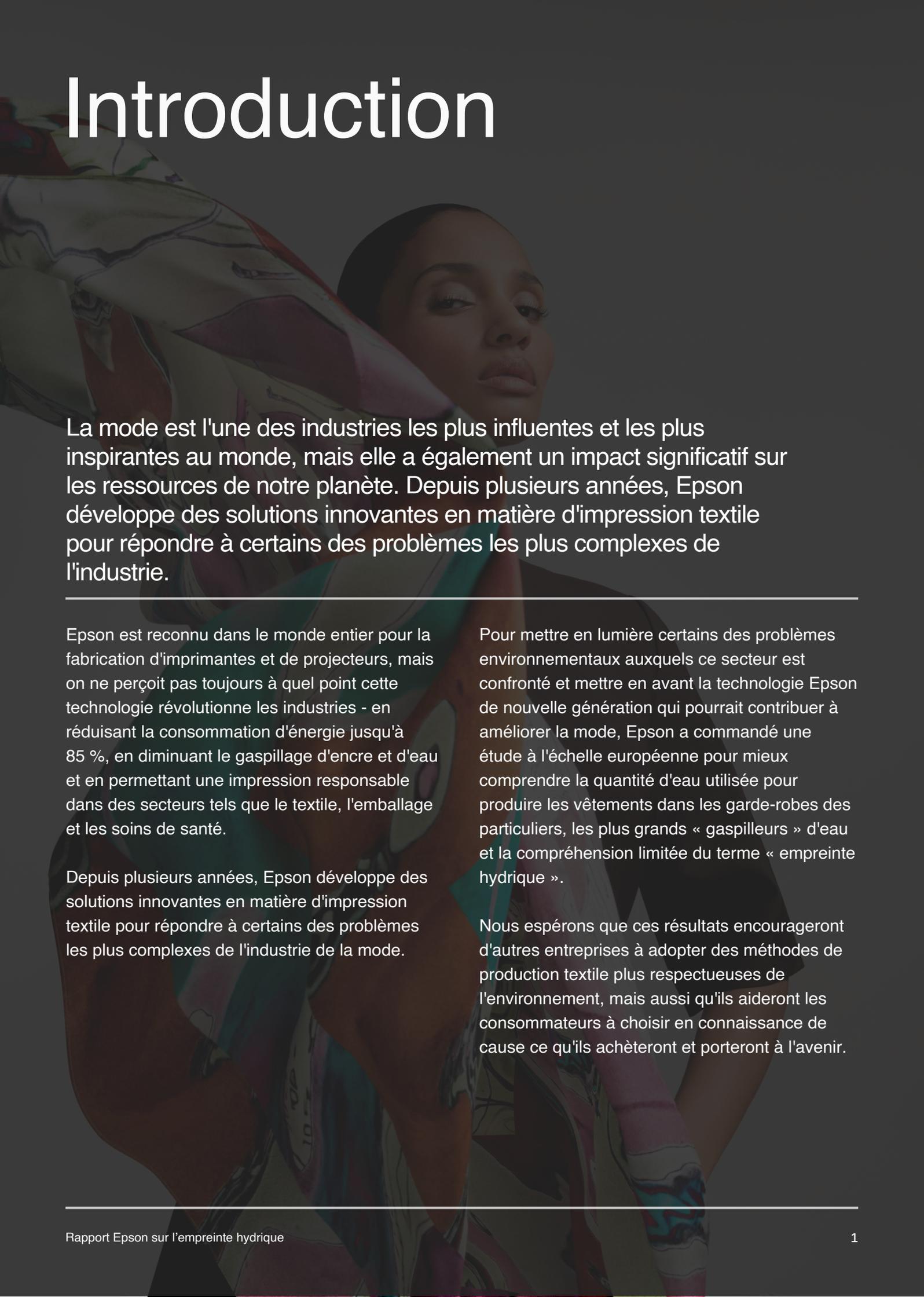


EPSON®

Rapport Epson sur l'empreinte hydrique

Février 2025

Introduction



La mode est l'une des industries les plus influentes et les plus inspirantes au monde, mais elle a également un impact significatif sur les ressources de notre planète. Depuis plusieurs années, Epson développe des solutions innovantes en matière d'impression textile pour répondre à certains des problèmes les plus complexes de l'industrie.

Epson est reconnu dans le monde entier pour la fabrication d'imprimantes et de projecteurs, mais on ne perçoit pas toujours à quel point cette technologie révolutionne les industries - en réduisant la consommation d'énergie jusqu'à 85 %, en diminuant le gaspillage d'encre et d'eau et en permettant une impression responsable dans des secteurs tels que le textile, l'emballage et les soins de santé.

Depuis plusieurs années, Epson développe des solutions innovantes en matière d'impression textile pour répondre à certains des problèmes les plus complexes de l'industrie de la mode.

Pour mettre en lumière certains des problèmes environnementaux auxquels ce secteur est confronté et mettre en avant la technologie Epson de nouvelle génération qui pourrait contribuer à améliorer la mode, Epson a commandé une étude à l'échelle européenne pour mieux comprendre la quantité d'eau utilisée pour produire les vêtements dans les garde-robes des particuliers, les plus grands « gaspilleurs » d'eau et la compréhension limitée du terme « empreinte hydrique ».

Nous espérons que ces résultats encourageront d'autres entreprises à adopter des méthodes de production textile plus respectueuses de l'environnement, mais aussi qu'ils aideront les consommateurs à choisir en connaissance de cause ce qu'ils achèteront et porteront à l'avenir.

Méthodologie

Epson a collaboré avec deux instituts de recherche en novembre 2024.

Green Story

Green Story, experts en analyse du cycle de vie, pour calculer la quantité d'eau utilisée tout au long de la chaîne d'approvisionnement pour fabriquer les vêtements les plus populaires de nos garde-robes.

Censuswide

Censuswide, société internationale de conseil en études de marché, a mené une étude auprès d'un échantillon de 8 007 personnes âgées de plus de 16 ans au Royaume-Uni, en France, en Italie, en Allemagne, en Espagne, aux Pays-Bas, en Pologne et au Portugal. Les questions portaient sur le nombre de vêtements que les personnes possèdent dans leur garde-robe, sur leur connaissance du terme « empreinte hydrique » et de son impact sur leurs achats et leurs vêtements, sur les actions positives qu'elles mènent actuellement et sur la manière dont une meilleure connaissance de l'utilisation de l'eau dans la mode pourrait améliorer leur comportement.

L'empreinte hydrique de nos vêtements

Pour calculer l'empreinte hydrique de chaque vêtement, Green Story a analysé l'utilisation de l'eau sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement, à savoir : la teinture des fibres, la production du fil, la teinture du fil, la production du tissu, la finition, le transport interne, la distribution, la coupe et la couture, le lavage, la teinture du tissu et l'impression.

Quantité moyenne d'eau utilisée par vêtement

T-shirts	5,665
Chemises et blouses	12,863
Couches intermédiaires	11,672
Vestes	7,678
Manteaux	5,906
Pantalons	6,917
Jeans	18,528
Shorts	3,748
Robes	5,658
Jupes	6,517
Leggings/collants	5,357
Hoodies	14,364
Caleçons/culottes	2,804
Chaussettes	935

Ce qu'il y a dans nos armoires

Nombre moyen de vêtements dans les garde-robes individuelles par pays

Le chiffre le plus élevé pour chaque élément est mis en évidence

	UK	France	Spain	Portugal	Germany	Italy	Poland	Netherlands
T-shirts	10.23	10.3	10.68	12.29	12.76	11.76	10.92	11.62
Shirts and blouses	6.55	5.58	7.46	9.35	6.47	7.46	8.97	6.36
Sweaters	5.86	6.51	6.84	9.92	7.6	8.63	5.6	7.01
Mid-layers	4.19	2.81	4.07	6.44	3.33	1.97	5.82	2.15
Jackets	3.96	3.95	4.79	5.02	5.36	4.97	4.32	3.18
Coats	3.92	3.19	3.95	6.69	2.08	3.04	2.37	2.24
Trousers	5.78	5.83	6.85	7.5	6.54	8.01	6.54	6.51
Jeans	4.59	4.83	5.45	6.37	5.66	6.05	5.29	5.72
Shorts	4.14	3.91	5.03	5.38	4.63	5.45	4.61	4.59
Dresses/ Jumpsuits	3.88	3.62	3.88	4.42	3.39	5.94	4.32	3.77
Skirts	2.48	2.42	2.57	2.59	2.05	2.74	2.88	2.23
Leggings/ tights	3.21	2.98	3.1	3.55	3.3	2.98	3.79	3.16
Hoodies	3.58	2.88	3.85	3.24	4.5	4.44	4.65	3.84
Underpants/ knickers	12.33	11.58	11.84	14.17	14.1	12.67	11.65	14.21
Pairs of socks	12	11.13	11.86	14.35	14.41	12.77	13.09	14.27

L'empreinte hydrique de nos garde-robes

L'empreinte hydrique de chaque vêtement a été combinée aux résultats de l'enquête Censwide pour révéler à quel point nos garde-robes consomment de l'eau.

Empreinte hydrique individuelle la plus élevée par pays :

1.	Portugal	817,131 litres
2.	Italie	723,744 litres
3.	Pologne	715,266 litres
4.	Allemagne	696,074 litres
5.	Espagne	678,963 litres
6.	Pays-Bas	640,742 litres
7.	Royaume Uni	634,510 litres
8.	France	602,698 litres

L'impact global de la mode

Compréhension de la question et points de vue sur l'impact environnemental plus large de la mode

Les statistiques Censuwide révèlent que

53% des personnes interrogées n'ont jamais entendu parler de l'expression « empreinte hydrique ».

30 % des personnes interrogées ne sont pas conscientes de l'impact, sur l'environnement, de l'utilisation de l'eau dans la production de vêtements.

84% des personnes interrogées ont été choquées de découvrir qu'il faut 43 litres d'eau (l'équivalent de 22 jours d'eau potable) pour teindre un seul t-shirt en coton.

65% des personnes interrogées ignorent la quantité d'eau nécessaire pour teindre les vêtements.

53% des personnes interrogées s'inquiètent de l'impact environnemental de l'industrie de la mode

64% des personnes interrogées estiment qu'il faut faire davantage pour sensibiliser les gens à l'impact de la production de vêtements sur l'environnement.

52 % des personnes interrogées ont déclaré qu'elles seraient enclines à acheter des vêtements plus durables s'ils portaient des étiquettes indiquant leur degré de « durabilité » (à l'instar du système de feux tricolores sur les aliments).

Comparaisons notables entre pays

Les Portugais sont les plus susceptibles d'avoir entendu parler de l'expression « empreinte hydrique » - 59 % contre seulement 30 % des Britanniques (le taux le plus bas de tous les pays étudiés).

Les citoyens britanniques sont également les moins susceptibles d'avoir réfléchi à l'empreinte hydrique de leur garde-robe - seulement 16 %.

Les Allemands sont les plus nombreux à estimer que les individus devraient prendre la responsabilité de réduire l'impact de la production de vêtements sur l'environnement - 28 % contre 14 % des Britanniques.

Les Italiens sont les plus susceptibles de se considérer comme soucieux de l'environnement - 38 % contre 25 % des Britanniques.

Les Néerlandais sont les moins enclins à penser à l'impact environnemental de leurs vêtements lorsqu'ils les achètent (51 %), suivis par les Britanniques (48 %).

Les Portugais sont les plus inquiets de l'impact environnemental de l'industrie de la mode (64 %). Les Pays-Bas et la France sont les moins inquiets (47 %).

Les Portugais et les Français sont les plus nombreux à penser qu'il est difficile de faire des choix « durables » lors de l'achat de vêtements - 58 %.

Les Portugais sont les plus nombreux à penser que les pouvoirs publics devraient intervenir sur l'impact environnemental de la mode, comme ils l'ont fait pour les voitures électriques (69 %).

Résultats de l'étude par pays

France

Seuls 30 % ont entendu parler de l'expression « empreinte hydrique ».

80 % n'ont jamais réfléchi à la quantité d'eau utilisée pour produire leurs vêtements.

85 % des personnes interrogées ont été choquées d'apprendre qu'il faut 43 litres d'eau pour teindre un tee-shirt, ce qui a inquiété 75 % d'entre elles.

50 % pensent que les marques de mode devraient assumer la responsabilité principale.

38 % ne pensent généralement pas à l'impact environnemental de la production des vêtements lorsqu'ils les achètent.

50 % déclarent ne pas savoir quoi chercher pour faire des choix plus conscients.

55 % pensent que le gouvernement devrait intervenir.

55 % n'ont jamais réfléchi à la façon dont les vêtements obtiennent leur couleur.

Résultats de l'étude par pays

Allemagne

77 % n'ont jamais réfléchi à l'empreinte hydrique de leur garde-robe.

82 % ont été choqués d'apprendre qu'il faut 43 litres d'eau pour teindre un tee-shirt, ce qui a inquiété 76 % d'entre eux.

43 % pensent que les marques de mode devraient assumer la responsabilité principale.

52 % déclarent acheter des vêtements en fonction de leur apparence et non de leur impact sur l'environnement.

MAIS presque le même pourcentage 48 % se sentent inquiets de l'impact de l'industrie de la mode sur l'environnement.

50 % ne savent pas quels sont les matériaux les plus respectueux de l'environnement.

67 % ne se rendent pas compte de la quantité d'eau nécessaire pour teindre leurs vêtements.

Résultats de l'étude par pays

Italie

72 % n'ont jamais réfléchi à l'empreinte hydrique de leur garde-robe.

87 % des personnes interrogées ont été choquées d'apprendre qu'il faut 43 litres d'eau pour teindre un tee-shirt, ce qui a inquiété 79 % d'entre elles.

70 % pensent qu'il faudrait faire davantage pour sensibiliser les consommateurs à l'impact des vêtements sur l'environnement.

69 % pensent que les marques et les magasins de mode devraient faire plus pour éduquer les gens sur l'impact que leurs vêtements peuvent avoir sur l'environnement.

64 % pensent que le gouvernement devrait intervenir.

55 % n'ont jamais réfléchi à la façon dont les vêtements obtiennent leur couleur.

Résultats de l'étude par pays

Pays-Bas

77 % n'ont jamais réfléchi à l'empreinte hydrique de leur garde-robe.

78 % des personnes interrogées ont été choquées d'apprendre qu'il faut 43 litres d'eau pour teindre un tee-shirt, ce qui a inquiété 66 % d'entre elles.

55 % pensent qu'il faut faire plus pour sensibiliser les gens à l'impact environnemental de la production de vêtements.

57 % achètent des vêtements en fonction de leur apparence et non de leur impact sur l'environnement.

54 % n'ont aucune idée de ce qu'il faut rechercher dans les magasins ou sur les étiquettes pour faire des choix plus respectueux de l'environnement.

55 % n'ont jamais pensé à la quantité d'eau nécessaire pour teindre les vêtements.

Résultats de l'étude par pays

Pologne

67 % n'ont jamais pensé à l'empreinte hydrique de leur garde-robe.

80 % des personnes interrogées ont été choquées d'apprendre qu'il faut 43 litres d'eau pour teindre un tee-shirt, ce qui a inquiété 73 % d'entre elles.

58 % pensent que les marques de mode devraient faire davantage pour aider les consommateurs à comprendre l'impact des vêtements qu'elles vendent.

51 % s'inquiètent de l'impact environnemental de l'industrie de la mode.

49 % pensent qu'il est difficile de faire des choix durables lorsqu'il s'agit d'acheter des vêtements.

49 % sont d'accord pour dire que les vêtements devraient comporter une note de durabilité

Résultats de l'étude par pays

Spain

Seulement 41% ont entendu parler du terme « empreinte hydrique ».

72 % n'ont jamais pensé à la quantité d'eau utilisée pour produire des vêtements.

89 % ont été choqués d'apprendre qu'il faut 43 litres d'eau pour teindre un t-shirt.
53 % ont été extrêmement choqués, ce qui a inquiété 80 % d'entre eux.

64 % pensent qu'il faut en faire plus pour sensibiliser les gens à l'impact de la production de vêtements sur l'environnement.

58 % admettent ne pas savoir quels matériaux sont meilleurs pour l'environnement.

60 % pensent que les gouvernements devraient intervenir.

Résultats de l'étude par pays

Portugal

59 % ont entendu parler de l'empreinte hydrique.

69% n'ont jamais pensé à l'empreinte hydrique de leur garde-robe.

93 % des personnes interrogées ont été choquées d'apprendre qu'il faut 43 litres d'eau pour teindre un tee-shirt, ce qui a inquiété 89 % d'entre elles.

73 % pensent qu'il faut en faire plus pour sensibiliser les gens à l'impact environnemental de la production de vêtements.

72 % pensent que les marques de mode devraient faire davantage pour faire comprendre aux gens l'impact de la production de vêtements sur l'environnement.

64 % s'inquiètent de l'impact de l'industrie de la mode sur l'environnement.

60 % sont d'accord pour dire que si les vêtements portaient des étiquettes avec des notes de durabilité, cela aurait un impact sur les décisions d'achat et que davantage de personnes seraient enclines à faire des achats plus durables.

Résultats de l'étude par pays

Royaume Uni

Seuls 30 % ont entendu parler de l'expression « empreinte hydrique ».

8 Britanniques sur 10 admettent n'avoir jamais réfléchi à la quantité d'eau nécessaire à la fabrication de nos vêtements, et le même nombre (82 %) a été choqué d'apprendre que la teinture d'un simple t-shirt en coton nécessite 43 litres d'eau, soit l'équivalent de 22 jours d'eau potable.

Un quart (25 %) se considère comme soucieux de l'environnement.

45 % admettent ne pas être conscients de l'impact sur l'environnement de la consommation d'eau pour la production de vêtements.

Plus de la moitié des personnes interrogées (55 %) admettent qu'elles n'ont aucune idée de ce qu'il faut rechercher lorsqu'il s'agit de choisir des vêtements plus durables.

58 % ne savent pas quels matériaux de vêtements sont meilleurs ou pires pour l'environnement.

6 personnes sur 10 (62%) n'ont jamais réfléchi à la manière dont leurs vêtements obtiennent leur couleur.

La plupart des personnes interrogées (72 %) se sont senties concernées après avoir été informées de l'impact de chaque vêtement de notre garde-robe sur la planète.

Un quart (24 %) préfère acheter des vêtements d'occasion.

6 personnes sur 10 (57 %) pensent que les marques ou les magasins de mode devraient assumer la responsabilité principale de la conduite du changement.

La moitié (53 %) pense que le gouvernement devrait intervenir de la même manière que pour les véhicules électriques.

Vous voulez en savoir plus ?

Ce rapport fournit un bref résumé des résultats, mais si vous souhaitez en savoir plus sur l'empreinte hydrique de la mode et sur les attitudes et actions liées à cette question à adopter, veuillez contacter :

Nathalie Ayache
PR & Social Media Manager, Epson France
nathalie.ayache@epson.fr

EPSON[®]