

**SURPRODUCTION**

 Les Amis  
de la Terre  
France

# QUAND LA *FAST-FASHION* SURFE SUR LA CRISE DU TEXTILE

DÉCRYPTAGE - NOVEMBRE 2024







# Sommaire

- 3 ——— Introduction
- 4 ——— Dépenser moins pour consommer plus
- 5 ——— Un nouveau modèle aux impacts délétaires pour l'économie française
- 7 ——— Une crise qui bénéficie aux géants de la *fast-fashion*
- 9 ——— Conclusion
- 10 ——— Notes

## CONTACT PRESSE

**Pierre Condamine**

Chargé de campagne surproduction

+33 (0) 7 57 18 79 62

[pierre.condamine@amisdelaterre.org](mailto:pierre.condamine@amisdelaterre.org)



## Introduction

En France et dans le monde, jamais autant de produits textiles n'ont été consommés, à tel point que l'on estime que si la production de vêtements s'arrêtait aujourd'hui, l'humanité aurait de quoi se vêtir jusqu'en 2100<sup>1</sup>. Paradoxalement, ce pic de consommation s'accompagne d'une crise sans précédent pour une grande partie de l'industrie textile française et de ses commerces. Si cette crise est en partie due à des facteurs conjoncturels (crise du Covid-19, hausse des prix de l'énergie, inflation), elle

est également le fait de la montée en puissance de géants de la *fast-fashion* aux pratiques désastreuses pour l'environnement, qui ont su tirer leur épingle du jeu face au reste du secteur.

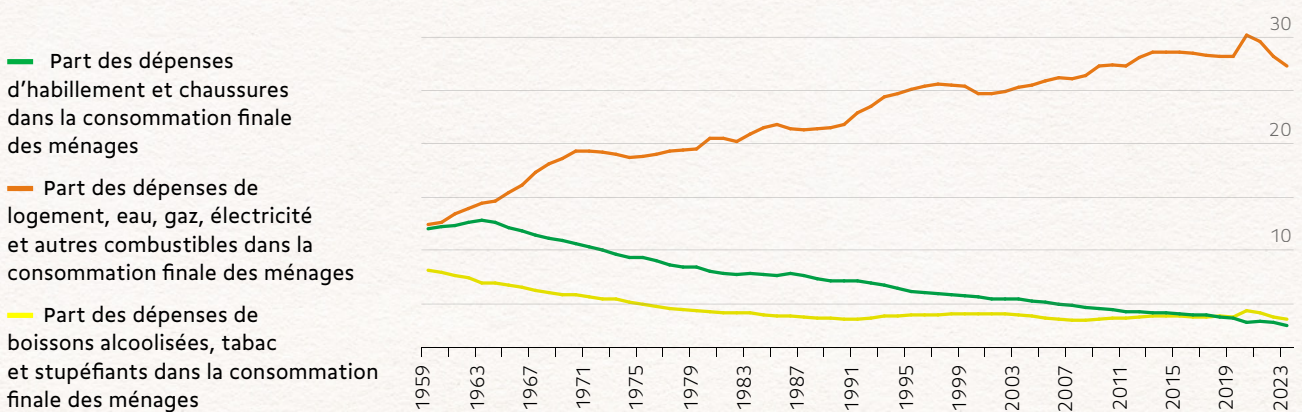
À quelques jours du Black Friday, Les Amis de la Terre tirent la sonnette d'alarme, chiffres à l'appui : **si un cadre législatif n'est pas adopté rapidement pour réguler le secteur, l'industrie textile française et ses commerces vont peu à peu disparaître.**

# Dépenser moins pour consommer plus

Depuis les années 1960, la part des dépenses des ménages dédiée à l'habillement n'a cessé de diminuer. En 1963, le poste de dépense « Habillement et chaussures » arrivait en troisième position - 12,8 % de la dépense de consommation finale - juste derrière le poste « Logement, chauffage, éclairage »

(14,4 %) et « Alimentation et boissons non alcoolisées » (21,9 %). En 2023, il arrive en avant-dernière position - 3 % des dépenses - juste devant le poste « Éducation » (0,7 %) et derrière « Boissons alcoolisées & tabac » (3,5 %).

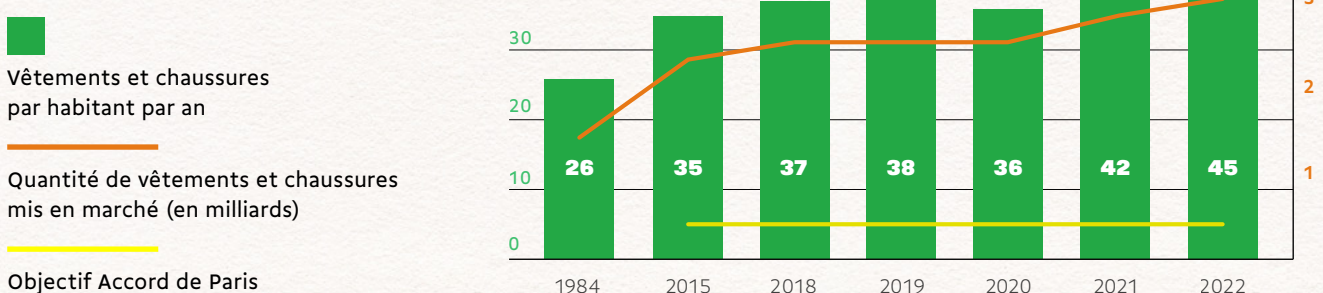
**FIGURE 1** Évolution de la part des dépenses d'habillement et chaussures dans la consommation finale des ménages de 1959 à 2023 (en %)²



Malgré une baisse des dépenses liées à l'habillement, la consommation n'a cessé d'augmenter. En moins de quarante ans, la quantité de vêtements consommés en France a plus que doublé, avec une accélération notable lors des dix dernières années.

En lien avec cette tendance, il est estimé que la durée d'usage moyen des produits d'habillement a été divisée par deux depuis les années 2000<sup>3</sup>. **On consomme donc plus, pour moins cher et pour de moins bonne qualité.**

**FIGURE 2** Évolution de la quantité de vêtements et chaussures mis en marché en France<sup>4</sup>





# Un nouveau modèle aux impacts délétères pour l'économie française

Une telle évolution des pratiques de consommation s'explique par l'arrivée progressive du modèle de *fast-fashion* basé sur :

- La baisse des coûts de main-d'œuvre permise par la délocalisation de la production en Asie du Sud-Est. Cette délocalisation s'est faite progressivement depuis les années 1980 pour culminer avec la fin des accords multifibres de 2005 à 2008<sup>5</sup> ;
- La baisse des coûts des matières premières via l'utilisation croissante de matières synthétiques dérivées d'énergies fossiles. En 2023, le polyester représentait 57 % des fibres textiles mondiales contre moins de 25 % en 1990<sup>6</sup> ;
- La création permanente du besoin chez les individus afin d'accélérer la consommation à travers diverses stratégies marketing : le renouvellement rapide des collections, les prix bas, les promotions incessantes ou encore la mise en place de dark patterns<sup>7</sup>.

Si un tel système permet de baisser le prix des vêtements, il entraîne également une complète restructuration du secteur de la mode en France.

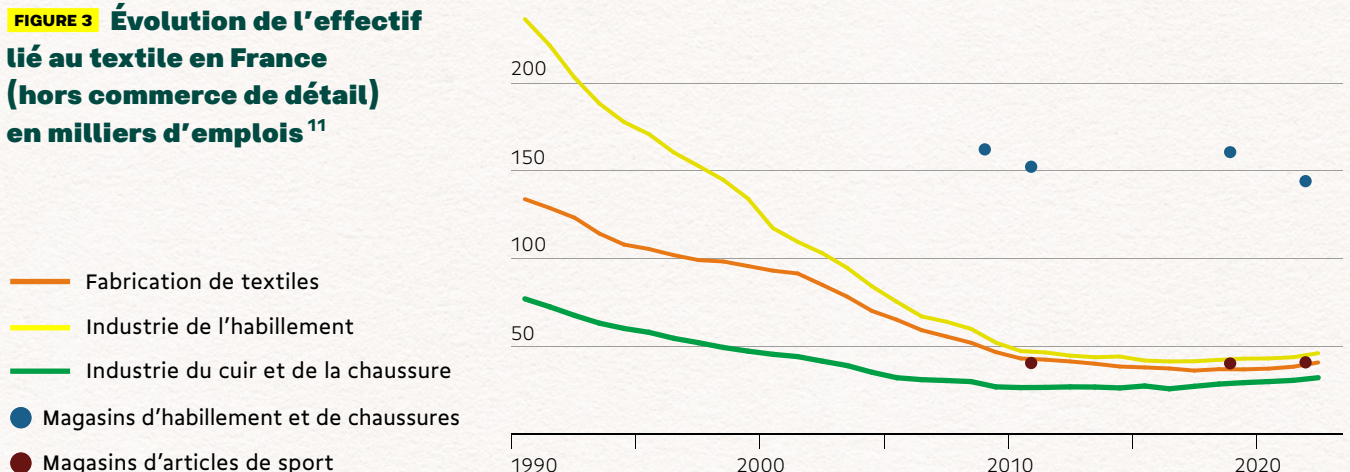
L'industrie de la mode française<sup>8</sup> a perdu 298 000 emplois depuis 1990. À titre de comparaison, pour les secteurs « Fabrication de textile » et « Industrie de l'habillement », la France a perdu 59 % de l'effectif sur la période 2001-2021, contre 41 % pour l'ensemble de l'Union Européenne<sup>9</sup>.

Quant à la vente, elle est, tout comme la fabrication, touchée par une perte d'effectifs, à raison de 50 000 emplois perdus depuis 1971<sup>10</sup> dans les magasins d'habillement et de chaussures.

L'implantation des enseignes de *fast-fashion* s'est faite progressivement en France depuis les années 1990 :

- 1990 : Zara (114 magasins en 2023)
- 1998 : H&M (168 magasins en 2023)
- 2013 : Primark (27 magasins en 2023)
- 2015 : Shein (Europe / en ligne)
- 2023 : Temu (Europe / en ligne)

**FIGURE 3** Évolution de l'effectif lié au textile en France (hors commerce de détail) en milliers d'emplois<sup>11</sup>



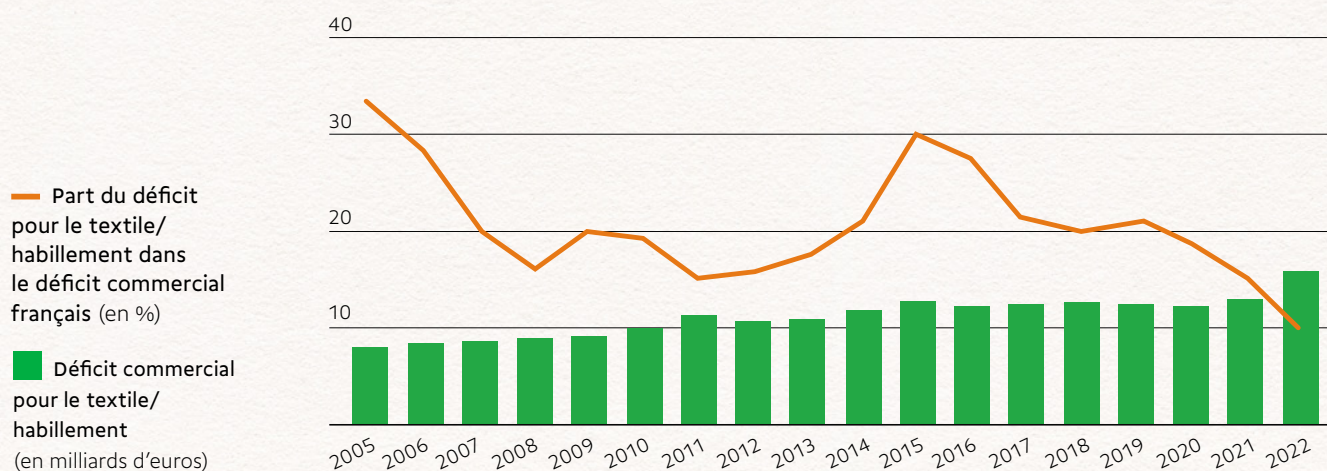




Les secteurs « Fabrication de textile » et « Industrie de l'habillement » sont de plus en plus déficitaires, avec un solde négatif cumulé de 15,9 milliards d'euros en 2022. Cela impacte fortement la balance commerciale française. Entre 2005 et 2022, le solde négatif de ces secteurs correspondait en moyenne à 22 % du déficit commercial français.

Sur le long-terme, on constate donc un impact négatif croissant sur l'économie française, avec le creusement du déficit commercial et la perte de près de deux tiers des emplois de l'industrie textile.

**FIGURE 4** Évolution du solde commercial pour les produits de l'industrie textile et articles d'habillement <sup>12</sup>





# Une crise qui bénéficie aux géants de la *fast-fashion*

En parallèle des évolutions du secteur sur le long-terme, le commerce de l'habillement fait face à une crise sans précédent avec de nombreuses fermetures de magasins et pertes d'emplois.

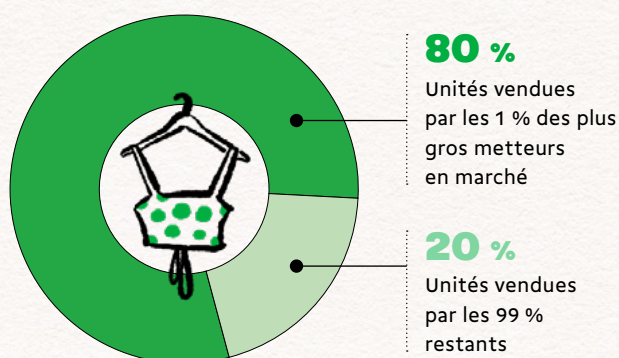
Cette crise semble engendrer une fragmentation croissante entre les géants de la *fast-fashion* qui affichent des tendances économiques positives et le reste du secteur qui fait face à des difficultés croissantes.

Que ce soit en termes d'unités de vente ou de chiffre d'affaires, le secteur est de plus en plus concentré.

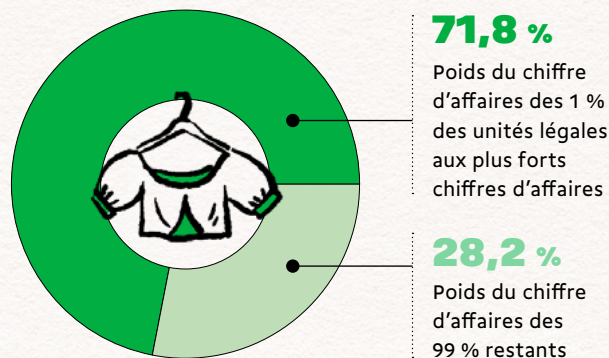
En 2022, les 59 (ou 1 %) plus gros metteurs en marché étaient à l'origine de 80 % des produits textiles vendus en France, soit 2,6 milliards de produits sur les 3,3 milliards au total.

Cette tendance se retrouve également dans la concentration croissante du chiffre d'affaires du secteur par les 1 % ayant les chiffres d'affaires les plus élevés. Pour les magasins d'habillement et de chaussures, le taux de concentration du chiffre d'affaires a augmenté de 6,3 % entre 2011 (65,5 %) et 2022 (71,8 % - soit près de ¾ du chiffre d'affaires total).

**FIGURE 5 Répartition des mises en marché textile en France en 2022**<sup>13</sup>



**FIGURE 6 Répartition du chiffre d'affaires pour les magasins d'habillement et chaussures en France en 2022**<sup>14</sup>



Les géants de la distribution et du commerce en ligne tirent largement leur épingle du jeu face au secteur de l'habillement et de la chaussure :

Alors qu'en 2015, la vente en ligne ne représentait que 10 % des parts de marché de l'habillement, ce chiffre est monté à 15 % en 2019 pour atteindre 21 % en 2023<sup>15</sup> ;

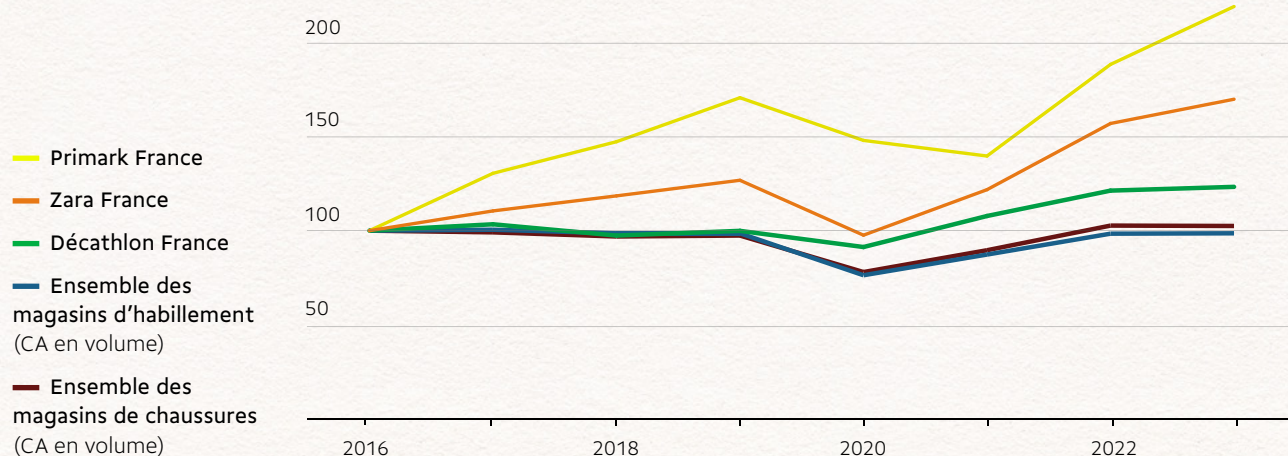
En volume d'affaires, Shein arrive en tête parmi les marques d'habillement en France. Temu fait également son entrée dans le top 100 du commerce français<sup>16</sup> ;

La grande distribution domine le top 10 des plus grands metteurs en marché avec Leclerc (2), Carrefour (3), Action (4), Auchan (5) et Lidl (9) en 2022<sup>17</sup>.

Dans la catégorie des magasins spécialisés en produits textiles, les géants de la *fast-fashion* peuvent se targuer de résultats positifs. Primark et Zara affichaient un chiffre d'affaires en forte hausse en sortie de crise du Covid-19 et ont ouvert plusieurs nouveaux magasins en 2023. H&M figure également dans le top 10 des metteurs en marché de l'habillement en 2022<sup>18</sup>, malgré des résultats financiers déclinants en 2023.

À l'inverse, le reste du secteur fait face à une crise économique sans précédent. En 2023, l'ensemble des magasins d'habillement et de chaussures affichaient un volume de chiffre d'affaires environ équivalent à 2016<sup>19</sup>, là où Zara et Primark affichaient respectivement +70 % et +119 %.

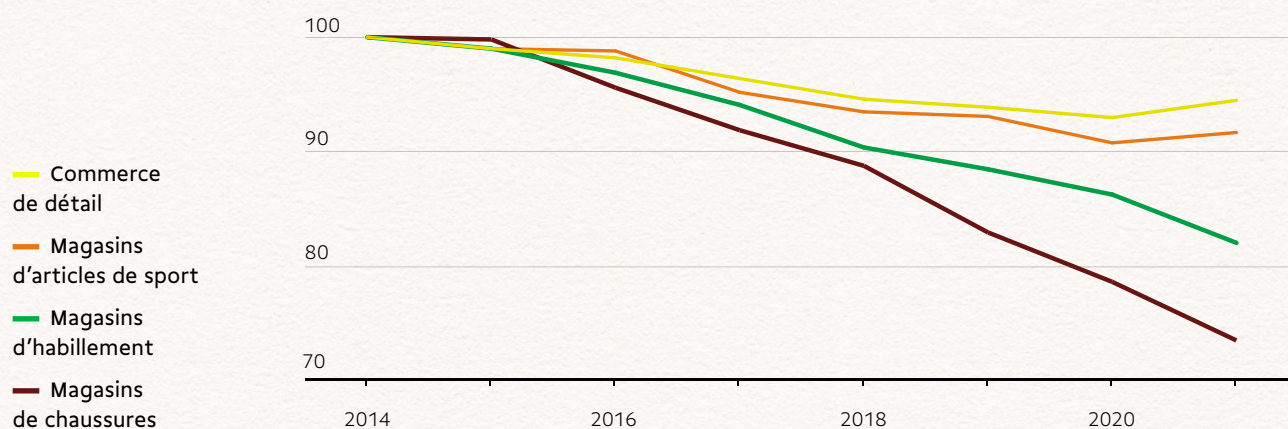
**FIGURE 7** Évolution du chiffre d'affaires des magasins d'habillement (indice base 100 en 2016)<sup>20</sup>



La tendance se traduit également par une chute du nombre d'établissements pour les magasins d'habillement (-17,9 % entre 2014 et 2021) et de chaussures (-26,4 % entre 2014 et 2021). La période post-Covid,

marquée par la hausse des prix de l'énergie et une forte inflation, semble accentuer cette crise à travers la faillite de nombreuses enseignes et une estimation de près 10 000 emplois perdus depuis 2022<sup>21</sup>.

**FIGURE 8** Évolution du nombre d'établissements entre 2014 et 2021 (indice base 100 en 2014)<sup>22</sup>







## Conclusion

Si crise il y a, elle n'impacte pas l'ensemble du secteur et semble même profiter aux géants de la *fast-fashion* qui accroissent leur domination du marché. À l'inverse, pour le reste du secteur, les difficultés conjoncturelles sont aggravées par la compétition agressive et déloyale mise en place par la *fast-fashion* et permise par la moins-disance sociale et environnementale. Les filières françaises de l'habillement

sont dans une période charnière et pourraient peu à peu disparaître sans l'adoption de mesures rapides et ambitieuses. Dans ce contexte, nous appelons **urgemment à l'adoption d'un cap clair afin de rétablir plus d'équité dans un secteur en proie à une concurrence déloyale basée sur l'exploitation des humains et de l'environnement.**

# Notes

- 1 Catherine Dauriac. *Fashion, Fake or not ?*, 2022.
- 2 Données croisées, « [Consommation des ménages en 2023 – Les comptes de la Nation en 2023](#) » & « [Consommation effective des ménages par fonction](#) », Insee.
- 3 Ellen MacArthur Foundation, « [A new textiles economy: Redesigning fashion's future](#) », 2017.
- 4 Données croisées, Hot or Cool Institute. « [Unfit, Unfair, Unfashionable - Resizing Fashion for a Fair Consumption Space](#) », 2022, BL Evolution. « [Comment s'aligner sur une trajectoire compatible avec les 1,5°C ?](#) », 2019, Insee. « [Les dépenses d'habillement en 1983 -1984](#) », décembre 1985, Eco-TLC, [Rapports d'activité 2015](#) et [2019](#), Refashion, [Rapports d'activité 2020](#), [2021](#), [2022](#), [2023](#).
- 5 Les accords multifibres (AMF) sont des traités internationaux signés au sein du GATT (Accord général sur les tarifs douaniers et le commerce) puis de l'OMC (Organisation mondiale du commerce) visant à protéger les industries des pays du Nord face à l'ouverture du marché aux pays du Sud à la main d'œuvre moins coûteuse. Actifs entre 1974 et 2005, ils se traduisent par des quotas d'importations sur les produits textiles. Leur démantèlement s'est fait de manière progressive à partir de 1995 jusqu'en 2005.
- 6 Textile Exchange, « [Materials Market Report 2024](#) », 2024.
- 7 Ensemble d'éléments constituant d'interfaces de commerce en ligne visant à inciter à la consommation.
- 8 Constituée de trois sous-secteurs :  
1) Fabrication de textiles, 2) Industrie de l'habillement, 3) Industrie du cuir et de la chaussure
- 9 Walter Sura et Eurostat, « [The textile industry in the EU](#) », 22 juillet 2004, Dima, Adriana, Dobrin Cosmin, et Tanase Cristian. « [Statistical analysis of textile industry at the European Union level in post crisis period](#) », 2017, Euratex. « [Facts & Key Figures 2022 of the European Textile and Clothing Industry](#) », 2022.
- 10 Kérihuel, Alain, « [Le commerce de détail de l'habillement, du textile et des cuirs en 1971](#) », 1974.
- 11 Données croisées, Insee « [Emploi en 2023 – Les comptes de la Nation en 2023](#) », 2023. « [Les points de vente du commerce de détail en 2009](#) », 2012. « [Les difficultés s'accumulent pour les magasins d'habillement-chaussures depuis les années 2010 - Insee Première - 2017](#) », 2024.
- 12 Insee, « [Échanges extérieurs en 2023 – Les comptes de la Nation en 2023](#) », 2023.
- 13 ADEME, « [Tableau de bord - Textiles d'habillement, linge de maison et chaussures \(TLC\)](#) ». Consulté le 10 novembre 2024.
- 14 Insee « [Les difficultés s'accumulent pour les magasins d'habillement-chaussures depuis les années 2010 - Insee Première - 2017](#) », 2024.
- 15 Fevad, « [Chiffres clés 2015](#) », 3 juillet 2015. « [IFM -Mode et internet 2023 : quel état des lieux par rapport à la situation pré-Covid ?](#) », 2023, « [Chiffres clés et e-commerce](#) », 2023.
- 16 Conso, L. S. A, « [Top 100 LSA : ces enseignes qui bousculent le commerce français en 2023](#) », 25 juin 2024.
- 17 En mode Climat, « [Le Top ten des marques qui mettent en vente le plus de vêtements](#) », 2023.
- 18 *Ibid.*
- 19 -1,4 % pour les magasins d'habillement, +2,5 % pour les magasins de chaussures.
- 20 Données croisées, Insee « [Les difficultés s'accumulent pour les magasins d'habillement-chaussures depuis les années 2010 - Insee Première - 2017](#) », 2024, Zara France, comptes sociaux 2016-2023, Primark France, Comptes sociaux 2016-2023, Décathlon, comptes sociaux 2016-2023.
- 21 Croiset, Laure, « [2023, année noire pour le prêt-à-porter en France](#) », *Challenges*, 27 décembre 2023, sect. Commerce et Distribution.
- 22 Insee, « [Les difficultés s'accumulent pour les magasins d'habillement-chaussures depuis les années 2010 - Insee Première - 2017](#) », 2024.