



# Destination Zéro :

impacts de sept ans de  
campagne **Detox** sur  
l'industrie du vêtement



## Résumé du rapport

Il y a sept ans, Greenpeace a lancé sa campagne Detox pour dénoncer l'usage de produits chimiques dangereux dans la fabrication de vêtements et leurs rejets dans les cours d'eau des pays producteurs (Chine, Indonésie, Mexique, etc.). Cette campagne sans précédent visait à inciter les grandes marques de vêtements à assumer la responsabilité des impacts environnementaux de leurs chaînes de sous-traitance et à s'engager sur un objectif « zéro rejet de produits chimiques dangereux » à l'horizon 2020.

Le défi Detox a été relevé par **80 entreprises dont 29 marques** de mode, de vêtements de sport, du luxe, de la grande distribution et du vêtement de plein air : quel bilan tirer de la mise en œuvre de cet engagement après 7 années d'efforts ? A l'approche de l'échéance, fixée à 2020 pour atteindre le zéro rejet, nous avons voulu présenter un aperçu général des réalisations collectives des marques et des entreprises signataires de l'engagement Detox, en les soumettant pour la première fois, tous secteurs confondus, à un questionnaire commun d'évaluation de leurs progrès.

### Engagement Detox : des progrès indéniables

Toutes les marques et entreprises engagées ont réalisé **des progrès conséquents vers une gestion rigoureuse des produits chimiques dangereux dans leur chaîne d'approvisionnement** complexe et mondialisée, mais pas toutes au même rythme, car elles sont confrontées à des défis différents en raison de leur taille et de leur marché spécifique. Collectivement, elles ont atteint un point critique qui n'autorise plus de recul et démontré l'importance et la faisabilité du changement de paradigme préconisé par la campagne.

Ces entreprises ont parcouru un long chemin. Au début, Greenpeace a dû **dévoiler les dessous d'une industrie désireuse de fournir aux consommateurs les dernières tendances aux prix les plus bas tout en fermant les yeux sur les coûts environnementaux et humains**. Il nous a fallu de nombreuses investigations et analyses d'effluents ou de produits finis pour les convaincre toutes de s'engager - en révélant que des produits chimiques dangereux réglementés dans l'UE et aux États-Unis, comme les éthoxylates d'alkylphénol (APE), étaient régulièrement rejetés dans les pays du Sud. **Le soutien de nos militants et la pression du public ont apporté une contribution décisive** à cette dynamique d'engagement progressif des marques. Certaines entreprises ont su accueillir la démarche Detox de manière proactive : ce fut le cas en particulier de **l'engagement collectif des fournisseurs de l'industrie du luxe des régions de Prato et Côme en Italie**, ou encore des marques de vêtements de plein air qui furent très réactives sur l'élimination des substances dangereuses perfluorés (PFCs). Le classement des marques par le biais de nos évaluations régulières (**Detox Catwalk**) a également permis de créer une émulation positive, tirant les ambitions des entreprises vers le haut.

La première étape pour les entreprises signataires de l'engagement Detox fut **l'établissement d'une liste noire** de substances chimiques dangereuses interdites à toutes les étapes de la fabrication, ou **MRSL** (pour *Manufacturing Restricted Substances List*), assortie **d'objectifs ambitieux en termes de délais d'élimination et de niveaux cibles** à atteindre dans les eaux usées (au plus proche du zéro technique). L'appréciation du niveau d'ambition a pu faire l'objet d'après discussions avec les différentes entreprises, y compris entre elles, mais en fin de compte, les objectifs

et les outils de mise en œuvre convergent dans la bonne direction. **La fondation ZDHC**, créée autour de plusieurs marques et acteurs de l'industrie textile, pour fournir une réponse collective à la campagne Detox, a su devenir un programme significatif au fil des années ; **ZDHC a aujourd'hui le potentiel et la latitude de généraliser la feuille de route de Detox au reste de l'industrie de l'habillement et du textile et d'élargir la dynamique de changement au-delà de 2020.**

### **Sous-traitance : transparence et responsabilité**

L'élimination des substances chimiques dangereuses nécessite **l'implication en profondeur des marques avec leurs sous-traitants**, au-delà des seuls fournisseurs associés par des liens contractuels directs ("niveau 1" de sous-traitance), mais plus en amont de la chaîne d'approvisionnement où ces substances sont mises en œuvre, en particulier dans les procédés dits « humides » générant la plus grande part de pollution des eaux de surface (teinture, lavage, impression, etc.). En se confrontant à **la réalité des pratiques insuffisantes de gestion des substances chimiques** sur le terrain, les marques ont dû renforcer les capacités humaines et matérielles nécessaires, souvent en partant de zéro, mettre en place des formations et fournir de l'assistance technique.

Cette implication change tout ; il devient évident que l'établissement de relations à long terme avec les fournisseurs est la clé pour récolter les bénéfices des investissements dans l'assainissement de la chaîne d'approvisionnement manufacturière. Le principe de transparence était déjà un pilier de l'engagement Detox, les marques étant tenues de rendre compte publiquement de

leurs progrès et de veiller à ce qu'une fraction croissante de leurs fournisseurs publient, sur un site dédié, les résultats des analyses d'eaux usées. Au fil de la campagne, **un nombre croissant de marques ont accepté de briser le tabou de la confidentialité des affaires** et divulguer également leur liste de fournisseurs – aujourd'hui les plus transparentes fournissent **l'identité de ces fournisseurs jusqu'à trois niveaux de sous-traitance**, et certaines se sont d'ores et déjà engagées à inclure dans un futur proche les étapes de la production de fibres textiles, au tout début de la chaîne d'approvisionnement.

### **Substitution par des alternatives plus sûres**

En remettant en question l'emploi de substances chimiques dangereuses, les entreprises ont découvert que **certains usages n'étaient pas nécessaires ou n'apportaient que des fonctionnalités-gadgets dont le coût environnemental était disproportionné**. Cependant, pour de nombreuses utilisations, il a été nécessaire de trouver des solutions de remplacement. Les entreprises engagées dans cette voie rapportent que la substitution de ces produits chimiques peut se révéler un exercice difficile : **les principaux obstacles demeurent le surcoût, la disponibilité et la robustesse des alternatives, la nécessité d'une évaluation appropriée pour éviter une "substitution regrettable", le manque de reconnaissance et d'assistance de la part des régulateurs, et l'industrie chimique elle-même**, qui ne porte toujours pas la charge de la preuve pour garantir la sûreté des produits et préparations chimiques. Malgré cela, la plupart des entreprises signataires de Detox sont parvenues à éliminer les substances perfluorées (PFCs), l'une des familles de substances chimiques

dangereuses pointées par notre campagne : **72 % d'entre elles déclarent l'élimination complète des PFCs dans les articles de consommation**, et les autres sont en bonne voie d'y parvenir.

### **Ce n'est qu'un début...**

Il reste encore beaucoup à faire d'ici 2020. Les entreprises signataires de Detox font état de nombreux défis techniques mais soulignent également **la nécessité pour les décideurs politiques, dans l'UE et les pays de fabrication, de prendre leurs responsabilités et de traduire les meilleures pratiques en réglementation.**

**L'industrie chimique doit également montrer plus de transparence sur les formulations qu'elle fournit, développer proactivement des alternatives plus sûres et réduire davantage les contaminations dites « non intentionnelles » qui demeurent une source de pollution et d'exposition.**

Les progrès collectifs réalisés par les sociétés signataires de Detox signifient qu'il n'y a plus **d'excuse pour l'ensemble de l'industrie textile** de ne pas adopter et mettre en œuvre un programme similaire. Ceci est aussi valable pour toute industrie car Detox fournit une boîte à outils transposable à d'autres secteurs utilisateurs de substances chimiques. **L'industrie de la mode reste à la croisée des chemins**, avec des impacts environnementaux gigantesques et **bien d'autres défis** que les seuls enjeux des produits chimiques dangereux. A l'heure où l'économie circulaire s'impose comme le nouveau mantra du secteur, sur le papier tout du moins, les entreprises signataires de Detox sont d'accord avec nous : **il n'est de circularité possible qu'en passant par l'étape préalable d'élimination des substances nocives dès la conception.**

Le rapport **Destination Zéro** retrace l'histoire de la campagne Detox, de la mobilisation du public et de l'engagement progressif des entreprises ; tout en offrant un panorama détaillé de leur avancement, il décrit les organisations actuellement impliquées dans la mise en œuvre de Detox, les impacts de notre campagne et comment elle transforme l'industrie de l'habillement.

**Rapport complet  
(en anglais)  
disponible sur :**

[http://www.greenpeace.org/  
international/publication/17612/  
destination-zero/](http://www.greenpeace.org/international/publication/17612/destination-zero/)

# The elements of

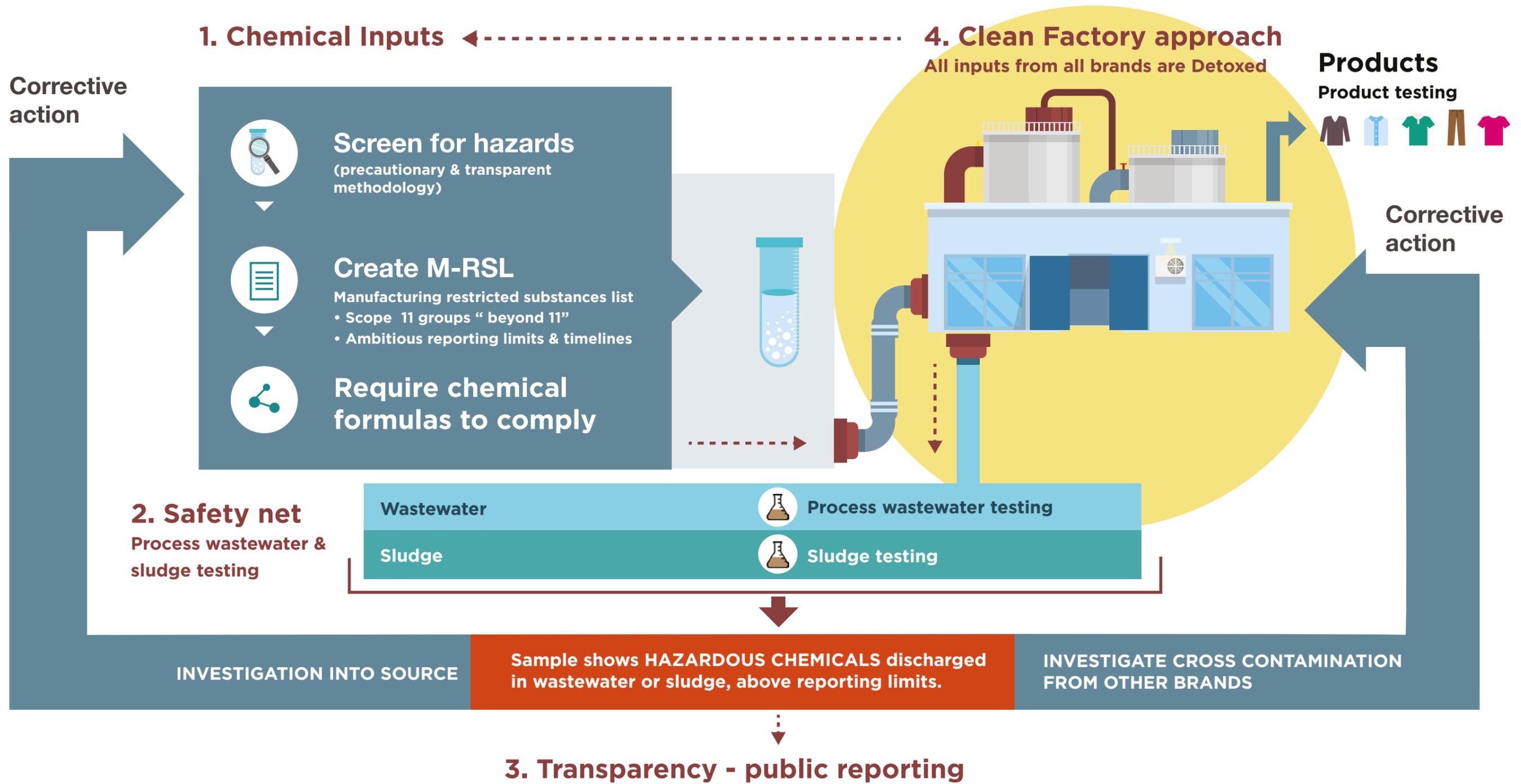


Figure 1: The elements of Detox (see Annex 1 for further details)

Brand / company	ZDHC membership	Chemicals Management			Transparency			Substitution
		Uses ZDHC MRSL basic package	ZDHC MRSL + ADDITIONS	INDIVIDUAL MRSL	wastewater data published < 50%	wastewater data published 50-80%	wastewater data published >80%	publication of suppliers lists
Fashion, sportswear and luxury brands								
	●		●			●	Tier 1-2 -3	>99%
	●			●		●	Tier 1-2-3	99.75%
<b>BURBERRY</b>	●		●				No Disclosure	99%
	●	●				●	Tier 1-2-3	100%
<b>ESPRIT</b>	●	●				●	Tier 1-2-3 expanding to viscose	100%
	●			●		●	Tier 1-2-3 by end 2018	100%
<b>G-STAR</b>	●	●				●	Tier 1-2-3	100%
	●			●		●	Tier 1-2-3 expanding to viscose	100%
<b>INDITEX</b>	●			●		●	Tier 1-2-3	100%
	●		●			●	Tier 1-2-3 since May 2018	100%

Brand / company	ZDHC membership	Chemicals Management			Transparency			Substitution
		Uses ZDHC MRSL basic package	ZDHC MRSL + ADDITIONS	INDIVIDUAL MRSL	wastewater data published < 50%	wastewater data published 50-80%	wastewater data published >80%	publication of suppliers lists
Fashion, sportswear and luxury brands (continued)								
Limited brands	●		●			●	Tier 1 only	100%
<b>LI-NING</b>	●	●				●	No Disclosure	95%
<b>MANGO</b>				●			Tier 1 + integrated wet units by end 2018 and tier 2-3 in 2019	100%
M&S	●		●				Tier 1-2-3 from 2019	100%
						●	Tier 1-2-3	100%
	●	●				●	Tier 1 & 2	>93%
PRIMARK*	●		●			●	Tier 1 considering tier 2 but no timeline yet	100%
	●	●				●	Tier 1-2-3	>99%
VALENTINO				●		●	Tier 1-2-3	100%

		Chemicals Management			Transparency			Substitution	
Brand / company	ZDHC membership	Uses ZDHC MRSL basic package	ZDHC MRSL + ADDITIONS	INDIVIDUAL MRSL	wastewater data published < 50%	wastewater data published 50-80%	wastewater data published >80%	publication of suppliers lists	PFC-free products
Retailers									
				●			●	Tier 1 some integrated wet units, considering tier 2-3, no timeline yet	100%
				●			●	Tier 1-2-3	100%
				●		●		Tier 2-3 wet units, tier1 from July 2018 All prducts except some zippers	
				●		●		Tier 1 + some integrated wet units	100%
				●			●	Tier 1-2-3	100%
	●		●		●			Tier 2-3 wet units, tier1 from July 2018	100%
	●		●				●	Tier 1 integrated wet units, more tier2 from august 2018	100%

		Chemicals Management			Transparency			Substitution	
Brand / company	ZDHC membership	Uses ZDHC MRSL basic package	ZDHC MRSL + ADDITIONS	INDIVIDUAL MRSL	wastewater data published < 50%	wastewater data published 50-80%	wastewater data published >80%	publication of suppliers lists	PFC-free products
Outdoor brands									
				●	●			Tier 1 and integrated wet units	100%
				●	●			Tier 1-2-3	100%
				●			●	Tier 1-2-3	100% apparel, all products by 2020. <sup>50</sup>
Suppliers									
				●			●	n/a	100%
				●			●	n/a	100%

## Auteurs

Madeleine Cobbing  
Yannick Vicaire

## Contributions

Ahmad Ashov Birry  
Kevin Brigden  
Kirsten Brodde  
Chiara Campione  
Li Nie  
Robin Perkins  
Lu Yen Roloff  
Giuseppe Ungherese  
Melissa Shinn

## Conception

Will Morris-Julien  
goldboroughstudio.com

## Publication

Greenpeace e.V.  
Allemagne  
Hongkongstraße 10  
20457 Hamburg

## Rapport complet (en anglais) disponible sur :

[http://www.greenpeace.org/  
international/publication/17612/  
destination-zero/](http://www.greenpeace.org/international/publication/17612/destination-zero/)

## GREENPEACE

greenpeace.de

Greenpeace est une organisation indépendante des États, des pouvoirs politiques et économiques. Elle agit selon les principes de non-violence et de solidarité internationale, en réponse à des problématiques environnementales globales. Son but est de dénoncer les atteintes à l'environnement et d'apporter des solutions qui contribuent à la protection de la planète et à la promotion de la paix. En 40 ans, Greenpeace a obtenu des avancées majeures et pérennes. Elle est soutenue par trois millions d'adhérents à travers le monde, dont 150 000 en France.

