



Croyances environnementales des
consommateurs :
le cas du textile
Comment favoriser l'acculturation des
consommateurs à la pensée cycle de
vie ?

Isabelle Robert

Maître de conférences en sciences de gestion
Institut du Marketing et du Management de la
distribution

Université de Lille

De la slow fashion à la mode circulaire

- Naissance depuis 2006 d'un mouvement de marché dénommé « slow fashion »;
- Slow fashion: « philosophie d'écoute et d'intégration des attentes de l'ensemble des parties prenantes de la chaîne de valeur couplée à une analyse des impacts de la mode sur l'environnement, l'humain et plus généralement sur l'ensemble des écosystèmes » (Fletcher, 2008)
- Trois composantes clés de la slow fashion selon Clark (2008) :
 - La valorisation des ressources et des économies locales;
 - la transparence de la chaîne de valeur et plus précisément du système de production;
 - l'extension de la durée de vie des produits.



La mode circulaire

- D'un modèle linéaire de l'industrie du textile basé sur le triptyque "Produire, utiliser, jeter" à une mode circulaire reposant sur les trois domaines de l'économie circulaire (ADEME):

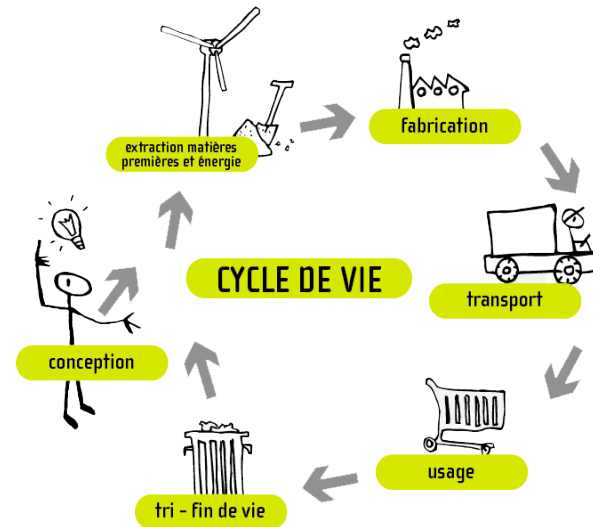


- **Offre des acteurs:** Achat et culture durables, éco-conception des process et produits, émergence nouveaux Business models (économie de la fonctionnalité)...
- **Demande et comportement des acteurs:** achat, propriété vs usage, entretien, réparation, upcycling...
- **Gestion des déchets:** valorisation des produits en fin de vie (recyclage en boucles fermées ou ouvertes)

La mode circulaire: une approche mixte « cycle de vie » et « parties prenantes »



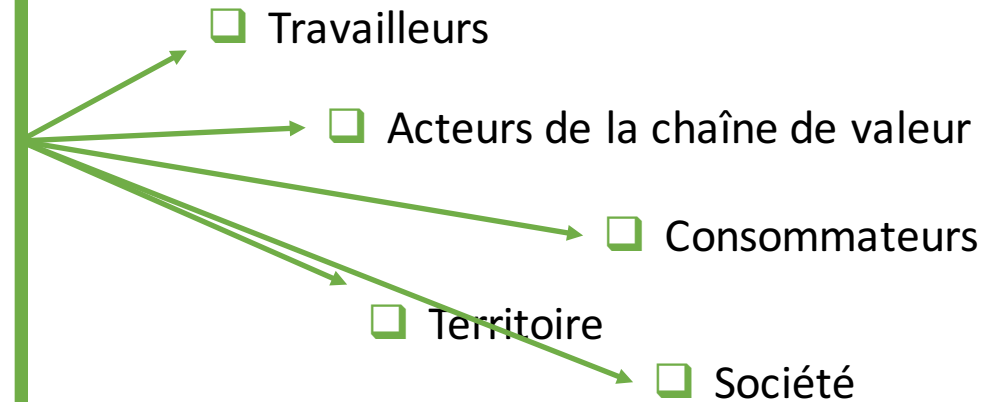
Approche ACV classique
- Pensée cycle de vie



- Emission de gaz à effet de serre;
- Consommation d'eau;
- Epuisement des ressources;
- Ecotoxicité...

Les impacts étudiés

Approche ACV sociale / territoriale
- performances sociales (RSE)
- impacts sociaux (relations de cause à effet)
- ancrage territorial



- Droits humains;
- Conditions de travail;
- Santé et sécurité;
- Contribution au développement local

Identification des freins à l'essor de la slow fashion dans la revue de littérature

- Manque de connaissances, de compétences et de compréhension du lien consommation-environnement surtout dans le domaine du textile (Thogersen, 2005, Connolly et Prothero, 2003...)
- Importance de la théorie de la dissonance cognitive (Festinger, 1957) qui consiste à délaissier l'attribut environnemental ou éthique lors du processus d'achat (pratique prédominante lors de l'achat d'un vêtement.) Principe de la dissonance cognitive: quand une information vient contredire le comportement récurrent d'un individu, ce dernier va tenter de réduire cette tension psychologique en niant l'information qui dérange.



Identification des freins à l'essor de la slow fashion dans la revue de littérature

- Développement des stratégies d'ignorance volontaire (Sirieix et al 2008) qui ne remettent pas en cause les modes de consommation (routines ordinaires, comportements fortement ancrés voire ritualisés) Stratégies difficile à remettre en cause pour les raisons suivantes:
 - la recherche de marques éthiques est couteuse (temps et efforts nécessaires pour adopter un comportement produrable sont considérés comme des coûts importants);
 - le manque d'offre en termes de taille, de style et d'assortiment incitent les consommateurs à ne pas changer leurs habitudes.
- L'attribut éthique est souvent associé à une perception négative des vêtements durables, moins fashion, moins élégants, moins bien ajustés, voire hippie !...(Luchs, Naylor et Raghunathan (2010) ;



Identification des freins à l'essor de la slow fashion dans la revue de littérature

- Scepticisme ambiant quant à la crédibilité et la légitimité des nouvelles offres (Rumpala, 2009) peut conduire les individus à ignorer ces nouvelles données (Cooper, 2008);
- Référence à la théorie de la neutralisation qui trouve un formidable écho dans le domaine du textile. Cette théorie est incarnée par quatre types de dénis (Chatzidakis, Hibbert et Smith, 2007, Rodhain, 2013):

- le déni de responsabilité: rejet de la responsabilité sur les autres acteurs;
- le déni des préjudices: le consommateur estime que son action n'a pas d'effet étant donné les efforts à faire: sentiment d'impuissance ou manque d'auto-efficacité....
- condamner les juges : attaquer les acteurs de la cause (ex: organismes certificateurs) pour justifier son manque d'action;
- une autre priorité : je peux faire une entrave à ma propre éthique dans un domaine car je suis vertueux dans d'autres domaines.



Objectifs de cette communication

Principal objectif : décrypter et comprendre les croyances environnementales des consommateurs dans le domaine du textile, et plus précisément:



- Identifier les croyances spontanées concernant les impacts environnementaux du textile;
- Répertorier les réactions des consommateurs face aux vrais impacts environnementaux (à l'aide de l'ACV sur le Tee-shirt).

Méthodologie

- Méthode basée sur une recherche qualitative;
- Reposant sur 32 entretiens semi-directifs avec des consommateurs âgés de 17 à 54 ans, hommes et femmes, de situations familiales et de CSP variées.
- Guide d'entretien structuré autour des cinq points suivants:
 - le processus d'achat d'un vêtement,
 - l'identification des connaissances environnementales des informants dans le domaine du textile;
 - Identification spontanée des étapes les plus polluantes d'un vêtement (ex du Tee-Shirt);
 - Perception et réaction des consommateurs lors de la présentation d'une ACV d'un tee-shirt ;
 - Solutions envisagées par les consommateurs
- Thématique de l'ACV du Tee-shirt construit à partir du document ACVTEX
- Durée des interviews entre 45 minutes et 1h10





Une déconnexion
totale de la
consommation de
vêtements avec
l'environnement

Un niveau de connaissance des impacts environnementaux faible, voire très faible...



- Quasi-ignorance des effets environnementaux de la consommation de vêtements
- Difficulté pour certains répondants d'échanger sur le sujet car il leur est totalement inconnu et loin de leurs préoccupations. Résultats identiques au recherche antérieure (Connolly et Prothero en 2003, Ekström en 2014)...
- Verbatims:
 - *« Non parce que on en entend pas beaucoup parler. Quand on parle de pollution on parle souvent des pesticides dans les champs, la nourriture... mais pas trop niveau textile. » (Sophie, 32 ans)*
 - *« On n'y pense pas quand on achète, clairement c'est pas comme ceux qui mangent bio et qui font attention aux pesticides présents dans les aliments pour protéger leur santé. Là tu n'as pas la pensée santé quand tu achètes un vêtement, à part pour les bébés peut-être. » (Justine, 27 ans)*

...Mais un principe d'ignorance délibérée fortement ancré dans le domaine du textile.



- Le manque de lien entre consommation et effet sur l'environnement expliqué également par une volonté délibérée d'ignorer les effets négatifs d'un vêtement.
- Inscription de l'achat de vêtement à la fois dans un registre émotionnel et identitaire : le vêtement étant considéré comme une véritable extension de soi (Belk, 1988), comportement différent dans l'univers de la consommation alimentaire, cosmétique...
- Délaissement de l'attribut environnemental ou éthique lors du processus d'achat fortement présent lors de l'achat d'un vêtement:
 - « *Quand j'achète je suis tellement dans la frénésie que... Je ne pense pas vraiment à autre chose que mon achat en lui même...* » (Marie, 24 ans),
 - « *Je n'y pense pas vraiment, j'y pense juste un peu quand je vais à Primark parce que quand je vois les vêtements à deux euros, je me dis qu'il y a forcément anguille sous roche.* » (Sophie, 32 ans).
- Cependant une plus grande connaissance des externalités sociales négatives (travail des enfants, conditions de travail...) mais forte dissonance entre les attitudes et les comportements



Les fausses croyances environnementales

Une hiérarchisation spontanée des étapes du cycle de vie les plus polluantes erronée

- Pour la majorité des répondants, le transport apparaît comme l' étape la plus nocive sur le plan environnemental dans le cycle de vie d'un Tee-shirt.
- Verbatims:
 - *« Je pense que c'est l'envoi dans les pays. Oui je pense que c'est la distribution et le transport qui sont les plus polluants » (Justine, 27 ans) ;*
- Confirmation des idées reçues sur l'impact environnemental du transport dans l'ACV d'un Tee-shirt: Présentation d'un résultat de l'ACV: *« l'impact environnemental du transport maritime des produits textiles représente moins de 1% du total des impacts environnementaux de la filière » (ACVTEX)*
- Verbatims:
 - *« Je ne pensais pas, c'est intrigant. Je pensais que le transport était l'étape la plus polluante » (Christophe, 38 ans)*
 - *« Je pensais que c'était l'inverse... j'aurai pas du tout dit ça. C'est un préjugé que j'avais. On nous dit toujours d'utiliser les transports en commun... Parce que pollution on imagine trafic etc. » (Damiens, 33 ans)*



Une association produit naturel = produit moins polluant



- Un manque d'identification pour la moitié des consommateurs interviewés des impacts de la culture du coton: corrélation forte entre l'imaginaire d'un produit naturel et son faible impact environnemental comme l'attestent les deux verbatims suivants:
 - "Je pense que les matières synthétiques ont plus d'impact sur l'environnement. En plus, elles sont plus susceptibles d'irriter la peau, je préfère acheter du coton » (Julie, 25 ans)
 - « les matières synthétiques, ce sont des produits non naturels donc polluants » (Paul, 31 ans)
- Mais une connaissance de l'impact de la production des fibres qui s'affine chez les plus répondants les plus jeunes:
 - « Ensuite, je crois que le coton, c'est considéré quand même le plus polluant, parce que rien que pour sa fabrication c'est juste une horreur. Donc coton en premier, polyester comme c'est du plastique, le nylon je ne sais pas vraiment de quoi c'est fait, mais je dirais le nylon . » (Tiffany, 24 ans)



Les connaissances
acquises

L'étape « transformation » dans le cycle de vie: une étape identifiée comme polluante pour les consommateurs

- Utilisation de produits chimiques (pour la teinture) dans l'étape de conception des vêtements apparaît très négative sur le plan environnemental pour les répondants:
 - *« Ah je me dis les produits chimiques pour la coloration, dès qu'il y a du synthétique, enfin je connais pas trop comment c'est fait le synthétique mais je pense que ça doit aller chercher des produits bien chimiques après aussi du traitement un petit peu le traitement des vêtements, le travail du cuir tout ça. »* (Quentin, 27 ans)
 - *« c'est la fabrication du textile.... on parle de pollution..... les rejets d'eau... »* (Marion, 29 ans)
 - *« la fabrication, en général, du tissu, comme je l'ai dit avant, quand on fabrique on pollue.... Les produits chimiques de traitement pour le recyclage ! »* (Pierre, 45 ans)



Une bonne compréhension du lien qualité d'un produit et réduction des impacts environnementaux

- Confirmation de la connaissance des consommateurs sur le lien qualité du vêtement – durabilité et réduction des impacts
 - « Oui ça me paraît logique car on a tendance à en acheter plusieurs des produits pas chers en plusieurs..... en plusieurs exemplaires donc effectivement le fait d'en avoir un qui tient bien, qui dure plus longtemps effectivementje pense et donc on utilise moins de produits.... même si la production n'est pas arrêtée pour autant » (François, 54 ans)
 - « Oui mais la qualité coûte souvent plus cher... parce qu'elle coûte cher à produire, donc peu de marques veulent dépenser beaucoup, quand elles savent que les petits prix, ça se vend bien !! Regarde l'enseigne XXXX qui vend pour rien, de la qualité merdique... c'est ça aussi qu'il faut contrôler. Si tout le monde se met à fabriquer de la qualité qui est meilleure pour la planète, alors on sauvera la planète tous ensemble... on sera presque "obligé" tu vois... »
- Importance de la stratégie d'ignorance délibérée et de la théorie de la neutralisation (déni des responsabilités)



L'étape recyclage de plus en plus reconnue par les consommateurs



- Sensibilisation de plus en plus forte sur la fin de vie des vêtements liée à la fois aux dispositifs mis en place sur les territoires (entreprises spécialisées dans le recyclage comme Le Relais, Pas par pas...), aux campagnes de récupération des vêtements par les enseignes mais également à l'essor des vide-dressings
- Seule étape reconnue par les consommateurs où ils peuvent être contributeurs:
 - *«Enfin on a des options en tant que consommateur, quand tu ne te sers plus d'un vêtement ou que tu ne veux plus le porter, soit tu le donnes à des gens qui vont s'en servir, après il y a des collectes aussi pour justement recycler les vêtements, genre H&M qui récupère les anciens vêtements contre des bons d'achats par exemple. Après je ne sais pas ce qu'ils en font au final. Mais si tu as les trucs, les bennes pour donner tes vêtements par exemple. Parce que je ne sais pas ce que les gens font de leurs vêtements quand tu t'en sers plus, à part les jeter mais du coup les donner pour qu'ils aient une seconde vie.» (Tiffany, 24 ans)*



Les méconnaissances

L'utilisation du vêtement: une étape totalement occultée par les consommateurs

- Aucune conscience de l'impact environnemental concernant l'étape « utilisation du vêtement »:
- Etape considérée à « impact nul » pour les consommateurs
 - « *Au cours de sa vie je dirai que non, le vêtement lui-même n'émet rien de... enfin je pense pas* » (Marine, 24 ans)
 - « *Utiliser un tee-shirt par contre, ça ne pollue pas* » (Julie, 26 ans).
 - « *Et je mettrais en dernier l'utilisation du vêtement, parce que pour moi, le lavage, le séchage du vêtement n'impacte pas trop la planète* » (Jeanne, 28 ans)
- Présentation d'un résultat de l'ACV: « c'est l'utilisation (lavage, séchage et repassage) qui a le plus d'impact sur la consommation d'énergie (plus de 50% de l'impact total) » (ACVTEX):
 - « *Grosse surprise... Ca ne m'était même pas venu à l'esprit...* »
 - « *Ben oui ça j'avais pas vraiment pensé à ça quand on parlait de l'impact écologique sur l'utilisation.....Mais c'est vrai que le vêtement on le lave donc qui dit le laver: c'est faire de la lessive et c'est consommer de l'eau, consommer de la lessive et donc polluer et voir utiliser un sèche-linge et donc consommer de l'électricité et de l'eau et c'est toujours pareil mais oui je n'y avais pas pensé mais ça me paraît énorme, je ne m'étais pas rendue compte.* »





Conclusion/
recommandations

Quelques pistes à explorer....



- Accroître les connaissances des consommateurs sans être donneur de leçons et de façon ludique;
- lutter contre le principe d'ignorance délibéré: agir sur les normes sociales en contrant l'image négative associé au vêtement durable (peu fashion, réservé à un segment bobo...);
- Valoriser les consommateurs dans leurs achats responsables; se focaliser sur l'étape « utilisation » en diffusant des informations sur l'entretien des vêtements pour accroître la durabilité de ce dernier;
- Fournir de nouveaux outils aux consommateurs: s'inspirer des nouvelles applications d'analyse des produits.