

# La fast fashion se met à la **seconde** main : un engagement sincère ?

Shein, H&M ou Zara, entre autres, se mettent à collecter, recycler et revendre des habits usagés. Leur engagement pour la planète est-il sincère ? Toutes ces initiatives sont-elles si écologiques que les marques le laissent croire ?

**Tribune de Genève**

MARIE MAURISSE

Rue Centrale, à Lausanne, Soraya sort du magasin C&A un sac vide à la main. « Je leur apporte mes vieux vêtements de temps en temps », explique-t-elle. « C'est agréable, parce qu'en plus de vider mon dressing, cela me permet de recevoir un bon d'achat. » Au quotidien, cette jeune femme s'habille chez H&M ou Zara, mais dit avoir conscience que l'industrie de la mode est parmi les plus polluantes au monde. Comme elle, les consommateurs se sentent de plus en plus coupables. Dans son rapport 2021, UBS prévoit une baisse de 10 à 30 % des bénéfices des marques de fast fashion dans la décennie à venir pour des raisons écologiques.

Le marché de la seconde main explose : il est passé de 40 milliards de dollars en 2020, à 177 milliards en 2022, selon KPMG. Le secteur du prêt-à-porter l'a bien compris, et prend depuis peu des mesures pour récupérer et revaloriser les vieux habits de leurs clients. Dans plusieurs magasins de Lausanne comme Zara, H&M ou C&A, il est maintenant possible de déposer deux sacs en papier de vêtements par semaine en échange d'un bon de réduction de - 15 %. Zara et H&M acceptent toutes les tenues, même les plus abîmées, et toutes les marques.

## Recyclage

Sur place, des vendeuses assurent que les vêtements collectés sont triés, revendus pour une infime partie, recyclés ou réutilisés mais surtout exportés dans des pays pauvres comme le Kenya, ce que confirme aussi une enquête de l'ONG Greenpeace. Le recyclage, surtout pratiqué par H&M, permet au groupe suédois de réaffirmer dans sa communication son engagement vers un « avenir de mode plus durable, tout en opérant de manière circulaire et en offrant des opportunités justes et égales à tous ».

En France, de plus en plus d'enseignes mettent également en place des *corners* (des coins) de seconde main comme Eram, Kiabi, Sézane ou les Galeries Lafayette. Là, il s'agit de vêtements de la marque lavés, réparés et revendus à un prix avantageux. D'autres enseignes proposent, elles, à leurs clients de rapiécer des pièces sur place, comme Jules, Patagonia, Uniqlo, H&M, Nudie Jeans. Chez Jules par exemple, il faut compter 2 euros pour un bouton, 12 euros pour un accroc sur un jean ou encore 25 euros par poche pour en changer le fond.

Les marques valorisent aussi leurs vêtements d'occasion en ligne, même si la livraison en Suisse ne semble pas encore possible. De nouveaux sites dédiés ont ainsi vu le jour : Re.Love pour Kiabi, Pre-Owned pour Zara (en Angleterre) ou Exchange pour Shein (aux États-Unis). Pour exemple, la robe camisole Zara à franges à 42,12 euros neuve se retrouve à 21,07 euros sur Zara Pre-Owned, uniquement pour les clients en Angleterre.

Shein, la marque chinoise de mode en ligne à très faibles prix et souvent poin-



tée du doigt pour son non-respect des droits des travailleurs, nous explique par e-mail que son site dédié à la seconde main « s'inscrit dans le cadre de l'engagement plus large de Shein à traiter les problèmes actuels des déchets textiles et de construire un avenir de la mode plus circulaire. » Le groupe affirme ne tirer aucun profit de ce commerce, uniquement géré par sa communauté en pleine croissance - 11.000 nouveaux clients de seconde main par jour d'après leurs propres données - et affirme œuvrer uniquement dans un souci de sobriété et de durabilité.

## 10 % des émissions mondiales de CO<sub>2</sub>

Mais toutes ces initiatives sont-elles si écologiques que les marques le laissent croire ? Dans son rapport 2022, le consultant Climate Seed l'assène : l'impact environnemental de la mode s'élève à plus de quatre milliards de tonnes de CO<sub>2</sub> par an, soit 10 % des émissions mondiales de CO<sub>2</sub> ! Cela s'explique à la fois par la production excessive de vêtements du 3<sup>e</sup> secteur consommateur d'eau, mais aussi par la destruction ou l'exportation de 80 % des invendus. En 2021, 900 millions de vêtements ont été jetés d'après l'enquête « Trashing » de la fondation anglaise Changing Markets, dont 150 millions en provenance de l'Europe. Dans ce panorama, les initiatives sur la seconde main apparaissent comme une goutte

d'eau.

Quant au recyclage, surtout pratiqué par H&M avec sa collection « Conscious », il consiste à récupérer les fibres des vêtements collectés pour fabriquer de nouveaux produits. Dans son rapport de durabilité, la marque affirmait avoir recyclé 45 % des 18.800 tonnes de vêtements collectés en 2020. Cependant, en juillet 2022, elle est incriminée pour « marketing de durabilité faux et trompeur » à la suite d'une enquête menée par le média américain « Quartz ». Qui a révélé que le groupe suédois induisait son consommateur en erreur en parlant de « recyclage », car en réalité il reconvertit simplement les fibres en isolants de maison et rembourrages de matelas. Le groupe a alors reconnu qu'il avait encore « des lacunes dans les systèmes et les technologies évolutifs de tri et de recyclage, en particulier pour les textiles mélangés ».

Le problème, c'est que plus d'un tiers des vêtements de la fast fashion est conçu à partir de mélange de matières (coton, polyester, viscose, élasthanne, etc.) et ne peut être aisément recyclé. « The Loop », seule machine au monde capable de recycler un vêtement pour en faire un nouveau, est installée dans un H&M à Stockholm. Il ne faut pas moins de trois jours et de l'ajout de fibres pour transformer un chandail en un nouveau. Dans sa plainte contre H&M, l'experte new-yorkaise en durabilité Chelsea Commodore affirme qu'il faudrait une décennie entière

pour recycler ce que le groupe vend en quelques jours ».

Les initiatives du prêt-à-porter sur la seconde main ne s'accompagnent d'aucune baisse de la production de vêtements. Au contraire : la plupart du temps, en échange des vêtements amenés aux bennes de collecte, le consommateur est incité à acheter davantage. Sans compter que, sur l'ensemble des vêtements collectés en magasin, plus de la moitié (voir infographie) font le tour du monde en passant par des centres de tri en Belgique, des entrepôts en Allemagne notamment, puis en étant exportés en Afrique afin d'être revendus sur les marchés ou finir dans des décharges à ciel ouvert.

## « Greenwashing »

Pour l'ONG Public Eye, ces actions relèvent surtout du *greenwashing*, c'est-à-dire de l'écoblanchiment. Alors, où acheter ses vêtements sans polluer ? Quelques possibilités existent près de chez nous. Sur son site, la société vaudoise Textura, spécialisée dans le recyclage de textile, se dit « guidée par le respect des fondamentaux du développement durable ». Sur 80 communes du canton de Vaud, ce sont 1.900 tonnes de vêtements récupérés annuellement dans ses bennes. Le groupe les revend dans ses boutiques ou sur le site Ateapic, ou en les louant sous forme de costumes.

L'ensemble des bénéfices de la seconde main est ensuite investi dans des

actions sociales et des projets caritatifs. C'est par exemple à Textura que Caritas Vaud donne les textiles qu'elle ne peut revendre ou donner. A travers ses cinq boutiques, bientôt six, et sa blanchisserie, l'association a récupéré 66 tonnes de vêtements en 2022. Caritas Vaud est par ailleurs le seul du pays à avoir un nouveau label d'upcyclerie : « La Boucle », qui consiste à revaloriser des tissus récupérés pour créer des vêtements et des robes pour enfants.

D'autres enseignes, cette fois commerciales, tentent d'innover. Simon's, marque suisse gérée par des jeunes de 17 et 18 ans, propose des collections en coton biologique et récupère de vieux vêtements. « On entend toujours les écologistes dire qu'il faut changer nos modes de consommation, mais les gens n'y arrivent pas », nous confie Simon Borloz, directeur-fondateur de Simon's. « Il faut que les entreprises évoluent et changent les habitudes des gens. »

Zalando vante une approche similaire : « Aider nos clients à trouver des articles d'occasion est l'un des comportements que nous essayons de leur faire adopter », nous explique Lars Mueller, son porte-parole pour l'Allemagne, l'Autriche et la Suisse. Malgré tout, le marché de la seconde main est encore loin de rivaliser avec celui du prêt-à-porter. D'après Thredup, la plateforme américaine de vente de vêtements, il faudra attendre au moins 2028 pour espérer une inversion des forces entre fast fashion et seconde main.