

LE TEMPS

L'invité Mardi 02 septembre 2014

Nouveaux enjeux pour la Chine, leader de l'industrie du vêtement

Par Maximilian Martin, fondateur Impact Economy

Avec 255 milliards de dollars d'exportations, la Chine est le premier exportateur mondial de textile. Mais des appels à l'aide d'ouvriers cousus dans les vêtements attirent de nouveau l'attention sur ce qui ne va pas dans cette industrie

Une fois de plus, le récent tollé sur le détaillant de mode britannique Primark – qui aurait éventuellement vendu des vêtements provenant de Chine issu du travail forcé dans un camp de prisonniers – a agité le monde de l'habillement et des chaussures. Cousues dans des vêtements, des étiquettes d'appel à l'aide peuvent bien être le produit d'un canular lancé au Royaume-Uni. Authentiques ou pas, elles ont à nouveau dirigé l'attention sur ce qui ne va pas dans l'industrie, et aussi aux conditions de travail en Chine.

Il y a plus de 2000 ans, la dynastie Han mettait en place la première Route de la soie, alimentée par le commerce très lucratif de la soie chinoise. Aujourd'hui, avec 255 milliards de dollars d'exportations, la Chine est le premier exportateur mondial de textile. Le marché chinois du vêtement est en passe de devenir le plus grand du monde et les modèles de consommation sont en train de changer: les consommateurs chinois recherchent de plus en plus des produits qui les individualisent. Et ils sont chaque jour plus nombreux, en portant les créations «made in China» de stylistes qui se sont illustrés cette année lors des fashion weeks de New York, Paris ou Milan.

A l'image de Zhang Huishan, présent à la dernière fashion week de New York, beaucoup de stylistes chinois en vogue font face au même obstacle: ils doivent se battre pour convaincre les consommateurs que les produits qui ont le style et la qualité qu'ils recherchent peuvent être produits en Chine. Alors même que le pays vise à devenir la première puissance commerciale, ses usines produisent des produits toujours plus sophistiqués pour des clients du monde entier. C'est pour cela que le gouvernement chinois a annoncé une stratégie d'ouverture dans son plan quinquennal de 2011 – 2015. Cela témoigne d'une préoccupation pour le développement durable, la mise à niveau de son industrie et la promotion de la consommation domestique.

L'industrie chinoise, forte de ses ressources et de sa main-d'œuvre, a aujourd'hui l'opportunité d'améliorer ses chaînes de production et de porter l'image du «made in China» au niveau supérieur. Les leçons du passé ont été tirées: les «villages du cancer» dus à la pollution industrielle ont été publiquement reconnus pour la première fois en 2013. La Chine est aujourd'hui le plus grand producteur de produits chimiques, mais elle en a interdit 58 et dans son plan quinquennal, le gouvernement a placé sept industries, dont le textile, comme priorités pour la prévention et le contrôle de la pollution. Il s'agit là d'une excellente nouvelle – et le signe d'une tendance plus large.

Au moment où les entreprises chinoises s'orientent vers une plus grande valeur ajoutée, l'industrie mondiale du textile se dirige vers la transparence de ses chaînes de production. Après l'avènement d'une mode rapide à la fin des années 90, un nouveau tournant se dessine aujourd'hui, caractérisé par une plus grande conscience mondiale des problématiques sociales et environnementales de l'industrie textile. Les conditions de travail et de sécurité désastreuses dans ce secteur ont été révélées au public en avril 2013, lorsqu'une usine d'habillement s'est effondrée au Bangladesh, tuant plus de 1'100 ouvriers. Suite à cette catastrophe, les marques européennes se sont engagées à travers accord sur les incendies et la sécurité des bâtiments, les marques américaines avec l'alliance pour la sécurité des travailleurs. Comme il en a été discuté dans un précédent article de cette série, les deux initiatives visent à remédier à deux problèmes récurrents dans l'industrie du Bangladesh: les incendies et la sécurité des bâtiments.

A la différence de l'économie bangladaise, basée à plus de 80% sur le textile, l'économie chinoise est très diversifiée. Pourtant, même en Chine, la transparence des chaînes de production va rapidement devenir un facteur de création de valeur. Afin d'envisager la totalité des opportunités, la dure réalité doit être abordée: les problèmes dans l'industrie du textile et de l'habillement sont profonds et nécessitent une solution systémique. Dans tous sites de production, d'importants problèmes sociaux et environnementaux se retrouvent à l'étape de la fabrication. Alors que les aspects négatifs de ces enjeux sont ceux qui concentrent le plus l'attention, de grands gains potentiels de productivité (économiques, sociaux ou environnementaux) restent largement inexploités. Afin de mener à un réel progrès, l'équation de cette amélioration doit tenir compte à la fois des mauvais et des bons côtés. La refonte des processus de production, par une amélioration des infrastructures et de la formation, permettrait d'économiser d'immenses quantités d'intrants chimiques, d'énergie et d'eau. Il est donc possible de concilier des conditions de travail humaines avec une meilleure empreinte écologique, tout en améliorant la productivité.

La problématique des chaînes de production va vite devenir capitale pour l'industrie chinoise du textile. Avec plus de 100 000 usines, plus de 10 millions d'employés, des marques à succès telles que Bosideng, Li Ning ou My & City, qui visent un développement international, les changements qui s'opèrent aujourd'hui sont largement liés au contexte social et économique national, marqué par l'ouverture. Durant les soixante dernières décennies, la Chine a connu une énorme croissance économique et une forte urbanisation, avec une classe moyenne supérieure en rapide croissance et qui devrait d'ici à 2025 représenter 75% de sa population. Alors que des centaines de millions de Chinois sortent de la pauvreté, le nombre de ces consommateurs – qui demandent entre autre des produits durables – va augmenter considérablement.

L'opportunité d'allier valeur ajoutée et développement durable est énorme. Alors que l'industrie du vêtement commence à tirer les leçons du Rana Plaza, avec un cadre légal qui se rigidifie, et une conscience des consommateurs qui se développe, les chaînes de valeur durables seront la clé pour que les marques chinoises augmentent leur compétitivité sur les marchés occidentaux et japonais. L'importance de chaînes de production alliant meilleures conditions de travail et empreinte écologique moindre devient chaque jour plus claire, tant en terme d'éthique que de compétitivité. Le temps est venu pour le roi du vêtement, ses marques et ses designers en vogue de s'engager activement dans cette voie.

