**Dormoy G.** (2019), «Mode: pourquoi il ne faut plus bouder le made in China », L’express.fr, < https://www.lexpress.fr/styles/mode/mode-pourquoi-il-ne-faut-plus-bouder-le-made-in-china\_2061273.html>

* [Whatsapp](https://po.st/v1/share/whatsapp?publisherKey=jj3s7kubef9il40pcpep&url=//www.lexpress.fr/styles/mode/mode-pourquoi-il-ne-faut-plus-bouder-le-made-in-china_2061273.html&title=Mode%3A%20pourquoi%20il%20ne%20faut%20plus%20bouder%20le%20made%20in%20China)



Les machines textiles chinoises sont aujourd'hui les plus modernes du monde. Ci-dessus, une usine à Huaibei, dans la province d'Anhui.

**Les critiques à l'égard des vêtements fabriqués en Chine sont de moins en moins justifiées.**

"J'aime beaucoup la marque mais j'ai plusieurs fois eu la mauvaise surprise de voir que c'était du *made in China*." Ce commentaire, laissé sur [l'un de mes posts Instagram](https://www.instagram.com/p/BtVYzWCgQvM/) montrant une collection Sézane, m'a donné envie d'aborder ce thème. Car cette lectrice est loin d'être la seule à tiquer sur une étiquette de fabrication chinoise. Les reproches récurrents faits à la production dans ce pays sont de deux ordres : une mauvaise qualité de la marchandise et des conditions de fabrication difficiles à contrôler. Mais, dans le secteur de l'habillement, cette image *cheap* est-elle encore le reflet d'une réalité ?

**Le matériel le plus moderne du monde**

Non, selon Colombe Campana, directrice artistique de Tara Jarmon. Si la marque fait fabriquer 80 % de ses collections en Europe, elle recourt à la Chine pour des pièces en soie et en maille, deux segments sur lesquels "ce pays a une grande culture", argumente-t-elle. De manière générale, elle estime que "la qualité d'une fabrication n'est pas liée à une localisation mais à des savoir-faire, des machines et une main d'oeuvre. Il y a des usines incroyables au fin fond de la Chine et des fabricants médiocres à Paris", nuance-t-elle.

Nathalie Ruelle, professeur en connaissance du vêtement et des étoffes à l'Institut français de la mode, estime également qu'"il n'y a plus aucune différence de qualité entre certaines usines chinoises et d'autres situées en Pologne ou en Tunisie". Les consommateurs français ne s'en rendent pas compte car l'évolution s'est faite au pas de charge, mais, depuis dix ans, la Chine est le premier investisseur en machines textiles. Elle a donc le matériel le plus moderne du monde pour filer, teindre et tricoter. Ses machines à coudre sont également très performantes, ce qui assure une qualité tant du montage que des coutures ou des détails. "La machine ne fait pas tout, précise Nathalie Ruelle, mais cela joue quand même beaucoup sur la qualité de l'étoffe. Si une marque occidentale fournit un cahier des charges et des préconisations précises, elle obtiendra là-bas de très beaux vêtements."

**Des grosses marques très surveillées**

Les conditions de production se sont elles aussi améliorées. Ces dernières années, Colombe Campana a noté, au cours de ses visites sur place, une meilleure protection des ouvriers vis-à-vis des produits toxiques. Le jean, par exemple, "reste une industrie polluante, mais le port des masques est devenu obligatoire et les process de sablage encadrent les pratiques".

Et plus globalement, surprise ! Les mauvais élèves d'hier ne sont plus forcément ceux d'aujourd'hui. Pour Nathalie Ruelle, "les plus grosses marques ont tellement été sous le feu de la rampe que leurs fournisseurs sont aujourd'hui très surveillés et très audités." La [catastrophe du Rana Plaza](https://lexpansion.lexpress.fr/actualite-economique/les-morts-a-vif-du-rana-plaza_1508554.html), en 2013 au Bangladesh et les documentaires à charge, tels que *The True Cost,* ont permis une prise de conscience générale très positive chez les consommateurs, mais il semblerait qu'il soit temps de sortir de la diabolisation binaire "méchant H&M" vs "gentilles petites marques". La réalité est plus complexe. "Les enseignes de *fast fashion* font beaucoup d'efforts et les plus petites structures n'ont pas toujours les moyens d'être fiables", avance Nathalie Ruelle, en prise depuis 25 ans avec des acteurs du secteur.

Nous sommes peut-être également victimes de notre propre évolution. "Comme il y a beaucoup moins d'industries qu'avant en Occident, poursuit-elle, les gens ont oublié ce que c'était que de travailler à la chaîne dans une usine. Quand des images montrent des ouvriers, ils pensent qu'ils sont exploités. Mais c'était le lot de beaucoup de Français il y a trente ou quarante ans. Il ne faut pas confondre conditions de travail difficiles et conditions de travail dangereuses."

**Une mauvaise réputation tenace**

En dépit de ces changements, je m'étonne parfois de la ténacité de la mauvaise réputation de la Chine. Beaucoup de consommateurs prennent désormais en compte l'empreinte carbone de ces vêtements et c'est tout à leur honneur, mais cet argument est valable pour l'habillement provenant de tous les pays lointains. Pourquoi les critiques se concentrent-elles encore si souvent sur la Chine ? "Si on ne veut pas voir sa montée en gamme, on ne la verra pas, assène Denis Darpy. Pour comprendre ce qui se passe, il faut accepter de changer de lunettes. SMCP [Sandro Maje Claudie Pierlot], Sonia Rykiel, Carven et Lanvin appartiennent déjà à des fonds chinois." Serait-ce justement la menace d'une toute puissance chinoise qui rebuterait les consommateurs français ?

"Mettre ainsi tous les gens d'un pays dans une case relève en tout cas du sectarisme", observe Colombe Campana. Voire du racisme ? Nathalie Ruelle pense plutôt que la prise de conscience prend du temps : "La Chine continue d'évoquer les gros volumes à bas prix, sûrement parce que c'est encore le cas dans d'autres secteurs, comme les jouets ou la déco."

**Les limites de l'étiquette**

Il se pourrait aussi que l'on touche là aux limites de l'étiquette. Car s'il est bon que le consommateur s'y intéresse, elle ne lui raconte pas grand-chose. Elle n'indique par exemple pas d'où provient le tissu. "Ce manque d'information fait que le client assimile le *made in* à tout le produit", regrette Nathalie Ruelle. C'est souvent une réalité pour le *made in China* -tout vient effectivement de Chine-, c'est moins le cas pour du *made in France*. "Selon les douanes, un produit n'est français que si 45 % de sa valeur ajoutée a été produite dans l'Hexagone", rappelle un [article de Slate](http://www.slate.fr/story/48199/made-france-bordel-etiquettes) consacré à cette épineuse question.

À en juger par les attentes croissantes de consommateurs avides de transparence, peut-être serait-il temps que ça change. Beaucoup semblent aujourd'hui prêts à en savoir plus sur les étapes par lesquelles passent les produits avant qu'ils les achètent -ce que les professionnels appellent la *supply chain*, ou chaîne d'approvisionnement. La traçabilité d'un vêtement est toutefois beaucoup plus complexe que celle d'un aliment, car sa conception comporte plus de manipulations. C'est ce qui rend la communication de la marque sur le sujet délicate : plus on en dit, plus on prête le flanc aux accusations de *greenwashing*. Sézane en fait les frais, expliquant [ses choix de fabrication](https://www.sezane.com/fr/a-propos/sezane-nos-engagements#faq), sans forcément convaincre.

**"Arrêtons de croire que le *made in France* est parfait"**

En attendant, beaucoup de consommateurs préféreraient que les marques leur proposent une fabrication française. "Arrêtons de croire que le *made in France* est parfait, tempère Nathalie Ruelle. Certes, les conditions de production sont plus réglementées chez nous, mais on n'est pas toujours assuré qu'elles sont vraiment bonnes, et un petit atelier parisien n'aura pas forcément un très bon matériel." Sans compter que les prix sont beaucoup plus élevés et les capacités de production limitées.

Que faire alors, face à ce *made in China* si difficile à contourner ? Colombe Campana prône un jugement général à l'essayage : "Toucher le tissu, ouvrir le vêtement pour vérifier les finitions à l'intérieur, des fils qui dépassent sont mauvais signe. Et puis la qualité se vérifie dans le temps. Autant revenir aux marques qui ont fait leurs preuves."

Plutôt que de culpabiliser, Nathalie Ruelle invite à une consommation raisonnée : ne pas acheter juste parce que ça n'est pas cher, apprendre à customiser de la seconde main, prendre le temps de réparer. "Est-on vraiment obligé de jeter des chaussettes dès qu'elles ont un trou ?, interroge-t-elle. Moi, je les reprise." Chiche ?