

# Quand la fast fashion contribue à la déforestation au Brésil

Une étude de l'ONG Earthsight pointe la responsabilité indirecte de H&M et Zara dans la déforestation souvent illégale de la savane du Cerrado.

JEAN-FRANÇOIS MUNSTER

La déforestation de la forêt amazonienne est largement documentée et médiatisée. La prise de conscience de l'impact de nos habitudes alimentaires sur cette catastrophe environnementale provoquée par l'élevage bovin et les cultures de soja est de plus en plus grande. Dans une étude publiée ce jeudi, l'ONG britannique Earthsight attire l'attention sur la destruction d'une autre zone d'Amérique du Sud très riche en biodiversité qui passe largement sous les radars : celle du Cerrado, une région de savane s'étendant sur près d'un quart du Brésil au sud de la forêt amazonienne.

Ici, ce ne sont pas nos habitudes alimentaires qui sont en cause, mais bien nos habitudes vestimentaires car le grand responsable de cette situation, c'est le coton. Basée sur des images satellites, des registres de transport, des jugements, des enquêtes de terrain, l'enquête d'Earthsight montre que, de manière indirecte, ce sont des grandes marques textiles et les consommateurs occidentaux qui alimentent cette déforestation.

## Expulsions

Le constat tout d'abord : la destruction en cours dans le Cerrado s'aggrave. Elle a progressé de 43 % en 2023. Plus de la moitié du Cerrado a été défrichée pour l'agriculture à grande échelle ces dernières décennies et des centaines d'espèces sont menacées d'extinction suite à la perte de leur habitat. La culture du soja est en cause, mais aussi celle du coton. Au cours de la dernière décennie, les exportations de coton brésilien ont plus que doublé faisant de ce pays le deuxième plus gros exportateur au monde. La plus grande partie ce coton provient du Cerrado.

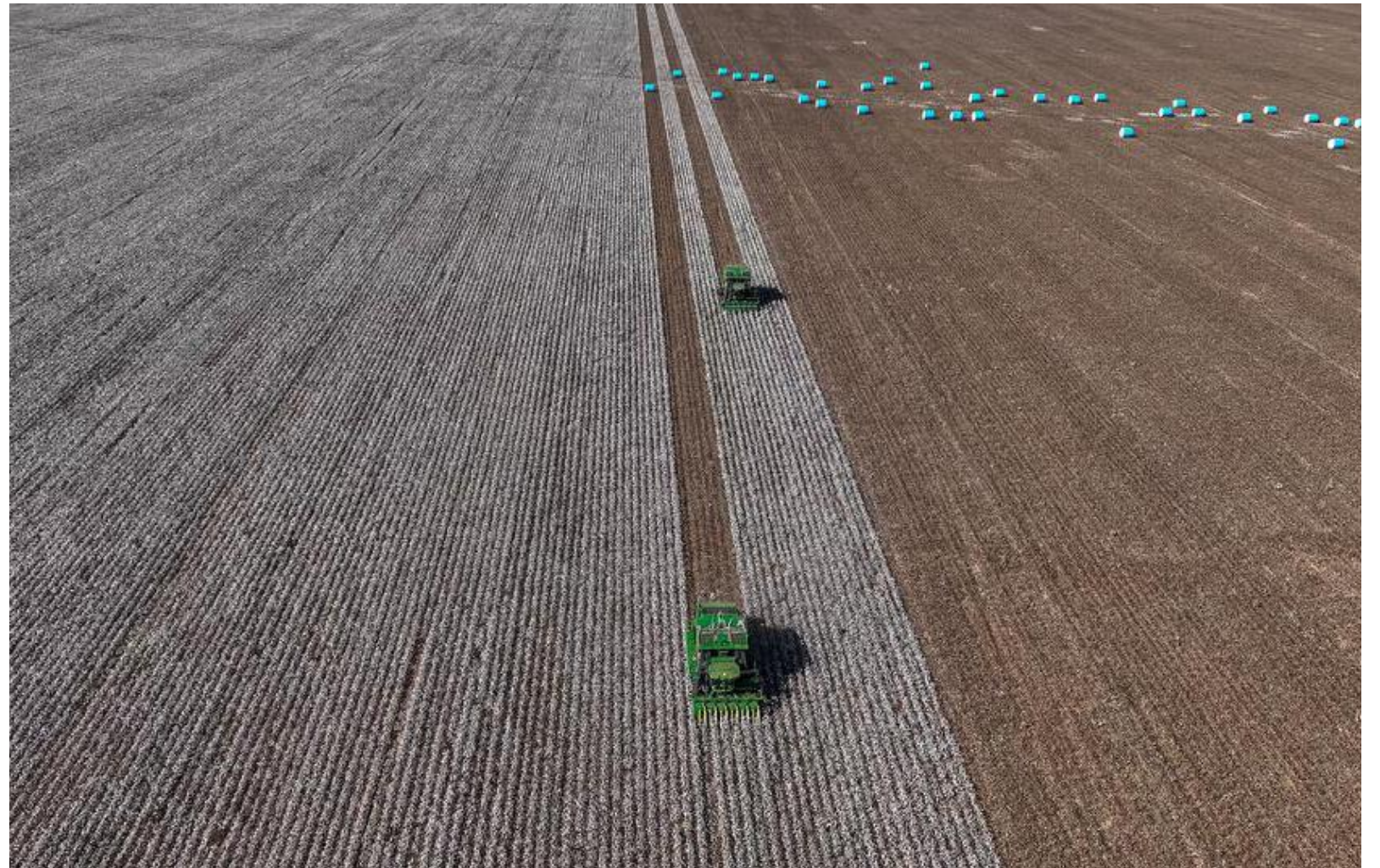
À la manœuvre, on retrouve une poignée de grands propriétaires terriens qui, selon Earthsight, se sont souvent appropriés ces terres de manière illégale. « Les populations locales qui vivaient en harmonie avec le Cerrado depuis des siècles ont été chassées de leurs terres, empêchées de mener des activités de subsistance, soumises à la surveillance, à l'intimidation et au vol de bétail par les hommes armés des domaines », peut-on lire dans ce rapport. Ces fermes industrielles ont « un long historique d'injonctions judiciaires, de dossiers de corruption et des millions de dollars d'amendes liées au défrichage d'environ 100.000 hectares de terres ».

Les investigations de l'ONG se sont concentrées sur deux des plus grands producteurs de coton du Cerrado : SLC Agrícola et Grupo Horita. Elle a identifié huit fabricants asiatiques de vêtements qui s'approvisionnent chez eux et qui, dans le même temps, vendent leurs produits finis aux deux géants de la fast fashion : Zara (Pull&Bear, Bershka, Massimo Dutti...) et H&M.

## Un label critiqué

« Si vous avez des vêtements, des serviettes ou des draps en coton de chez H&M ou Zara, il se peut qu'ils soient tachés par le pillage du Cerrado », explique Sam Lawson, directeur d'Earthsight. « Ces entreprises parlent de bonnes pratiques, de responsabilité sociale et de systèmes de certification, mais tout cela semble aujourd'hui aussi faux que les arrangements de leurs vitrines. »

Interpellés, H&M et Zara renvoient



L'ONG Earthsight attire l'attention sur la destruction d'une autre zone d'Amérique du Sud très riche en biodiversité qui passe largement sous les radars : celle du Cerrado. © DR

vers BC (Better Cotton Initiative), le principal programme de durabilité pour le coton à l'échelle mondiale qui certifie les vêtements des deux chaînes. De son côté, BC nie toutes les allégations et indique que les rapports les plus récents des auditeurs tiers n'ont pas identifié de soucis. BC s'est tout de même engagé à mener une enquête complémentaire et a durci ses règles. Sans convaincre Earthsight. « BC a été accusé à plusieurs reprises par le passé de pratiquer l'écoblanchiment, de ne pas permettre une traçabilité complète des chaînes d'approvisionnement, de ne pas protéger les droits de l'homme. Comme par hasard, ses règles ont été mises à jour le 1<sup>er</sup> mars, mais elles restent truffées de lacunes, de conflits d'intérêts et d'une mise en œuvre insuffisante. » Ainsi, BC s'est engagé à ne plus certifier du coton issu de zones de culture qui étaient précédemment des écosystèmes naturels, mais cela ne concerne que les conversions ayant eu lieu après le 31 décembre 2019.

Pour Earthsight, c'est via la réglementation que l'on pourra s'attaquer au problème. Il salue la directive sur le devoir de vigilance des entreprises en matière de durabilité qui doit encore être adoptée par le Parlement européen et qui impose aux entreprises d'atténuer et de rendre compte de l'impact de leurs activités et de leurs chaînes d'approvisionnement sur les droits de l'homme et l'environnement. Même si le texte a été fortement affaibli suite à la pression de certains Etats, l'ONG y voit une avancée car il rendra les multinationales responsables de ce qui se passe dans leur chaîne d'approvisionnement.

Earthsight place aussi des espoirs dans la nouvelle directive sur la déforestation qui contraint les entreprises qui mettent sur le marché européen des produits tels que de la viande de bœuf, du soja, du café, du cacao, du bois... à s'assurer qu'ils n'ont pas été produits sur des terres déforestées récemment. Pour l'heure, le coton ne figure pas dans la liste, mais l'ONG espère qu'il sera ajouté lors de la première évaluation de la réglementation.

## L'experte « Il faut régénérer le système »



Dans les collections de fast fashion (Zara, H&M...), il y a un nouvel arrivage toutes les semaines, ça fait quand même 52 collections par an

Catherine Dauriac  
Journaliste et autrice du livre  
« Fashion Fake or Not »



ENTRETIEN  
JULIE HUON

Catherine Dauriac, autrice du livre *Fashion Fake or Not*, paru en avril 2022, est présidente de l'aile française du mouvement Fashion Revolution, né au lendemain de l'effondrement de l'usine Rana Plaza, au Bangladesh, le 24 avril 2013. L'ONG est présente dans 75 pays (dont la Belgique) et milite pour une mode plus éthique et responsable.

### De toutes les marques de fast et ultra-fast fashion, laquelle est la pire ?

Elles sont toutes pires dans leur genre. Que ce soient les douze salopards, comme on les appelle, qui refusent toujours de signer le Bangladesh Pact : Amazon, Ikea, l'association familiale Famille Mulliez (Auchan, Decathlon), Levi's, etc. Ou l'ultra-fast fashion - portée par des marques comme Shein et Temu qui misent sur le renouvellement super rapide : de 2.000 à 4.000 pièces nouvelles sur leur site tous les jours. C'est un cheval de Troie : captation de données, pillage... *Envoyé spécial* montrait récemment une PME française de tampons encreurs pour enfants obligée de fermer parce qu'elle avait retrouvé tous ses modèles sur Temu au quart du prix. Tout en plastique, bourrés de Pfas et de perturbateurs endocriniens...

### C'est quoi la différence entre la fast et l'ultra-fast ?

Dans les collections de fast fashion (Zara, H&M...), il y a un nouvel arrivage toutes les semaines, ça fait quand même 52 collections par an. Autrefois, jusque dans les années 2000, on en avait deux : le printemps/été et l'automne/hiver. L'ultra fast fashion, c'est tous les jours. Et tout en avion : l'ONG suisse Public Eye a révélé que 700.000 tonnes de prêt-à-porter sont acheminées chaque jour par des marques comme Shein, Bershka, Zara...

Et quand H&M, par exemple, parle de transparence, de traçabilité, d'effort

### environnemental, on peut y croire ?

Comment pourriez-vous croire que la personne en photo sur leur site est celle qui a fait votre tee-shirt ? Impossible ! On sait très bien que H&M et Zara passent commande à une usine qui utilise des cascades de sous-traitants qui vont leur permettre de tenir la cadence. Il n'y a aucune transparence. Primark a fait une campagne de RSE (responsabilité sociétale des entreprises) avec de l'empowerment féminin, comment la boîte forme les ouvrières, etc. *Bullshit !* Qu'elle arrête déjà de surproduire.

### Il vient d'où, ce besoin de surproduction ? Il est arrivé quand ?

Vers 2010, il y a eu une accélération liée à la montée en puissance des réseaux sociaux, des influenceurs, de la publicité à outrance, d'une incitation à l'achat de plus en plus forte et d'une chute des prix dans le vêtement. Il y a eu un emballement. Aujourd'hui, on parle de transition écologique, mais jamais de régénération ! Comment régénérer le système ? Il faut se demander dans quelle civilisation nous avons envie de vivre. Avec des esclaves, des enfants au travail, des camps de concentration comme ceux des Ouïghours en Chine, du travail forcé dans les usines ou les prisons pour copier à toute vitesse ce qui sort des défilés ? Non, désolée, je n'en ai pas envie.

### Alors quoi ?

Alors on fait des lois. En France, l'Assemblée nationale vient d'adopter des mesures visant à freiner la fast fashion ; elles doivent être examinées par le Sénat. Elles comprennent par exemple une interdiction de la publicité pour ce type de produits... Et puis on informe le grand public, comme avec Fashion Revolution qui mène des actions dans les lycées, les écoles de mode... Il fête ses dix ans cette année et du 15 au 24 avril (triste anniversaire de la tragédie du Rana Plaza), dans le monde entier, des ateliers de savoir-faire prendront place dans les rues où on va apprendre aux gens, tout simplement, à réparer.