

La reprise des vêtements usagés par les marques de mode

une supercherie



Les informations contenues dans ce document ont été obtenues de bonne foi à partir de sources jugées fiables. Mais toute interprétation de ce rapport, selon laquelle ce dernier porterait des allégations à l'encontre d'une entreprise en particulier ou d'entreprises mentionnées, serait incorrecte et fallacieuse. Toutes les données, sauf indication contraire, proviennent de sources publiques, de sites web d'entreprises ou comprennent des informations sur les entreprises qui ont été directement fournies à Changing Markets. Si vous représentez une entreprise mentionnée dans ce rapport et que vous pensez qu'elle n'est pas correctement représentée, il vous est possible d'envoyer des informations complémentaires à contact@changingmarkets.org. Les auteur·ices déclinent toute responsabilité concernant les pertes directes ou indirectes résultant de l'utilisation de ce document ou de son contenu.

Ce rapport a été préparé et rédigé par Changing Markets Foundation.



www.changingmarkets.org

Conception graphique : Pietro Bruni - toshi.ltd

Publié en juillet 2023

Résumé analytique

Les dispositifs de reprise des vêtements usagés sont présentés comme une option pratique permettant aux consommateur·ices de retourner les articles dont ils et elles ne veulent plus directement aux marques et aux enseignes de la fast fashion. Celles-ci promettent de leur donner une seconde vie, soit en les donnant à des personnes dans le besoin, soit en les recyclant pour en faire de nouveaux vêtements. C&A promet par exemple de « *donner une seconde vie à vos vêtements* ». De leur côté, H&M et The North Face promettent de « boucler la boucle ».

Mais dans quelle mesure ces dispositifs de reprise des vêtements usagés tiennent-ils leurs promesses et s'attaquent-ils efficacement aux problèmes systémiques de déchets générés par l'industrie de la mode ? Cette enquête, menée entre août 2022 et juillet 2023, a entrepris de retracer le parcours des articles qui sont retournés dans le cadre de ces programmes de reprise, afin d'établir ce qu'il advient réellement des vêtements une fois déposés dans les bacs de collecte.

Grâce à de discrets traceurs Airtag dissimulés dans les vêtements, nous avons suivi en temps réel 21 articles remis à dix marques de mode (H&M,

Zara, C&A, Primark, Nike, Boohoo, New Look, The North Face, Uniqlo et M&S), dans leurs magasins au Royaume-Uni, en France, en Belgique et en Allemagne. Tous les vêtements ainsi retournés dans le cadre des dispositifs de reprise des marques étaient de bonne qualité, achetés à l'origine dans des magasins de vêtements d'occasion, et donc considérés comme pouvant être réemployés.

Après 11 mois de suivi, les résultats obtenus pour les articles tracés mettent en lumière le fossé existant entre les allégations des marques et le réel devenir des vêtements collectés. Nous avons classé les articles suivis en quatre catégories, selon le sort qui leur a été réservé : revendus en Europe, décyclés (lorsque les vêtements sont transformés en d'autres produits de moindre qualité, tels que des rembourrages) ou détruits, perdus dans les limbes (pour les vêtements restés bloqués dans les conteneurs de collecte ou perdus en cours de route), et expédiés en Afrique.

1. Décyclés ou détruits

Sept articles ont été rapidement détruits, jetés ou décyclés, soit en tant que rembourrage ou chiffons de nettoyage. Dans un cas, un article a été incinéré en tant que combustible pour produire de l'énergie dans une cimenterie. Tout cela en dépit du fait que les articles étaient en bon état et que les marques de mode affirment n'envisager le recyclage ou l'incinération que pour les articles qui ne se prêtent pas à la réutilisation ou au recyclage. Un pantalon en parfait état déposé chez M&S au Royaume-Uni a été décyclé dans une usine Veolia en l'espace d'une semaine. Trois articles en très bon état ont probablement été déchiquetés dans une usine de SOEX en Allemagne, au lieu d'être réorientés vers la réutilisation ou la revente. L'un d'entre eux était un pantalon en excellent état et dont l'étiquette était encore attachée, déposé à l'origine dans le bac de collecte de C&A en France. Cela montre

que les marques et leurs sous-traitants ne parviennent pas à trier convenablement les vêtements qui leur sont remis dans le cadre des dispositifs de reprise, et témoigne de leur indifférence à l'égard de la hiérarchie des modes de traitement des déchets, qui donne la priorité à la prévention et à la réutilisation plutôt qu'au recyclage, et encore moins au décyclage.

2. Revendus en Europe

Au total, cinq vêtements ont trouvé une seconde vie, dans une friperie ou chez un client du même continent. Un seul de ces articles a été revendu dans le pays où il avait été initialement déposé : une chemise retournée au magasin Zara d'Oxford Street au Royaume-Uni. Deux articles ont été envoyés en Ukraine pour y être revendus. Bien que la perspective de donner une seconde vie à ces vêtements soit prometteuse, le commerce de vêtements usagés en Ukraine s'est avéré être un cadeau empoisonné, qui s'ajoute au fardeau des déchets d'un pays en guerre.

3. Perdus dans les limbes

De nombreux articles se sont retrouvés pris au piège du commerce mondial des vêtements usagés, traînant pendant des mois dans des lieux et des entrepôts indéterminés ou, dans certains cas, ne quittant jamais leur lieu de dépôt d'origine. Dans ces cas-là, les programmes de reprise ne répondent manifestement pas aux objectifs communiqués par les marques. Tandis que les clients présument que les vêtements qu'ils déposent sont réutilisés ou recyclés en nouveaux vêtements dans un délai raisonnable, en réalité, ils sont laissés à l'abandon dans des entrepôts à travers l'Europe pendant une période pouvant aller jusqu'à un an. Les marques bénéficient d'un gain de réputation en instaurant un programme de reprise sans pour autant faire quoi que ce soit de ces vêtements.

4. Expédiés en Afrique

La catégorie qui suscite le plus de controverse concerne les vêtements expédiés en Afrique. En effet, pour cette catégorie, les articles entrent sur d'énormes marchés de vêtements d'occasion dans des pays dotés de systèmes de gestion des déchets inaptes à traiter les rebuts du marché, de sorte que la plupart de ces vêtements sont destinés à la mise en décharge ou à l'incinération. Deux articles C&A et deux articles H&M figurent dans cette catégorie : ils ont été expédiés en République démocratique du Congo, en Mauritanie et au Mali. Une jupe vert olive déposée au magasin H&M de Londres a effectué un voyage de cinq mois et pas moins de 24 800 km, passant par l'usine de traitement SOEX des Émirats arabes unis, puis par Bamako, au Mali, où elle a finalement été retrouvée sur un terrain vague, ce qui laisse supposer qu'elle a pu être mise en décharge ou jetée. De nombreuses enquêtes menées dans des pays africains sur la question des déchets textiles et des importations de vêtements usagés, dont la nôtre, ont révélé que 20 à 50 % des vêtements importés dans le cadre du commerce de vêtements de seconde main finissent en déchets. Il est très préoccupant de constater que les dispositifs de reprise des marques contribuent directement à ce problème.

En dehors des marques, plusieurs entreprises sont devenues des acteurs clés, décidant du sort des vêtements au sein du système. La plus importante d'entre elles, SOEX, une société internationale de collecte, de tri et de recyclage, a conclu des partenariats avec de nombreuses marques étudiées dans le cadre de l'enquête. Six articles sont passés par les usines de tri et de recyclage de SOEX en Allemagne et par son usine de traitement au Moyen-Orient, dans les Émirats arabes unis. Bien qu'en bon état et revendables, trois de ces articles ont été expédiés en Afrique tandis que les autres ont fait l'objet d'un décyclage, ce qui laisse penser que la société se préoccupe davantage d'éliminer les déchets et d'expédier le problème ailleurs que de trouver de nouveaux débouchés pour les articles en Europe. Parmi les autres

entreprises, figure ReSales Textilhandels- und -recycling GmbH, qui fait partie du groupe TEXAID. Deux articles sont passés par cette société : l'un a été incinéré pour servir de combustible dans une cimenterie et l'autre a été expédié en Mauritanie.

Comme nous l'avons observé, derrière le marketing habile des programmes de reprise, la destination finale de ces vêtements est bien plus désastreuse que ce que les marques voudraient faire croire à leurs clients. Les promesses de réutilisation ou de recyclage sonnent creux, et notre enquête révèle que les articles en parfait état sont le plus souvent déchiquetés et décyclés, ou encore expédiés à des dizaines de milliers de kilomètres aux quatre coins du monde. Ces programmes de reprise donnent aux consommateur·ices une fausse impression de responsabilité environnementale, en leur faisant croire qu'ils et elles effectuent un choix responsable.

De nombreux programmes de reprise aggravent le problème en offrant des bons, des réductions ou des points de fidélité aux client·es pour qu'ils et elles achètent aussitôt d'autres produits. En réalité, pour 13 des 21 articles suivis, les marques de mode offrent des réductions ou des bons d'achat, sous une forme ou une autre. Elles perpétuent ainsi le même modèle de fast fashion qui alimente la consommation excessive et le gaspillage, sans s'attaquer aux problèmes systémiques, par exemple en abandonnant ce modèle générateur de déchets et en investissant dans des technologies innovantes de recyclage de fibre à fibre.

L'industrie de la mode se trouve à un tournant décisif. Pour la première fois, les législateurs ont commencé à se pencher sur ses caractéristiques environnementales, et plus particulièrement sur son énorme problème de déchets, qui ne cesse de s'aggraver. Le 5 juillet 2023, la Commission européenne a publié une directive-cadre modificative relative aux déchets qui prévoit un régime de responsabilité élargie des producteurs (REP) à l'échelle de l'UE, en vertu duquel les marques de mode devront payer des redevances pour chaque produit qu'elles mettent sur le marché

afin de couvrir les coûts de collecte, tri, recyclage et élimination des produits en fin de vie. En outre, la proposition constitue une première étape vers le contrôle des exportations de vêtements usagés vers les pays du Sud. Tous les vêtements usagés seront considérés comme des déchets dans le cadre des règles proposées, jusqu'à ce qu'ils soient triés par des professionnels. À l'heure où la législation européenne progresse à grands pas en vue de réglementer le commerce des déchets et la durée de vie des vêtements que nous jetons, il est essentiel que le rôle des dispositifs de reprise des vêtements dans le cadre de ce système soit bien compris et intégré dans la législation. Nos conclusions montrent que les marques exercent très peu de traçabilité et de contrôle sur les vêtements qui leur sont retournés et sur leur devenir, même dans le cadre des dispositifs qu'elles gèrent. La responsabilité des producteurs doit inclure un tri adéquat et son financement, ainsi que des investissements visant à améliorer la gestion de la fin de vie des vêtements. La proposition législative doit également être améliorée de manière à inclure des objectifs contraignants en matière de réutilisation et de recyclage, ainsi que des mesures en amont visant à réduire la surproduction (par exemple en taxant les fibres synthétiques) et des critères contraignants en matière d'éco-conception.

Ce rapport comprend une série de recommandations politiques et de recommandations à l'intention des entreprises.



Brands Routes



boohoo



M&S



ZARA



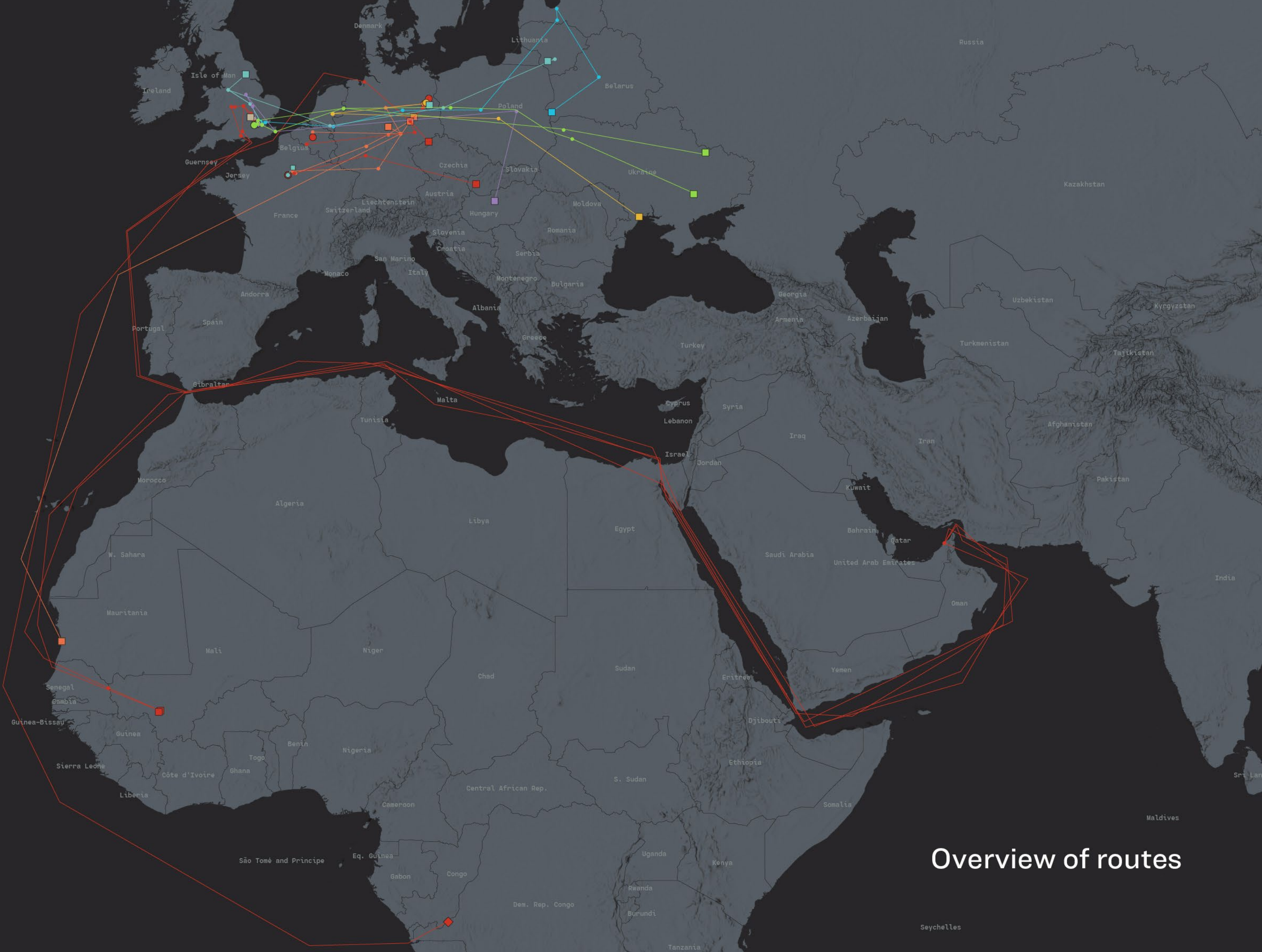
PRIMARK



Start

Journey

Destination



Overview of routes

