendances au début des années 1900 : « la mode se démode, le style jamais. »

Rapport-Gratuit.com

Bibliographie

DIEBOLD, Véronique, 2018. Gestion des achats responsables, Haute Ecole de Gestion de Genève, 13 avril 2018

BARACCHINI Paolo, 2018. Management durable, Haute Ecole de Gestion de Genève, année 2017-2018.

Claude FAUQUE, Richard A. SCHUTZ, Marc RENNER, Eugène AMOUROUX, Jean-Yves DRÉAN, André PARISOT, TEXTILE, *Encyclopædia Universalis* [en ligne], [Consulté le 29 mars 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/textile/

Catherine ORMEN, MODE -Histoire et composantes , *Encyclopædia Universalis* [en ligne], [Consulté le 29 mars 2018] . Disponible à l'adresse : http://www.universalis-edu.com/encyclopedie/mode-histoire-et-composantes/

MORGAN Andrew, ROSS Michael, 2015. The True Cost [film]. USA : Untold Creative, Life Is My Movie Entertainment.

LA SLOW FASHION, Galeries clandestines [en ligne].[Consulté le 04 avril 2018] Disponible à l'adresse : http://www.galeriesclandestines.com/blog/1_la-slow-fashion.html

CYCLE DE VIE D'UN T-SHIRT: FAIR'ACT - pour une mode responsable [en ligne]. [Consulté le 29 avril 2018] Disponible à l'adresse : https://www.fairact.org/informer/cycle-vie-tshirt/

L'OIT ET LA RESPONSABILITE SOCIALE DE L'ENTREPRISE (RSE). Wcms_142693 [PDF] [en ligne]. [Consulté le 15 avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.ilo.ch/wcmsp5/groups/public/---ed_emp/---emp_ent/---multi/documents/publication/wcms_142693.pdf

EUROCITIES, Le guide Respiro pour l'achat socialement responsable du textile et de l'habillement, Textile et Habillement [PDF] [en ligne]. [Consulté le 04 mai 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.respiro-project.eu/fileadmin/template/projects/respiro/files/RESPIRO_Guides/RESPIRO-Textiles_final_www_fr.pdf

SEAQUAL™ la nouvelle fibre éco-conçue issue du recyclage des déchets plastiques des océans dévoile ses ambitions et ses nouveautés fibres, fils et tissus. Eurovet [en ligne]. [Consulté le 27 avril 2018] Disponible à l'adresse : https://eurovet.com/news/seaqual-la-nouvelle-fibre-eco-concue-issue-du-recyclage-des-dechets-plastiques-des-oceans-devoile-ses-ambitions-et-ses-nouveautes-fibres-fils-et-tissus/

Home. Better Cotton Initiative [en ligne]. [Consulté le 15 avril 2018]. Disponible à l'adresse: https://bettercotton.org/

HOPAAL, La fast fashion - plus vite et moins bien. Hopaal [en ligne]. [Consulté le 4 mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://hopaal.com/blogs/archive/la-fast-fashion.

LES PRINCIPALES MATIÈRES PREMIÈRES. Textile Addict [en ligne]. 14 Décembre 2017. [Consulté le 21 avril 2018]. Disponible à l'adresse : https://textileaddict.me/les-principales-matieres-premieres/

TROUVER, COMPARER ET ACHETER DES PRODUITS BIO, NATURELS, ÉCOLOGIQUES ET ÉQUITABLES. le guide d'achat [en ligne]. [Consulté le 30 mars 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.eco-sapiens.com/label-79-Fair-Wear-Foundation.html

HATCHUEL, Armand, 2013. Rana Plaza, la mort de l'industrie. Le Monde.fr [en ligne]. 26 June 2013. [Consulté le 19 février 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.lemonde.fr/economie/article/2013/05/26/rana-plaza-la-mort-de-l-industrie_3417734_3234.html

BOTANA, Lucia García, 2016. Guide des labels de la mode responsable. consoGlobe [en ligne]. 17 November 2016. [Consulté le 30 mars 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.consoglobe.com/labels-mode-responsable-cg.

LES PIEDS DANS LA TOILE. Les pieds dans la toile RSS [en ligne]. [Consulté le 26 mars 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.les-pieds-dans-la-toile.fr/2010/03/labels-mode-ethique/

LES PRINCIPAUX LABELS ÉCOLOGIQUES, ÉTHIQUES ET ÉQUITABLES DU SECTEUR TEXTILE | LE BLOG MODETIC. Modetic [en ligne]. [Consulté le 04 avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.modetic.com/blog/les-principaux-labels-ecologiques-ethiques-et-equitables-du-secteur-textile/

DES SUBSTANCES CHIMIQUES PRÉSENTES DANS DES VÊTEMENTS DE GRANDS FABRICANTS, 2012. rts.ch [en ligne]. [Consulté le 09 avril 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.rts.ch/info/monde/4446982-des-substances-chimiques-presentes-dans-des-vetements-de-grands-fabricants.html

OFFICE FÉDÉRAL DE LA SÉCURITÉ ALIMENTAIRE ET DES AFFAIRES VÉTÉRINAIRES OSAV. Allergies et intolérances [en ligne]. [Consulté le 23 avril 2018] Disponible à l'adresse : https://www.blv.admin.ch/blv/fr/home/gebrauchsgegenstaende/textilien.html

SWISS TEXTILES, 2013, ReachInfo. ReachInfo [PDF] [en ligne]. [Consulté le 4 avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.swisstextiles.ch/cms/upload/extranet/Textilien_und_Chemikalien/REACH_Kundeninfo_FR_Version-03-2013.pdf

RTS.CH, 2015. A bon entendeur - Vêtements : des salaires de misère. Rts.ch [en ligne]. [Consulté le 22 avril 2018]. Disponible à l'adresse : https://pages.rts.ch/emissions/abe/6095580-vetements-des-salaires-de-misere.html#6095582

LES FIBRES TEXTILES ET LEUR CLASSIFICATION. Textile Addict [en ligne]. 22 juin 2017. [Consulté le 23 avril 2018]. Disponible à l'adresse : https://textileaddict.me/les-fibres-textiles-et-leur-classification/

POUR Y VOIR PLUS CLAIR DANS LA JUNGLE DES LABELS. Startseite [en ligne]. [Consulté le 21 avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://labelinfo.ch/fr

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

EYE, Public, Vêtements et chaussures – Public Eye. Public Eye [en ligne]. [Consulté le 24 avril 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.publiceye.ch/fr/themes-et-contexte/consommation/vetements/

LES LABELS : À QUOI ÇA SERT ? Dynamique Entrepreneuriale [en ligne]. [Consulté le 18 avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.dynamique-mag.com/article/labels-quoi-sert.4995

OIT, 2017. Global Estimates of Child Labour. Result and trends, 2012-2016 [PDF] [en ligne]. [Consulté le 13 avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---dcomm/documents/publication/wcms_575499.pdf

EDIP, Alexandra, 2018. 5 ans du Rana Plaza : Faut-il boycotter les marques qui emploient des enfants ? Capital.fr [en ligne]. 24 Avril 2018. [Consulté le 27 avril 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.capital.fr/polemik/faut-il-boycotter-les-marques-qui-emploient-des-enfants-1232094

STATISTIQUES SUR LE TRAVAIL DES ENFANTS (IPEC). Danger at sea - Working in the fishing sector [en ligne]. [Consulté le 24 avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.ilo.org/ipec/ChildlabourstatisticsSIMPOC/lang--fr/index.htm

OIT, Mettre fin au travail des enfants d'ici 2025 : Analyse des politiques et des programmes. Résumé analytique [PDF], [Consulté le 13 avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.ilo.org/ipec/Informationresources/WCMS_IPEC_PUB_29878/lang--fr/index.htm

TEXTILE ÉCOLOGIQUE : GUIDE DES MATIÈRES. In : Planet Addict [en ligne]. 30 Avril 2017. [Consulté le 18 avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://planetaddict.com/textile-ecologique-guide-des-matieres/

LA SLOW FASHION. Galeries clandestines [en ligne]. [Consulté le 29 avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://www.galeriesclandestines.com/blog/1_la-slow-fashion.html

AGENCE, 20 Minutes, 2017. Adidas: Les chaussures en plastique recyclé sont disponibles à la vente. 20 Minutes, information en continu, actualités, politique, sport... [en ligne]. 21 Février 2017. [Consulté le 23 mai 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.20minutes.fr/planete/2017959-20170221-adidas-chaussures-plastique-recycle-disponibles-vente

MODE ETHIQUE, image 1ère page, disponible à l'adresse : https://i0.wp.com/blogbionature.files.wordpress.com/2014/05/conso-mode-blogbionature.jpg

EMPREINTE CARBONE, *MANGO* [en ligne]. [Consulté le 21 avril 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.mango.com/web/oi/servicios/company/rsc/carbono2.php#

Our Strategy Mainstreaming sustainability to become the new normal. *C&A: Climate* [en ligne]. [Consulté le 5 avril 2018]. Disponible à l'adresse : http://sustainability.c-and-a.com/our-approach/our-strategy/

L'éthique au coeur de l'aventure LABL. *LABL* [en ligne].[Consulté le 8 février 2018]. Disponible à l'adresse : https://www.labl.eu/pages/valeurs-ethiques-labl

[Sans nom], 2017. Nos valeurs. *AYNI* [en ligne]. 24 Janvier 2017. Disponible à l'adresse : http://www.boutiqueayni.org/notre-demarche/

Annexe 1 : Questionnaire quantitatif

Dans le cadre de mon travail de Bachelor, je suis actuellement à la recherche de solutions écolo-socio-économiques pour l'industrie du textile et de l'habillement. Ce sondage ne vous prendra que quelques minutes et vos réponses me seront d'une très grande aide.

Votre anonymat est bien évidemment garanti.

1) Etes-vous… ?

☐ une femme ☐ un homme

2) Dans quelle tranche d'âge vous situez-vous ?

☐ Entre 15 et 20 ans

☐ Entre 21 et 25 ans

☐ Entre 26 et 35 ans

☐ Entre 36 et plus

3) Quel est votre degré plus haut de formation ?

☐ Ecole obligatoire

☐ Niveau secondaire (maturité, CFC)

☐ Niveau universitaire (bachelor, master)

4) Quelle est votre situation actuelle ?

☐ Etudiant

☐ Salarié

☐ Sans activité

☐ En recherche d'emploi

5) Auprès de quelles enseignes vous rendez-vous pour acheter vos vêtements ?

☐ Groupe inditex (Zara, Bershka, Pull & Bear,…)

☐ H&M

☐ Vero Moda /Jack & Jones

☐ Mango

☐ Marque haut-de-gamme / de luxe

☐ Marques éco-responsables (Ex. : Patagonia, Freitag)

☐ Autre, (à saisir)

6) Si vous achetez vos vêtements sur internet, quelles marques commandez-vous ?

☐ Groupe inditex (Zara, Bershka, Pull & Bear,…)

☐ H&M

☐ Vero Moda /Jack & Jones

☐ Mango

☐ Marque haut-de-gamme / de luxe

☐ Marques éco-responsables (Ex. : Patagonia, Freitag)

☐ Commande online (Ex. : MissGuided, Boohoo)

☐ Je n'achète pas mes vêtements sur internet.

☐ Autre, (à saisir)

7) Sur quels critères vous basez-vous pour l'achat de vos vêtements ?

☐ Prix

☐ Tendance

☐ Provenance, traçabilité

☐ Tissu (écologique ou non)

☐ Image éthique de la marque

☐ Autre, précisez

8) Quelle est la moyenne mensuelle de vos dépenses liées au shopping (vêtement accessoires) ?

☐ Entre 0 et 50 CHF

☐ Entre 51 et 100 CHF

☐ Entre 101 et 200 CHF

☐ Plus de 200 CHF

9) Portez-vous un intérêt sur les conditions de fabrication de vos vêtements ?

☐ Oui ☐ Non

10) Comment évalueriez-vous les conditions de travail (liées à la sécurité, la santé, le travail des enfants) sur les sites de production des enseignes telles que H&M ou Zara ?

☐ Tout à fait bonnes ☐ Bonnes ☐ Acceptables ☐ Pas du tout acceptables ☐ Je ne sais pas

11) Quelles sont les lignes de vêtements éco-responsables dont vous avez déjà entendu parler ?

☐ « Conscious » de H&M

☐ « #JoinLife » d'Inditex (Zara ou Pull&Bear)

☐ « Commited » de Mango

☐ « Naturaline » de Coop

☐ Autre (Précisez)

12) Connaissez-vous certains de ces labels du textile ?

☐ OEKO-TEX

☐ BIO Equitable

☐ Max Havelaar

☐ Made in Green

☐ BioRE

☐ Autre (précisez)

13) Avez-vous déjà acheté un vêtement issu d'une production responsable et d'un commerce équitable ?

☐ Oui ☐ Non

14) Seriez-vous intéressé à acheter des vêtements issus d'une production responsable et d'un commerce équitable ?

☐ Très intéressé ☐ Intéressé ☐ Peu intéressé ☐ Pas intéressé

15) Quels sont les caractéristiques les plus importantes lors de **l'élaboration** des vêtements pour vous ?

☐ Conditions de travail dans les usines

☐ Provenance du textile

☐ Tissu naturel

☐ Confection locale

☐ Utilisation de matières synthétiques

16) Jusqu'à quel pourcentage du prix de vos vêtements êtes-vous prêt à payer en plus dans le but d'assurer des conditions de travail équitables pour les employés ?

☐ 0%

☐ entre 5% et 10%

☐ plus de 10%

17) Avez-vous déjà entendu parler du Slow-fashion ?
Le slow-fashion est un nouveau concept qui ralenti le renouvellement des collections disponibles en boutique. Il s'agit d'une solution plus respectueuse d'un point de vue humain, social, et environnemental

☐ Oui ☐ Non

18) Selon vous, comment la société pourrait-elle promouvoir le slow-fashion ?

☐ Via les réseaux sociaux

☐ Via les bloggeurs/euses mode

☐ Inciter les grands créateurs/magazines de mode à lancer ce concept

☐ Mettre en place des forums/expositions de slow fashion dans le but d'informer les consommateurs des impacts

☐ Autre (précisez)

Annexe 2 : Interview avec LABL

1) Quelles sont les valeurs, les principes de votre marque ?

LABL a été créé en avril 2017 dans le but d'apporter plus de transparence dans le secteur du prêt-à-porter. En tant que consommatrice, j'étais lassée de retrouver les mêmes vêtements à tous les coins de rue et surtout lassée par les « Made in PRC », lassée de ne pas savoir qui se cachait derrière les vêtements que je portais. En 2013, j'ai vraiment connu un revirement de situation dans ma consommation. Plus aucune marque de Fast Fashion dans mon dressing, je me tourne uniquement vers les petits créateurs français. Mais là encore, difficile de savoir qui est vraiment petit créateur ou qui se cache en fait derrière une grosse multinationale et surtout, comment être sûre que je consomme vraiment français ? Ainsi, LABL s'est créé dans le but de mettre à l'honneur des petites créatrices françaises, au savoir-faire exceptionnel, et ce, en toute transparence !

Nos valeurs sont d'assurer une totale transparence en partant à la rencontre de chacun de nos créateurs mais aussi de chacun des acteurs présents sur la chaîne de production. Nous nous attachons également à la qualité du produit. Nous nous engageons à informer le consommateur en détails sur le mode de production de nos pièces, le pays et la ville de fabrication ainsi que la composition du produit. Par ailleurs, l'environnement étant également une vraie question pour nous, nous privilégions le Made in France, Italie ou Portugal pour limiter notre impact carbone (mais aussi pour favoriser les emplois locaux). Nos créateurs s'engagent à exclure tout produit chimique de leur chaîne de production. Ainsi, nous avons choisi de supprimer définitivement le cuir de notre sélection pour des questions évidentes d'éthique et d'atteinte à l'environnement liée au tannage au chrome. Enfin, nous militons pour le « produire moins mais mieux » afin de produire en quantité raisonnable mais de manière qualitative pour assurer une plus longue durée de vie au produit et ainsi limiter nos déchets.

2) A quelle fréquence renouvelez-vous les collections ?

Nous avons quatre grands moments dans l'année : Septembre, Novembre, Mars et Mai pour la sortie de quelques nouveautés. Nous ne parlons pas de « collections » puisque nous sommes toujours sur une sélection d'essentiels bien limitée.

Rapport-Gratuit.com

3) Quelles sont les caractéristiques écologiques et sociales de ces collections ?

Comme cité plus haut, nous nous engageons à faire produire nos pièces en Europe proche (France, Italie ou Portugal uniquement) afin de favoriser les emplois locaux. Nous supprimons toute substance chimique dangereuse pour le consommateur comme pour l'ouvrier de la chaîne de production. Enfin, nous privilégions des matières aux fibres naturelles telles que le coton, le coton bio, le lyocell, le lin…

4) Collaborez-vous avec des labels du textile ?

Non.

5) Soutenez-vous le recyclage des vêtements ?

Oui, nous allons d'ailleurs bientôt lancer un grand projet autour de cette thématique dans les semaines à venir.

6) Où sont fabriqués vos produits ?

Comme cité plus haut : France à 95% pour le prêt-à-porter, Italie pour les jeans et Portugal pour les souliers et la maroquinerie.

7) Sur quels critères vous basez-vous pour choisir vos usines de production ?

Ici, ce sont plutôt nos créateurs qui choisissent leurs ateliers puisque nous sommes uniquement distributeurs. Néanmoins, voici certains de leurs critères :

- Ateliers à taille humaine et familiaux
- Respect de l'éthique et de l'environnement
- Bonnes conditions de travail accordées à leurs salariés
- Pénibilité limitée pour le personnel
- Savoir-faire

8) Est-ce que des contrôles aléatoires (concernant la sécurité et la santé au travail) sont effectués sur les sites de production par une personne interne ou externe à l'entreprise ?

Effectivement, nous organisons des contrôles à notre échelle afin de s'assurer que de bonnes conditions de travail sont offertes aux personnes de la chaîne de production.

9) Quels sont les matériaux/tissus utilisés ? Pour quelle(s) raison(s) ?

Nous privilégions dans la mesure du possible le coton bio qui est une bonne alternative au coton car sa culture demande nettement moins d'eau. Nous privilégions toujours des matières naturelles : lin, coton, soie en grande majorité et tentons désormais de supprimer définitivement les matières comme le polyester par exemple, qui est issu du pétrole.

10) Votre entreprise prend-elle en compte les impacts écologiques ?

Oui bien sûr, à notre échelle. Par exemple, toutes les livraisons à Bordeaux se font à vélo.

11) Procédez-vous à des inventaires/analyses liés à votre empreinte carbone ?

Impossible à notre échelle pour le moment, mais nous souhaiterions pouvoir le faire dans quelques années.

12) Comment fixez-vous les salaires ?

Non concerné. Nous n'avons pas encore de salariés.

13) Est-ce que votre entreprise publie des rapports de responsabilité sociale ou de durabilité ?

Pas encore. Notre entreprise est trop jeune (moins d'un an) et nous ne pouvons malheureusement pas tout entreprendre en même temps ☺

14) Avez-vous fixé des standards concernant les produits chimiques des matériaux utilisés dans l'élaboration des vêtements ?

Nous excluons de la chaîne de production des produits chimiques tels que le chrome VI, les phtalates DEHP et DBP, les produits chimiques perfluorés, le trichloroéthène et tant d'autres…

15) Avez-vous mis en place un code de conduite relatif à la gestion de la sécurité, des employés ou de l'environnement ?

Nous avons établi une charte éthique signée par l'ensemble de nos créateurs.

16) Avez-vous fixé des normes de sécurité sur les sites de production ?

Ici encore, ce sont plutôt nos créateurs qui sont concernés.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

17) Mettez-vous en place des projets de compensation des émissions de CO2 ?

Pas à ce jour.

18) Votre enseigne participe-t-elle à des œuvres humanitaires ou caritatives ? Investissez-vous dans des projets à but social ?

L'ensemble de nos invendus sont distribués à des associations comme la fondation Abbé Pierre.

19) Quelle est votre vision du futur en rapport avec le développement durable dans le domaine de la mode ?

Je suis convaincue que nous pouvons faire les choses différemment. Néanmoins, il faut du temps et de la patience. A ce jour, le milieu de la mode utilise majoritairement du polyester par exemple, peu cher. Cependant, il existe aujourd'hui plein de belles alternatives proposées qu'il faut développer. C'est aussi au consommateur de prendre conscience de son impact et de consommer différemment.

Annexe 3 : Interview avec Mango

1) Quelles sont les valeurs, les principes de votre marque ?

   Les collections que nous proposons sont pour des femmes modernes et désirant porter les dernières tendances. D'un point de vue de durabilité, nous cherchons à promouvoir le développement durable à travers toute notre chaîne de valeur.

2) A quelle fréquence renouvelez-vous les collections ?

   Nous recevons des nouveautés chaque semaine. Les collections exposées changent deux fois par mois environ.

3) Proposez-vous des collections éco-responsables ?

   Oui depuis l'année passée.

   a. Si oui quelles sont les caractéristiques écologiques et sociales de ces collections ?

   Notre collection eco-friendly s'appelle « Committed », « engagé » en français. C'est une collection très simple tout en étant à la mode. Nous utilisons exclusivement des matières recyclées ou bio, comme par exemple le coton bio et recyclé ou encore le polyester recyclé. Les coloris des pièces ont été sélectionnés en fonction de leur faible impact sur l'environnement.

4) Collaborez-vous avec des labels du textile ?

   Oui, nous avons la certification « Made in Green » depuis presque 8 ans.

5) Soutenez-vous le recyclage des vêtements ?

   En Suisse, malheureusement pas encore, mais en Espagne, Portugal et Italie nous récupérons volontiers les vêtements pour les recycler.

6) Où sont fabriqués vos produits ?

   Une majeure partie est fabriquée en Asie : Chine, Bangladesh, Inde, etc… Par contre, 18% de nos vêtements sont créés en Europe (Espagne, Portugal et Italie). Certains produits proviennent aussi du Maroc.

7) Sur quels critères vous basez-vous pour choisir vos usines de production ?

Avant de confirmer nos commandes, nous analysons et procédons à des audits pour les usines en question pour être sur qu'ils suivent correctement le règlement (Code of Conduct).

8) Est-ce que des contrôles aléatoires (concernant la sécurité et la santé au travail) sont effectués sur les sites de production par une personne interne ou externe à l'entreprise ?

Oui, des audits sont effectués surtout en Chine et en Turquie par des personnes externes à l'entreprise. Si les usines ne sont pas conformes, des délais leur sont accordés pour remédier aux problèmes. Quand le délai est échu, des audits sont réorganisés. Nous avons remarqué certains problèmes essentiellement dû à la rémunération, la santé et sécurité au travail et le nombre d'heures de travail.

9) Quels sont les matériaux/tissus utilisés ?

59% des tissus sont synthétiques et 41% sont des fibres d'origine naturelle. Nous utilisons du coton (qui est bio et recyclé pour la ligne Committed), du polyester, du Tencel (qui provient de la plante eucalyptus), du lin ou encore du polyamide. Si nous utilisons du cuir, il provient exclusivement d'animaux qui sont destinés à l'industrie alimentaire.

10) Votre entreprise prend-elle en compte les impacts écologiques ?

Oui.

11) Procédez-vous à des inventaires/analyses liés à votre empreinte carbone ?

Oui, des calculs des émissions de CO2 sont faits chaque année pour les émissions directes (transport, production) et aussi indirectes (électricité, voyages d'affaire etc.).

12) Comment fixez-vous les salaires ?

Je ne peux pas dire de chiffres. Mais chaque employé reçoit un salaire fixe et une autre partie qui dépend du chiffre d'affaire de la boutique. Chaque employé a les mêmes avantages, et les salaires hommes / femmes sont identiques.

13) Est-ce que votre entreprise publie des rapports de responsabilité sociale ou de durabilité ?

Oui chaque année. Je ne sais pas si tout le monde y a accès, je peux me renseigner.

14) Avez-vous fixé des standards concernant les produits chimiques des matériaux utilisés dans l'élaboration des vêtements ?

Oui. En 2012, nous nous sommes alliés à Greenpeace pour son projet Detox. Ils ont évalué nos produits et ont répondu positivement. En plus de cela, nous travaillons avec le laboratoire AITEX (qui fait partie de l'organisation OEKO-TEX) pour analyser toute notre production, nous voulons d'ici 2020 supprimer tous les produits chimiques dangereux de la chaîne d'approvisionnement.

15) Avez-vous mis en place un code de conduite relatif à la gestion de la sécurité, des employés ou de l'environnement ?

Dans les usines, il y a un règlement à suivre pour la rémunération, la sécurité et la santé, l'environnement ou encore les heures de travail.

16) Avez-vous fixé des normes de sécurité sur les sites de production ?

Oui. Les usines avec lesquelles nous travaillons ont un règlement à suivre. Ces sites de production doivent assurer une place de travail sûre (en cas d'incendie, ou avec les machines). Pour les usines de jeans, celles-ci ne doivent utiliser du sable pressurisé pouvoir le délaver car cela est nocif pour la santé de l'employé.

17) Mettez-vous en place des projets de compensation des émissions de CO2 ?

Je ne sais pas.

18) Votre enseigne participe-t-elle à des œuvres humanitaires ou caritatives ? Investissez-vous dans des projets à but social ?

Suite à l'accident au Bangladesh, des dons ont été versés pour garantir la sécurité des bâtiments de production.

D'un point de vue financier, nous collaborons avec l'association espagnole contre le cancer (AECC), la fondation VITA MUNDI et BARRAQUER, mais aussi la fondation de la lutte contre le sida, etc…

Nous sommes aussi bénévoles pour la Croix Rouge pour aider les jeunes en difficulté.

19) Quelle est votre vision du futur en rapport avec le développement durable dans le domaine de la mode?

Nous voulons éradiquer tous les produits chimiques de la chaîne de valeur et aussi diminuer les émissions de gaz à effet de serre. Nous cherchons à diminuer notre consommation énergétique aussi. La collection « Committed » sera de plus en plus étendue car d'ici 2022, nous voulons qu'au moins 50% du coton de nos vêtements soit durable.

Annexe 4 : Interview avec C&A

1) Quelles sont les valeurs, les principes de votre enseigne ?

   L'engagement dans la durée, l'intégrité, produire ensemble, et la responsabilisation par la confiance. Ces valeurs font partie intégrante du fonctionnement interne de C&A.

2) A quelle fréquence renouvelez-vous les collections présentées en boutique ?

   Chaque deux semaines.

3) Proposez-vous des collections éco-responsables ?

   Oui, une collection certifiée Cradle to Cradle, et une autre appelée « Wear the change »

a. si oui, quelles sont les caractéristiques écologiques et sociales de ces collections ? (matières utilisées… ?)

   Nous avons lancé l'année passée une collection de t-shirts au Brésil et en Europe fait à partir de coton 100% bio avec des conditions environnementales et sociales favorables. Aucun produit toxique n'a été utilisé et le t-shirt est 100% recyclable.

   La collection Wear the change est également produite durablement.

4) Collaborez-vous avec des labels du textile ?

   Nous collaborons avec le label OEKO-TEX Standard 100. Tous les articles fait à partir de coton bio sont certifiés par ce label. (La collection Wear the change en fait partie).

5) Soutenez-vous le recyclage des vêtements ?

   Oui tout à fait. Un programme de recyclage a été mis en place qui s'appelle « We take it back » ou en français, « nous les reprenons ». Notre boutique reprend les vêtements ou chaussures pour pouvoir les recycler et en échange, nous offrons un bon de 15% par sac, à faire valoir sur le prochain achat.

6) Où sont fabriqués vos produits ?

   Turquie, Bangladesh, Cambodge, Brésil mais aussi en France, Portugal ou Italie.

7) Sur quels critères vous basez-vous pour choisir vos usines de production ?

Nous accordons une grande importance aux conditions de travail même pour nos fournisseurs. Un programme a été mis en place pour eux spécialement. Ce programme décrit des directives au sujet des systèmes de gestion, communication et l'environnement. Par conséquent, nous travaillons avec eux s'ils respectent les règles. Un code de conduite est disponible sur internet (pas de travail des enfants, des heures de travail convenables, pas de discrimination…)

8) Est-ce que des contrôles aléatoires (concernant la sécurité et la santé au travail) sont effectués sur les sites de production par une personne interne ou externe à l'entreprise ?

Nous n'admettons aucun risque sur les lieux de travail de nos fournisseurs car nous voulons garantir un emploi correct et sécurisé. C'est la raison pour laquelle nous collaborons directement avec eux pour maximiser leur performance. Nous procédons également à des contrôles pour les aider à garantir un environnement de travail sécurisé.

9) Quels sont les matériaux/tissus utilisés ?

Nos pièces sont conçues essentiellement à base de coton 100% bio, polyester, viscose, et nous voulons que leur approvisionnement soit de plus en plus durable. Par exemple, nous voulons utiliser uniquement du polyester recyclé. De plus, nous n'utilisons pas de vraies fourrures ou d'angora.

10) Votre entreprise prend-elle en compte les impacts écologiques ?

Oui, même nos fournisseurs doivent réduire les émissions de CO2 ainsi que l'utilisation de produits chimiques

11) Procédez-vous à des inventaires/analyses liés à votre empreinte carbone ?

Oui, depuis 2006.

12) Sur quelle base les salaires sont-ils fixés ?

En boutique, la fixation des salaires est basée sur les conditions du pays. Par exemple, en Suisse un salaire va être plus élevé qu'en France. Au niveau des salaires des employés de nos fournisseurs, vous trouverez plus d'informations sur le code de conduite.

13) Est-ce que votre entreprise publie des rapports de responsabilité sociale ou de durabilité ?

Oui, un rapport de durabilité est publié chaque année.

14) Avez-vous fixé des standards concernant les produits chimiques des matériaux utilisés dans l'élaboration des vêtements ?

Oui, il existe une liste avec des standards pour les produits chimiques à ne pas utiliser. Cela répond aux exigences européennes.

15) Avez-vous mis en place un code de conduite relatif à la gestion de la sécurité, des employés ou de l'environnement ?

Nous avons mis en place un code de conduite pour nos fournisseurs. Ce code concerne les conditions de travail, l'environnement, l'anti-corruption, et les aspects légaux.

16) Avez-vous fixé des normes de sécurité sur les sites de production ?

Oui, cela est inscrit sur le code de conduite (imprimé à part)

17) Mettez-vous en place des projets de compensation des émissions de CO2 ?

Ne sait pas

18) Votre enseigne participe-t-elle à des œuvres humanitaires ou caritatives ? Investissez-vous dans des projets à but social ?

Oui. Nous avons mis en place une initiative pour le développement social que l'on appelle (CISD). Nous voulons offrir l'accès à l'éducation dans les pays producteurs. Nous collaborons aussi avec Terre des Hommes dans le but de bannir le travail des enfants.

19) Quelle est votre vision du futur en rapport avec le développement durable dans le domaine de la mode ?

Nous avons trois objectifs principaux d'ici 2020. Premièrement, notre chaîne d'approvisionnement ne rejettera aucune substance chimique dangereuse. Ensuite nous souhaitons produire les deux tiers des vêtements à partir de matières durables. Et enfin, nous voulons établir un partenariat avec nos fournisseurs qui a pour objectif d'améliorer les conditions de travail.

Rapport-Gratuit.com

Annexe 5 : Interview avec la boutique Ayni

1) Quelles sont les valeurs, les principes de votre enseigne ?

1. **Solidaire** : travailler en priorité avec les producteurs les plus défavorisés dans une démarche solidaire et durable.

2. **Direct** : acheter le plus directement possible pour maximiser la marge du producteur. Limiter les intermédiaires.

3. **Juste** : garantir un prix d'achat juste, celui-ci devant permettre au producteur de vivre décemment. Ce calcul des coûts doit être fait en garantissant le respect des critères sociaux et environnementaux minimums. Ils doivent couvrir les frais de production et un revenu décent pour le producteur.

4. **Transparent** : donner toute l'information sur le produit et les circuits de commercialisation.

5. **Qualitatif** : valoriser les savoir-faire traditionnels et l'utilisation d'ingrédients ou de matériaux naturels. Le respect de l'homme passe nécessairement par le respect et la valorisation de son environnement.

La Boutique Ayni propose des produits originaux et tendance (mode, accessoires) issus de filières qui garantissent un impact social et environnemental positif. En offrant un débouché aux petits-es producteurs-trices et artisans-es équitables du Sud mais aussi à des créateurs-trices basé.e.s à Genève, la Boutique Ayni permet de sauvegarder et de développer une économie artisanale locale. La Boutique Ayni cherche en particulier à soutenir des petites structures qui se lancent dans le domaine de l'économie sociale et solidaire, si possible dans le champ de l'entrepreneuriat collectif.

Nous souhaitons également répondre aux aspirations de la population de Genève à une consommation plus responsable, sociale et solidaire.

2) A quelle fréquence renouvelez-vous les collections présentées en boutique ?

2x par année

3) Quelle relation avez-vous avec les marques proposées dans votre boutique ?

Au-delà d'une rémunération juste et équitable, la Boutique Ayni souhaite s'engager dans le long terme avec des associations ou entreprises du commerce équitable : ceci implique des préfinancements, des soutiens annexes ponctuels et une relation économique durable même dans des moments ou la production peut connaître des problèmes (retards, hausse du prix des matières premières, etc.).

4) D'un point de vue financier, comment votre boutique fonctionne-t-elle ? (Bénéfice lié au ventes, dons, subventions…)
La Boutique Ayni vit des bénéfices liés aux ventes et ponctuellement de dons.

5) Proposez-vous des collections éco-responsables ? *Boutique Ayni : oui*

a. si oui, quelles sont les caractéristiques écologiques et sociales de ces collections ? (Matières utilisées, conditions de fabrication ?)

Notre sélection de produits est soumise à des critères sociaux et environnementaux stricts (voir 9)

6) Collaborez-vous avec des labels du textile ?

La plupart de nos produits ont des labels écologiques et équitables (GOTS, FloCert, Fair Wear Foundation, Max Havelaar).

7) Soutenez-vous le recyclage des vêtements ?

Oui, une partie des articles que nous proposons sont issus du recyclage.

8) Où sont fabriqués les produits ?

Dans différents pays en fonction des fournisseurs.

9) Sur quels critères vous basez-vous pour choisir vos usines de production ? (Boutique Ayni : accordez-vous une importance aux conditions dans les usines de production des marques que vous distribuez ?)

<u>Les critères importants pour nos choix :</u>

- La gestion démocratique des coopératives.
- Le maintien d'une production de qualité respectueuse de l'environnement.
- L'investissement des bénéfices réalisés dans la coopérative et/ou dans des programmes de développement à caractère collectif.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

-favoriser plutôt les petits projets, producteur.trice.s en démarrage d'activité, PME (plutôt que des grandes marques équitables qui ont déjà un large réseau).
- favoriser les projets qui sont en lien avec les communautés locales (attention à l'environnement, liens culturels, projets de production bien intégrés à la réalité locale) et qui leur bénéficie sur plusieurs plans (pas uniquement en terme de rémunération).
- favoriser des filières de production transparentes / disposer d'info sur toute la filière
- favoriser les projets qui font attention à soutenir le marché local pour les matières premières ou la sous-traitance (synergies locales)
- favoriser les méthodes de productions artisanales (plutôt qu'industrielles) et savoir-faire locaux
- favoriser les projets coopérativistes et associatifs (autonomie des employé.e.s)
- favoriser les projets dans lesquels le(s) responsable(s) font un bon suivi, se rendent souvent sur place
- favoriser des projets qui sont durables / relations durables

<u>Les questions que l'on pose à nos fournisseurs :</u>

- sont-ils labellisés du commerce équitable et si oui lequel ?
- lorsque les fournisseurs sont eux-mêmes les responsables de la production (ce qui n'est pas le cas de diffuseurs comme Claro par exemple), font-ils qqch de plus en dehors de rémunérer correctement les producteurs (autres financements de projets, appui à la communauté locale, micro-crédits, programmes pour les familles etc).
- si pas de labels du commerce équitable, qu'est-ce qui est fait sur le plan social: quelles garanties sociales, conditions de travail, sécurité sociale, niveau de salaires (salaire minimum ou au-dessus), travail avec la communauté, impacts sur la communauté locale, insertion de personnes sur le marché du travail (personnes au chômage, jeunes).
- les employé.e.s sont-ils syndiqué.e.s ou y a-t-il un organisme de contrôle externe ?
- ont-ils une charte / des certificats qui donnent tout ce qui est fait sur le plan social ?
- les produits sont-ils labellisés sur le plan environnemental, et si oui quels labels

(FSC,...)
- si pas de labels, qu'est-ce qui est fait comme efforts sur le plan écologique ?

10) Est-ce que des contrôles aléatoires (concernant la sécurité et la santé au travail) sont effectués sur les sites de production par une personne interne ou externe à l'entreprise ?

    Oui c'est un de nos critères pour travailler avec un fournisseur. Malheureusement, l'équipe Ayni ne peut pas se charger de ce contrôle direct ; il se fait le plus souvent via les partenaires ou les labels.

11) Quels sont les matériaux/tissus utilisés ?

    Coton organique, cuir, caoutchouc naturel, lyocell, soie, laine, …

12) Votre boutique prend-elle en compte les impacts écologiques ? Comment ?

    Les produits que nous vendons sont naturels, recyclés ou biologiques. Nous soutenons les circuits courts, et ainsi une réduction des transports de longue distance et la pollution qui en découle.

13) Procédez-vous à des inventaires/analyses liés à votre empreinte carbone ?

    Non

14) Sur quelle base les salaires sont-ils fixés ? (Tous vos employés sont-ils bénévoles ?)

    Nous avons une responsable administrative et financière à 30% rémunérée au sur la base d'un salaire de 6000 CHF brut par mois à 100%.

    Le comité de gestion est bénévole.

    Les personnes en charge de la vente sont soit bénévoles soit sont des bénéficiaire de l'Hospice général qui travaillent avec nous pour en contre-prestation une période temporaire. Les personnes placées dans notre boutique acquièrent ainsi une expérience de vente, des connaissances dans le domaine du commerce équitable et se familiarisent avec un fonctionnement associatif.

    Depuis 2015, nous avons également démarré un partenariat avec les "Fringantes", une boutique de vêtements de seconde main visant la réinsertion socio-professionnelle des femmes. En complément de la formation de vendeuse qui leur

est donnée aux Fringantes, la Boutique Ayni donne l'opportunité à une ou deux femmes de perfectionner leurs compétences dans un environnement où elles sont nettement plus autonomes. Une étape bienvenue avant de retourner sur le marché classique du travail.

Le fait de maintenir une activité et d'ajouter une ligne à leur CV a souvent des effets positifs. Une part significative des personnes ayant travaillé dans notre boutique ont retrouvé un emploi par la suite.

15) Est-ce que votre entreprise publie des rapports de responsabilité sociale ou de durabilité ? (Est-ce que la boutique Ayni prend-elle en compte les rapports RSE des marques distribuées ?)

Nous ne publions pas de rapport sur la RS mais analysons régulièrement ceux des marques que l'on distribue.

16) Avez-vous fixé des standards concernant les produits chimiques des matériaux utilisés dans l'élaboration des vêtements ?

Nous favorisons les produits naturels issus de l'agriculture biologique (tous nos articles en coton sont en coton bio), soie, laine, lyocell, cuir, caoutchouc ou les matières recyclées (cuir, sacs plastics).

17) Avez-vous mis en place un code de conduite relatif à la gestion de la sécurité, des employés ou de l'environnement ?

Non

18) Avez-vous fixé des normes de sécurité sur les sites de production des marques distribuées ?

Non

19) Mettez-vous en place, ou participez-vous à des projets de compensation des émissions de CO2 ?

Non

20) Votre enseigne participe-t-elle à des œuvres humanitaires ou caritatives ? Investissez-vous dans des projets à but social ?

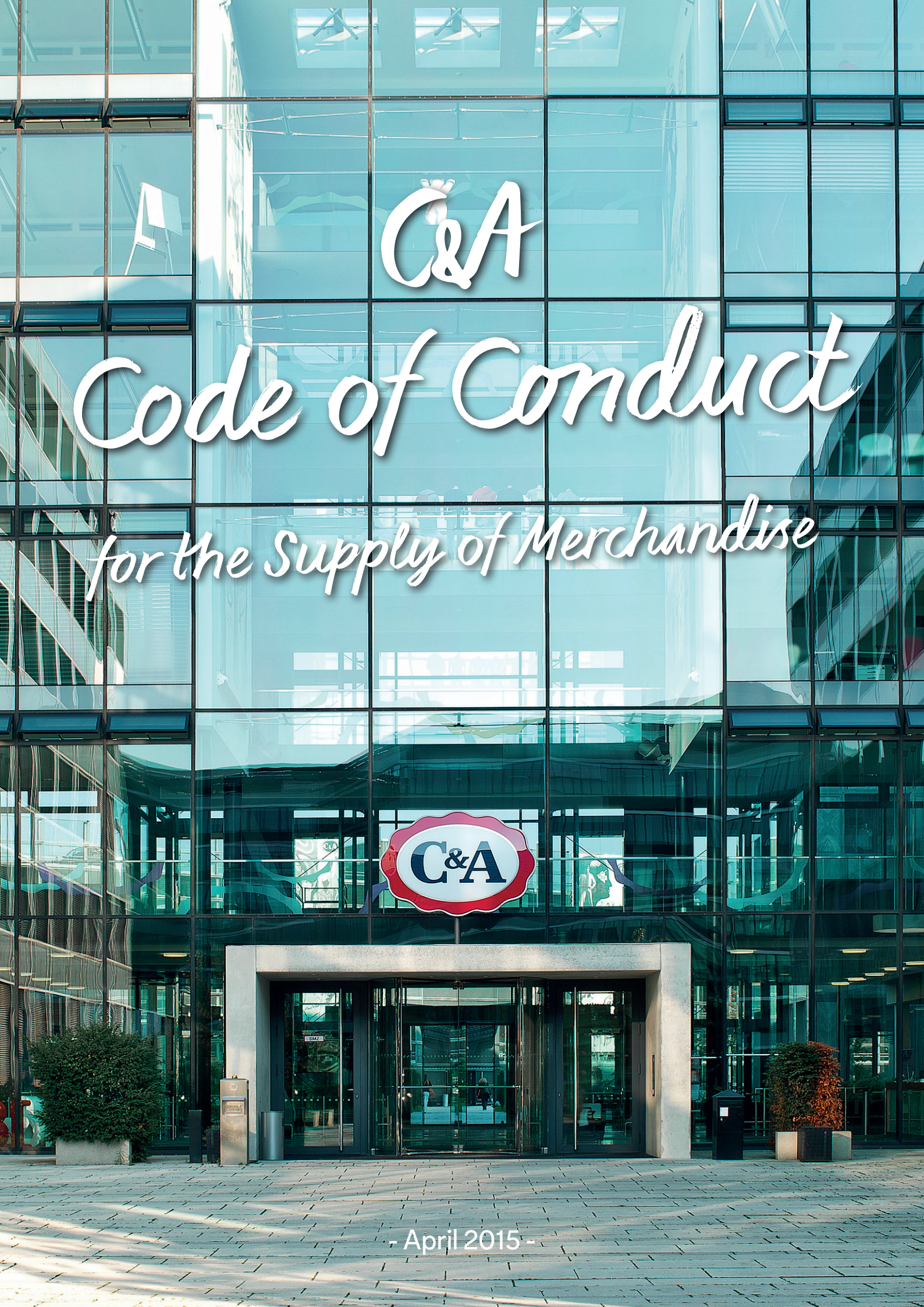
Oui, à l'origine la Boutique Ayni, sous l'égique de l'association Les Projets Waki vendait principalement des produits issus des producteur.trice.s actif.ve.s à la Casa Waki, une maison d'accueil socioéducative pour les jeunes du quartier d'El Alto en Bolivie. Les producteur.trice.s offraient des formations aux jeunes et en contrepartie nous distribuions leurs produits en Suisse. Aujourd'hui, la Boutique Ayni distribue toujours des laines et occasionnellement des céramiques dans le cadre de ce projet. La Boutique Ayni s'est récemment constituée en tant qu'association indépendante des projets Waki. Il n'est pas prévu que nous investissions dans des projets à but social tant que notre situation financière n'est pas plus pérenne. Néanmoins en offrant une visibilité à des filières socialement et écologiquement responsable et en distribuant des produits issus de projets solidaires, nous participons à la prise de conscience pour une consommation plus responsable.

21) Quelle est votre vision du futur en rapport avec le développement durable dans le domaine de la mode ?

Il reste beaucoup à faire mais on observe un intérêt grandissant et des changements de comportement chez les consommateur.trice.s. Il est urgent que le coût social et environnemental des produits de la grande distribution soit calculé et rendu public pour que les consommateur.trice.s se rendent compte de l'impact de leurs achats.

C&A Code of Conduct

for the Supply of Merchandise



- April 2015 -

Introduction

C&A's business model is to provide high quality fashion products at affordable prices.

We are committed to doing so in a sustainable way, with respect for people and the environment, while adhering to high standards of business integrity. We strongly believe that this is the only way that C&A and its suppliers can continue to be successful in the long term.

The Code of Conduct for the Supply of Merchandise ('the Code of Conduct') describes what C&A expects from suppliers regarding legal compliance, labour practices, environmental performance, and anti-corruption. Expectations related to other matters, such as quality standards, product standards, and delivery instructions, are addressed in other policies and guidelines.

The requirements in the Code of Conduct are explained further in the Supporting Guidelines to the Code of Conduct.The requirements apply to all suppliers who produce merchandise for C&A[1]. It is important to note that the provisions in the Code of Conduct constitute minimum, not maximum standards.

C&A expects suppliers to aim for continuous improvement of working conditions and environmental performance.

1. Including production units, subsidiaries, affiliates, and agents. The requirements apply not only to production for C&A, but also to production for any other third party.

Requirements

C&A adheres to the ten principles of the UN Global Compact.

C&A expects suppliers to conduct their operations in a responsible manner, and make every effort to protect people and the environment.

The table below provides a summary of the requirements in the Code of Conduct.

	Summary of Requirements
1. Legal Compliance	• Compliance with national & other applicable law at all times • Respect for intellectual property rights
2. Labour	• No child labour • No discrimination in employment • No forced labour • Respect for freedom of association and collective bargaining • No harsh or inhumane treatment • A safe and hygienic work environment • Special consideration for vulnerable groups • Regular employment • Living wages, paid on time • No excessive working hours
3. Environment	• Compliance with legal requirements • Management of environmental performance • Improvement of energy and water efficiency • Reduction of waste and emissions into the environment • Reduction of hazardous chemicals in the supply chain
4. Anti-Corruption	• No bribery and corruption

1. Legal Compliance

- Suppliers must comply with national and other applicable law at all times.
- Where the provisions of law and the Code of Conduct address the same subject, suppliers must apply that provision which affords the greater protection of workers or the environment.
- Suppliers must ensure that intellectual property rights are respected, and that unlawful copies are neither offered, nor produced.

2. Labour

The requirements in this section are based on standards of the International Labour Organisation, the Global Social Compliance Programme, and the Ethical Trade Initiative Base Code.

C&A respects human rights, and seeks to avoid complicity in human rights abuses. C&A expects suppliers to respect the human rights of workers, and to adhere to the requirements in this section.

2.1. Child Labour

- Workers must be at least 16 years of age, or older if required by local law, including regulations for compulsory education.
- Workers performing hazardous work or working during the night must be at least 18 years of age.

2.2. Discrimination

- Suppliers must not engage in, support or tolerate discrimination in employment[2].
- The sole basis for differentiating between worker must be the ability and willingness to do the job, rather than personal characteristics[3].

2.3. Forced Labour

- Workers must do their work on a voluntary basis, which means that all forms of forced labour, including bonded, indentured, and prison labour, are prohibited.
- Suppliers must not infringe upon the free choice of employment by requiring deposits, retaining identity documents, or withholding wages.
- Suppliers must allow workers to terminate their employment contract after reasonable notice.

2. Including recruitment, hiring, training, working conditions, job assignments, compensation, promotions, discipline, termination and retirement.
3. Such personal characteristics include, but are not limited to: gender, age, religion, marital status, race, caste, social backg round, diseases, disability, pregnancy, ethnic and national origin, nationality, membership in worker organizations including trade unions, political affiliation, and sexual orientation.

Rapport-Gratuit.com

2.4. Freedom of Association

- Supplier must adopt an open and collaborative attitude towards worker representation, allow workers to form or join trade unions of their own choosing, and to bargain collectively.
- Suppliers must give worker representatives access to the workplace in order to carry out their representative functions.
- Where the right to freedom of association and collective bargaining is restricted by law, suppliers must facilitate, and not hinder, workers to establish alternative forms of workers representation and negotiation.
- Suppliers must implement effective grievance mechanisms to resolve internal industrial disputes and employee complaints.

2.5. Harsh & Inhumane Treatment

- Suppliers must treat workers with dignity and respect, and not engage in or tolerate bullying, harassment[4], intimidation, violence, corporal punishment or abuse of any kind[5].
- Suppliers must establish written disciplinary procedures, explain them in clear terms to their workers, and keep a record of all disciplinary actions.
- Suppliers must make sure that disciplinary measures are proportionate, and do not include physical or mental punishment.

2.6. Health & Safety

- Suppliers must provide a safe and hygienic place to work, with sufficient light, heating, and ventilation.
- Suppliers must take precautions to prevent accidents and injury to health from occurring in the course of work, by ensuring safe handling and storage of chemicals, the safety of machinery and equipment, electrical safety, the safety, strength and stability of buildings, including residential facilities where provided, and by providing adequate safeguards against fire.
- Suppliers must provide workers with regular health & safety training, including fire safety training, training in waste management and handling of chemicals and other dangerous materials.
- Suppliers must provide access to clean toilet facilities, to potable water, and, if applicable, to sanitary facilities for food preparation and storage.
- Where provided, dormitories must be clean, safe, and meet the basic needs of workers.

2.7. Protecting the Vulnerable

- Suppliers must give special consideration to the rights of those most vulnerable to abusive labour practices, such as women, home workers, agency workers, temporary workers, and migrant workers.
- Suppliers who employ home workers must adhere to the C&A Guidelines for the Use of Home Workers, which are included in the Supporting Guidelines to the Code of Conduct.

---

4. Including sexual harassment.
5. Including physical, psychological, and verbal abuse.

2.8. Regular Employment

- Suppliers must engage with workers on the basis of a recognised employment relationship established through national law and practice.
- Suppliers must not try to avoid the legal obligations arising from such a relationship[6].

2.9. Wages

- Suppliers must compensate workers by paying wages, overtime pay, benefits and paid leave which meet or exceed legal minimum and/or industry benchmark standards, whichever is higher.
- Suppliers must compensate workers for all overtime at a premium rate, not less than 125% of the regular rate of pay, or higher if required by law.
- Wages and compensation[7] must be paid regularly and on time, and be sufficient to meet basic needs and provide some discretionary income for workers and their families.
- Suppliers must not make any deductions from wages which are not provided for by national law, or as a disciplinary measure.
- Suppliers must provide workers with written and understandable information about employment conditions, including wages, before the start of employment, and about the details of their wages each time they are paid.

2.10. Working Hours

- Suppliers must define standard working hours by contract, at a number that is in line with national law or collective agreements, with a maximum of 48 hours per week excluding overtime.
- Suppliers must make use of overtime work responsibly, not request overtime work on a regular basis, and accept that overtime is voluntary, and therefore not coerce workers to work overtime.
- Working hours may not exceed 60 hours in any seven day period, except in truly exceptional, unforeseeable circumstances[8].
- Suppliers must allow workers to take breaks, to have at least one day off in every seven day period[9], and to take statutory holidays.

Rapport-gratuit.com
LE NUMERO 1 MONDIAL DU MÉMOIRES

6. For example, through improperly applied apprenticeship schemes or excessive use of fixed-term contracts.
7. For standard working hours, i.e. without overtime.
8. And only if all of the following conditions are met: 1) allowed by national law, 2) allowed by a collective agreement, and 3) safe guards are taken to protect workers' health and safety.
9. Or two days off in every 14 day period, where allowed by national law.

3. Environment

C&A believes that good environmental performance is a prerequisite for future success as an industry. Therefore, over time, C&A expects suppliers to go beyond compliance and manage environmental performance proactively. Where needed, C&A will work closely with suppliers to help them to achieve adherence.

3.1. Legal Compliance

- Suppliers must comply with all relevant local and national environmental protection laws and regulations, and aim to meet international environmental protection standards.
- Suppliers must obtain all necessary environmental permits, and keep them up-to-date.

3.2. Environmental Performance Management

- Suppliers must have an environmental management system[10] in place, and assign responsibility for environmental performance to a senior management representative.
- Suppliers must measure energy & water use, emissions & discharges into the environment, and disposal of wastes, and disclose this information to C&A, upon request.
- Suppliers must integrate environmental impact into business decisions, take a progressive approach towards improving environmental performance, and require the same from their suppliers and subcontractors.

3.3. Resource Use & Climate Change

- Suppliers must take measures to continuously improve energy efficiency in buildings, transport & production, and make reasonable efforts to use renewable or less carbon intensive energy sources.
- Suppliers with wet processes must take measures to continuously improve water efficiency.
- Suppliers must make reasonable efforts to ensure that their purchasing decisions do not contribute to deforestation, cruel treatment of animals, or adverse impacts on vulnerable ecosystems or endangered species[11].

10. An environmental management system is a set of written policies, planning tools, and procedures to measure, manage, and report on environmental performance.
11. As defined by CITES and the IUCN red list.

3.4. Waste & Emissions

- Suppliers must take measures to reduce waste through design and operational efficiency, and facilitate reuse & recycling where possible.
- Suppliers must treat wastewater properly prior to discharge, test the wastewater as required to meet all national and local water discharge compliance standards, and share wastewater quality data with stakeholders, upon request from C&A.
- Suppliers must take measures to minimise noise pollution and emissions to air, soil, and groundwater.

3.5. Hazardous Chemicals

- Suppliers must work with C&A and their own suppliers towards the elimination of hazardous substances from the supply chain.

4. Anti-Corruption

C&A expects suppliers to adhere to high ethical standards in business practices.

- Suppliers must comply with all applicable anti-bribery and corruption laws.
- Suppliers must not offer, pay, solicit or accept bribes, including facilitation payments.
- Suppliers must have an anti-corruption policy and procedures in place, and review them regularly to ensure that they are operating effectively.

Ensuring Adherence to the Code of Conduct

C&A recognises that it can be challenging to achieve full compliance with the requirements of the Code of Conduct, but believes that this is critical for the future commercial success of both C&A and its suppliers.

Adhering to the Code of Conduct is no less important than meeting our quality standards or delivery terms.

C&A will make serious efforts to work with suppliers who are open, honest, and committed to continuous improvement, and will support them to achieve the requirements.

1. Managing Performance

- Suppliers must have an effective management system to proactively manage adherence to the Code of Conduct, and assign responsibility for compliance to a senior management representative.
- Suppliers must make workers aware of the requirements of the Code of Conduct, and train its managers and supervisors on how to achieve them.
- Suppliers must conduct internal assessments on a regular basis.
- Suppliers are responsible for ensuring compliance with the Code of Conduct by subcontractors.
- Suppliers must obtain approval from C&A for all production units, whether owned or subcontracted, prior to the start of production. The use of any unauthorised production unit is strictly prohibited.
- Suppliers may not subcontract any part of the production process without prior written consent from C&A, and only after a) the subcontractor has agreed to comply with the Code of Conduct, and b) the subcontractor has passed an audit.

2. Monitoring & Transparency

- Suppliers must allow C&A and/or its representatives to perform assessments, whether announced or unannounced.
- Suppliers must be cooperative and transparent during an assessment, and provide unrestricted access to workers, records, work areas, and to dormitories, if applicable.
- Suppliers must allow worker interviews to take place in a private setting, and must not coach workers on how to respond to questions.
- Suppliers must maintain complete and accurate records[12] so that compliance can be effectively assessed, and not manipulate information or misrepresent any aspects of its operations.
- Suppliers must allow C&A to disclose names and locations of suppliers and production units, as well as information on their performance under the Code of Conduct, to third parties.
- Suppliers must provide assistance to C&A and/or its representatives to perform audits at their own suppliers and subcontractors, upon the request of C&A.

3. Sanctions

- C&A has a confidential whistleblowing system in place called the Fairness Channel, through which all stakeholders, including suppliers, factory workers, and C&A employees, can report unethical behaviour and violations of the Code of Conduct to top management of C&A.
- In case of violations of the Code of Conduct, C&A will ask the supplier to develop an improvement plan, with C&A's support if necessary, and implement it within a certain time frame, which may vary depending on the nature of the violation.
- In case of egregious violations, including, but not limited to child labour, forced or prison labour, bribery, fraud, use of counterfeit components, and use of unauthorised production units, and/or in case of continued failure to implement the agreed improvement plans, C&A reserves the right to terminate the business relationship with the supplier, including cancellation of outstanding orders.
- C&A will hold suppliers liable for any damages and expenses incurred by C&A, including loss of revenues and/or profits, which may result from violations of the Code of Conduct by suppliers, including their subcontractor(s).

C&A wants to build long term relationships with suppliers who are genuinely committed to working together towards better labour conditions and environmental performance, and will help them to overcome the difficulties they may face.

For further clarification and guidance for implementation of the Code of Conduct, please refer to the Supporting Guidelines to the Code of Conduct, which will be updated regularly.

12. For example, working-hour records and payroll documents.