

L'économie circulaire dans l'industrie textile

FOCUS



Auteure : Alice Jardillier

Septembre 2018

INTRODUCTION

Les produits textiles, et en particulier les vêtements, sont des biens de consommation courante. Ils jouent un rôle social et reflètent la personnalité de ceux qui les portent. La France a marqué l'histoire de la mode en créant la Haute Couture avec ses collections annuelles ; son savoir-faire est reconnu mondialement. En 2017, ce secteur représente 60 000 emplois en France et un chiffre d'affaires de 13,4 milliards d'euros¹.

Mais la facture environnementale et sociétale est très lourde. Depuis les années 1990, la *fast fashion*² a accéléré le rythme des collections, augmentant la mise sur le marché de vêtements à des prix toujours plus bas, produits dans les pays en développement. La surproduction génère une extraction massive de ressources qui n'est pas soutenable. L'économie circulaire, principe d'organisation économique visant à découpler la création de valeur sociétale de l'impact sur l'environnement à travers une gestion optimisée des ressources³, apporte des solutions pertinentes pour relever ces défis. Les actions de prévention, réutilisation, recyclage et revalorisation peuvent être menées à l'initiative d'une multitude d'acteurs publics comme privés afin de créer des alternatives durables.

ÉTAT DES LIEUX

L'industrie textile est la deuxième industrie la plus polluante au monde. Le système actuel de production, de distribution et d'usage est presque entièrement linéaire avec des externalités négatives environnementales et sociales à toutes les étapes de la chaîne de valeur. La production de vêtements a doublé ces 15 dernières années sous l'effet de la *fast fashion* et de l'augmentation des classes moyennes⁴. Dans un contexte de baisse des prix dans le secteur de l'habillement⁵, les distributeurs misent sur l'augmentation des volumes de vente pour maintenir leur chiffre d'affaires, augmentant également les stocks résiduels.

La quantité totale de vêtements consommés dans l'UE en 2015 s'élève à 6,4 millions de tonnes⁶. En France⁷, 2,6 milliards de TLC (textiles, linges de maison et chaussures) sont mis sur le marché tous les ans, soit environ 9,5 kg par an et par habitant. En 2017, 3,4 kg de TLC par habitant ont été collectés, soit seulement 36% du gisement potentiel.

¹ Chiffres clés 2017-2018 ; Union des Industries Textiles ; http://www.textile.fr/wp-content/uploads/2018/06/chiffres_cles.pdf.

² Expression qui désigne le renouvellement, le plus rapide possible, des collections d'articles de la mode vestimentaire. Le but est de traduire dans les meilleurs délais les tendances perçues de la mode à un instant T, en proposant à la vente des produits représentatifs et accessibles, afin d'inciter au maximum au renouvellement de la garde-robe du client. (Définition du site e-marketing.fr).

³ *Plaidoyer pour l'économie circulaire*, Institut national de l'économie circulaire, 2018.

⁴ *A new textiles economy: redesigning fashion's future* ; Fondation Ellen MacArthur, novembre 2017.

⁵ En France, de 1996 à 2004, les prix ont progressé de 5 % dans l'habillement, contre 26 % pour l'ensemble des prix à la consommation. (Source INSEE : <https://www.insee.fr/fr/statistiques/1281038>).

⁶ *Mapping clothing impacts in Europe: the environmental cost* ; ECAP, décembre 2017.

⁷ Les chiffres clés 2017 de la filière, Eco TLC <http://www.ecotlc.fr/actualite-241-retrouvez-les-derniers-chiffres-cles-de-la-filiere.html#a241>.

Tension sur les ressources et pollutions

La production de vêtements sollicite différentes **ressources**, à commencer par l'eau pour la culture du coton et les processus de teinture. Entre 7 000 et 11 000 litres d'eau sont nécessaires à la fabrication d'un jean, soit 285 douches⁸. L'impact en eau de tous les vêtements consommés dans l'UE en 2015 s'élève à 46 400 millions de m³⁹. D'autre part, le secteur textile est fortement dépendant des énergies fossiles, puisque les fibres synthétiques (polyester, polyamide...voir encadré sur les fibres textiles) sont issues du pétrole. Le polyester représente aujourd'hui 60 % des fibres actuellement utilisées et son usage devrait doubler d'ici à 2030¹⁰.

L'industrie textile génère également diverses **pollutions** lors de la production des fibres (usage de pesticides et fertilisants pour le coton qui représente 26 % des fibres utilisées) pendant la production (eaux de teinture chargées de produits toxiques) et pendant l'usage (microfibres plastiques).

Les microfibres plastiques

À chaque lavage, des milliers de microfibres plastiques provenant des **fibres synthétiques** (vierges ou recyclées) se libèrent sans pouvoir être filtrées par les systèmes d'épuration. Elles finissent dans les océans, où elles sont ingérées par de multiples espèces sous-marines pouvant se retrouver elles-mêmes dans notre chaîne alimentaire. Elles mettront des décennies à se dégrader et peuvent contenir des produits chimiques toxiques. Au rythme actuel, d'ici 2050, nous aurons déversé plus de 20 millions de tonnes de microfibres plastiques dans les océans¹¹.

La production et le transport des textiles génèrent 1,2 milliard de tonnes de **gaz à effet de serre** par an, soit davantage que tous les vols internationaux et les transports maritimes réunis¹². La chaîne de valeur est longue pour produire un vêtement et chaque étape peut avoir lieu dans un pays différent : un jean peut parcourir jusqu'à 1,5 fois le tour du monde, du champ de coton à la boutique¹³. Il semble que la phase d'usage ait le plus fort impact carbone (lavage et séchage en machine) tandis que la production serait responsable d'environ un quart des émissions de CO₂¹⁴.

Cette forte tension sur les ressources et les pollutions associées vont s'aggraver puisque la production de vêtements devrait tripler d'ici à 2050¹⁵.

⁸ *Le revers de mon look* ; ADEME, mars 2018.

⁹ *Mapping clothing impacts in Europe: the environmental cost* ; ECAP, décembre 2017.

¹⁰ *Fashion at the crossroads* ; Greenpeace International, septembre 2017.

¹¹ *The state of fashion 2018* ; The Business of Fashion and McKinsey & Company, 2017.

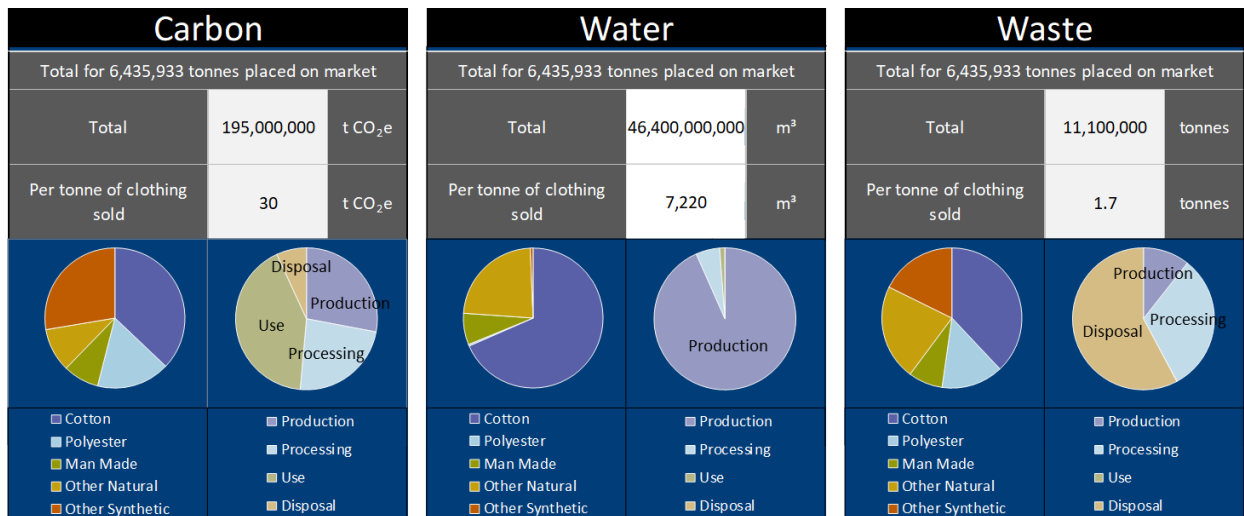
¹² *A new textiles economy: redesigning fashion's future* ; Fondation Ellen Macarthur, novembre 2017.

¹³ *Carnet de vie d'un jean* ; ADEME, octobre 2014.

¹⁴ *Mapping clothing impacts in Europe: the environmental cost* ; ECAP, décembre 2017.

¹⁵ *A new textiles economy: redesigning fashion's future* ; Fondation Ellen Macarthur, novembre 2017.

Emprunte carbone, eau et déchets des vêtements consommés dans l'UE en 2015 - ECAP¹⁶.

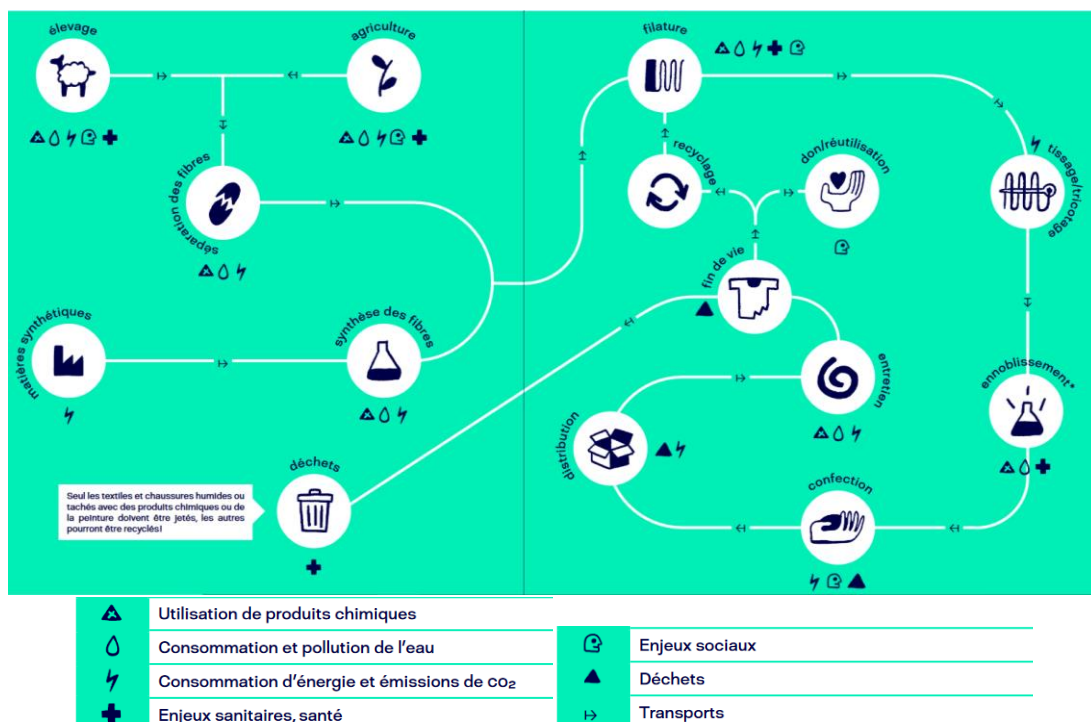


Le recyclage complexe des textiles

Un vêtement est un produit complexe, construit à base de matières différentes (naturelles, artificielles, synthétiques), d'accessoires en métal, et qui subit des traitements (teinture, apprêts). Cette **complexité** ne facilite pas le recyclage en cours de production et en fin de vie.

80 % des textiles utilisés dans l'Union Européenne ne sont pas recyclés¹⁷.

Le cycle de vie des produits textiles-ADEME¹⁸



¹⁶ Mapping clothing impacts in Europe: the environmental cost ; ECAP, décembre 2017. Graphique produit par l'outil ECAP Footprint Calculator.

¹⁷ Fashion at the crossroads ; Greenpeace International, septembre 2017.

¹⁸ Le revers de mon look ; ADEME, mars 2018.

Les possibilités de recyclage varient d'une fibre à l'autre. Le **recyclage mécanique** du coton est maîtrisé, mais il dégrade la qualité de la fibre et les nouveaux vêtements ne peuvent contenir que 20 % de fibre recyclée. En revanche, la laine peut être recyclée plusieurs fois et il est possible de transformer du coton en une matière proche du lyocell (fibre artificielle) avec une cellulose recyclée.

Les textiles à base de **fibres mélangées** (coton/polyester/élasthane par exemple) sont plus difficiles à recycler car les procédés ne sont pas les mêmes selon les fibres qui ne peuvent être recyclées chimiquement sans être séparées au préalable. Or, ces mélanges sont de plus en plus répandus dans les vêtements de la *fast fashion* : le système actuel favorise donc une mode jetable.

Les solutions de recyclage en boucle fermée¹⁹ sont donc encore balbutiantes. En **boucle ouverte**, la fibre la plus facile à recycler est le polyester : le polymère est transformé chimiquement en monomère avant d'être retransformé en fibres, mais qui sont le plus souvent recyclées en isolants. Afin de recréer du textile, le polyester recyclé est principalement issu d'autres secteurs, notamment de bouteilles en PET²⁰. Il faut par ailleurs rester vigilant quant à la quantité d'énergie nécessaire au recyclage des fibres, tout en s'assurant que les produits toxiques potentiellement présents dans les vêtements (teintures, apprêts) ne soient pas remis dans la boucle.

Un fort **investissement** est ainsi nécessaire pour développer les technologies de recyclage afin que les matières recyclées deviennent aussi rentables que les matières vierges. Les solutions existantes de recyclage ne permettent donc pas de compenser les dommages environnementaux causés par l'industrie textile. Il est urgent de ralentir l'extraction de matières et de repenser l'usage des ressources mobilisées. L'économie circulaire apporte des réponses aux défis auxquels l'industrie textile est confrontée.

VERS UNE ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS L'INDUSTRIE TEXTILE

L'économie circulaire vise à découpler la création de valeur de notre impact sur l'environnement. Elle implique la mise en place de nouveaux modes de conception, de production (éco-conception, écologie industrielle et territoriale, économie de fonctionnalité, etc.) et de consommation plus sobres et efficaces. Elle invite également à considérer les déchets comme des ressources²¹.

Éco-conception : design et approvisionnement

Les choix stylistiques peuvent considérablement limiter l'impact environnemental d'un vêtement et améliorer sa circularité.

D'abord, la **forme** : en production, la découpe des pièces de chaque vêtement génère entre 20 et 30 % de chutes de tissus. Si les designers repensent la coupe de nos vêtements, ils peuvent optimiser

¹⁹ Utilisation des matières premières de recyclage pour un usage et une destination identiques sans perte fonctionnelle de la matière. À l'inverse, le recyclage en boucle ouverte est l'utilisation de la matière de recyclage pour une destination différente, mais en substitution d'une matière première vierge (par exemple le recyclage d'une bouteille PET en fibre polaire) ; définition de l'ADEME, juillet 2018.

²⁰ PET : polyéthylène téréphtalate. Il s'agit d'un type de polymère de plastique recyclable.

²¹ *Plaidoyer pour l'économie circulaire*, Institut national de l'économie circulaire, 2018.

l'usage du tissu, voire créer des patronages zéro déchet, sans chute de tissu. Les imprimantes 3D peuvent également être une piste pour ajuster le vêtement au plus près du besoin des clients²².

Le choix du tissu, des accessoires (boutons, rivets...) et des motifs ont des conséquences sur la fin de vie du produit (désassemblage et recyclage). Un jean ne peut être recyclé qu'à 30 % en raison des nombreux points durs (coutures) et des accessoires en métal. La marque de jeans français 1083 propose par exemple des jeans pour enfants conçus pour être réparés, avec des jambes démontables en cas d'accroc aux genoux. De plus, privilégier les tissus mono-matière facilite le recyclage, tout comme le fait de substituer les imprimés à base d'encre synthétiques par des motifs tissés ou brodés.

Un **approvisionnement durable** permet également de réduire l'impact environnemental et facilite la circularité du produit. Le coton conventionnel est la deuxième matière la plus utilisée après le polyester. Son impact environnemental peut être réduit par l'usage du coton biologique utilisant moins de fertilisants chimiques et de pesticides. La marque d'*outdoor*²³ Patagonia a commencé à sourcer 100% de son coton bio en 1996. D'autres fibres naturelles moins répandues sont beaucoup plus vertueuses pour l'environnement : la culture du lin ne nécessite pas d'irrigation, peu d'intrants, pas d'OGM. Cette plante pousse dans le nord de la France, en Belgique et aux Pays-Bas. Le chanvre présente des propriétés similaires.

Parmi les fibres artificielles, le lyocell est produit avec de la cellulose d'eucalyptus et est préférable à la viscose car les solvants naturels non toxiques permettant de transformer le bois en fibre sont recyclés à 99 %²⁴. Ainsi, les polluants ne sont pas reversés dans les eaux usées.

L'usage des fibres synthétiques doit être réservé aux produits pour lesquels elles ne sont pas substituables, comme les équipements sportifs et les vêtements *outdoor*. L'usage de fibres recyclées est plus vertueux, même s'il ne résout pas le problème des microfibres plastiques et doit donc être accompagné d'une stratégie de récupération des microfibres dans les eaux usées à tous les stades (production, usage, déchet).

Les différentes fibres textiles			
FIBRES NATURELLES		FIBRES CHIMIQUES	
Matières végétales	Matières animales	Matières artificielles	Matières synthétiques
		à base de matières naturelles transformées chimiquement	issues d'hydrocarbures ou d'amidon
Coton	Soie	Viscose (rayonne)	Polyester
Lin	Laine	Acétate	Polyamide (nylon)
Chanvre	Cachemire	Lyocell	Elasthane
Jute	Cuir	Modal	Acrylique
Ramie		Bambou	
Orties		Soja	
		Lait	
		Ananas (Pinatex)	

De plus, de nouvelles pratiques peuvent réduire l'impact lors des phases d'**ennoblissement, de teinture et de finitions** : 1083 procède au délavage des jeans au laser au lieu du délavage par sablage.

²² Voir le projet Kniterate, <https://www.kickstarter.com/projects/kniterate/kniterate-the-digital-knitting-machine?lang=fr>.

²³ Ensemble des sports d'extérieur, de plein air : montagne, mer...

²⁴ *A new textiles economy: redesigning fashion's future* ; Fondation Ellen Macarthur, novembre 2017.

Une teinture intégrée avant le filage permettrait d'économiser 90 % d'eau²⁵. Il est possible d'utiliser des teintures végétales comme l'entreprise Archroma qui utilise des coquilles et feuilles de noix non comestibles. Les recherches portent sur le potentiel d'utilisation de molécules issues du vivant pour ennoblir les textiles : des bactéries produisent les pigments, évitant l'usage de grandes quantités d'eau et de produits chimiques de teinture.

Pour l'ONG Greenpeace, l'**élimination des produits chimiques toxiques** est un préalable à la circularité de bonne qualité. Depuis 2011, la campagne Detox a lancé un défi au secteur et a obtenu l'engagement de 80 marques (dont 19 de *fast fashion*) vers une plus grande transparence et le rejet de zéro produit chimique toxique dans leur chaîne de production et d'approvisionnement à l'horizon 2020.

L'éco-conception est donc un levier essentiel pour limiter les dommages environnementaux lors de la production des vêtements et dans la gestion de leur fin de vie.

Allongement de la durée d'usage

La production et le transport des produits textiles sont les phases ayant le plus fort impact environnemental. Un des leviers d'action principaux pour réduire l'empreinte du secteur est de réduire l'achat de vêtements neufs et donc d'allonger au maximum la durée d'usage de chaque vêtement. Pourtant, la durée de vie moyenne d'un vêtement porté dans l'UE en 2015 serait de 3,3 ans²⁶.

La **qualité** des tissus sélectionnés est un facteur déterminant de la longévité du vêtement. Les marques doivent tester la durabilité de leurs produits sur la base de critères objectifs et comparables. Par exemple, pour un tissu solide, il faut choisir des fibres longues. Certaines marques proposent des produits sous **garantie** et prennent ainsi la responsabilité de la qualité des textiles qu'elles mettent sur le marché. Quelques-unes assurent même la garantie de vêtements remis à neuf. Les vêtements peuvent également être conçus pour être multifonctionnels, portés en plusieurs occasions et dans différentes conditions, réduisant la nécessité d'acheter de multiples pièces.

Autre manière d'allonger la durée de vie, le marché du **vêtement d'occasion** est en pleine croissance, encouragé par le numérique. En France, 58 % des TLC collectés sont remis sur le marché en l'état²⁷ et 6 Français sur 10 ont déjà acheté d'occasion²⁸.

Les enjeux environnementaux sont en effet autant d'opportunités pour l'industrie textile de se réinventer.

Nouveaux modèles économiques

Le nombre de fois où un vêtement est porté avant d'être jeté a baissé de 36% ces 15 dernières années²⁹. Pour éviter que nos vêtements dorment dans nos placards, de nouveaux *business models*, basés sur l'économie de la fonctionnalité, sont en train de voir le jour.

²⁵ *Fashion at the crossroads* ; Greenpeace International, septembre 2017.

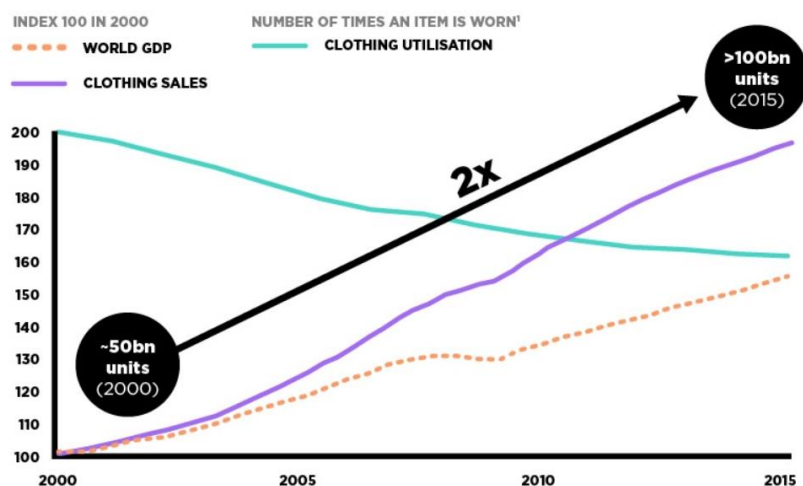
²⁶ *Mapping clothing impacts in Europe: the environmental cost* ; ECAP, décembre 2017.

²⁷ Les chiffres clés 2017 de la filière, Eco TLC <http://www.ecotlc.fr/actualite-241-retrouvez-les-derniers-chiffres-cles-de-la-filiere.html#a241>.

²⁸ *Les Français et les Textiles d'habillement, le Linge de maison et les Chaussures (TLC)* ; Eco TLC, juin 2018.

²⁹ *A new textiles economy : redesigning fashion's future* ; Fondation Ellen Macarthur, novembre 2017.

Croissance des ventes de vêtements et déclin de l'utilisation des vêtements depuis 2000³⁰



Le nombre de vêtements a doublé, mais le nombre de fois moyen qu'un vêtement est porté avant de cesser d'être utilisé a fortement baissé entre 2000 et 2015. Source Euromonitor International Apparel & Footwear 2016 Edition (volume sales trends 2005-2015) ; World Bank, World development indicators – GD (2017).

Déjà existants dans la mobilité, les **services de partage et de location** de vêtements augmentent l'usage de la ressource et répondent au besoin des consommateurs de changement rapide et fréquent de vêtements. Mud Jeans propose un service de *leasing* des jeans dont ils restent propriétaires. Tale me a la même offre pour les vêtements d'enfants qui doivent par nature être changés très souvent. L'habibliothèque propose une penderie partagée *via* un abonnement mensuel. Le rapport à la propriété du vêtement peut donc également être reconsidéré par l'économie circulaire.

En plus de la vente de produits, les marques peuvent proposer des **services de réparation** afin d'encourager leurs clients à conserver leurs vêtements le plus longtemps possible. H&M par exemple, lance son service de réparation en magasin, Take Care³¹. Les marques d'*outdoor* (Décathlon, Patagonia avec la tournée Worn Wear³²) sont les championnes pour vendre des services de réparation, et proposent même aux clients des ateliers pour réparer eux-mêmes leurs produits.



En effet, l'implication du consommateur permet d'augmenter la **durabilité émotionnelle** des textiles. Les services de personnalisation et les ateliers de couture ou d'*upcycling*³³ sont autant de services annexes qui pourraient être proposés par les marques. Ces stratégies de marketing aval impliquent le consommateur lui permettant de cocréer un produit qui correspond à ses goûts et besoins et augmentent son attachement, et en fin de compte allongent la durée de vie du produit.

Ces nouveaux *business models* sont encore des niches et doivent être soutenus fiscalement afin de pouvoir passer à l'échelle. Ces changements marquent une modification profonde de la façon dont les vêtements sont portés, vendus, partagés, réparés et réutilisés. Au-delà des bénéfices

³⁰ *A new textiles economy: redesigning fashion's future* ; Fondation Ellen Macarthur, novembre 2017.

³¹ <http://fr.fashionnetwork.com/news/H-M-devoile-un-flagship-XXL-dans-le-quartier-Haussmann,988860.html>.

³² <https://eu.patagonia.com/fr/worn-wear-tour-dates.html>.

³³ L'*upcycling* consiste à transformer des déchets en objets dont la valeur est supérieure à l'objet ou la matière d'origine.

environnementaux, il faut noter les bénéfices sociétaux puisque ces initiatives permettent également de créer de nouvelles activités localement et de recréer du lien social.

Il est essentiel de comprendre les besoins des clients et de saisir les opportunités économiques qui en découlent. Tous les acteurs doivent être mobilisés pour contribuer à ces évolutions profondes des modes de consommation.

LES ACTEURS DU CHANGEMENT

Les acteurs publics

Comme pour d'autres filières, les acteurs publics font preuve d'un engagement croissant sur les impacts écologiques du textile. Ils s'appuient pour cela sur des stratégies ou feuilles de route fixant des objectifs pouvant être contraignants et accompagnés d'un plan d'investissement pour soutenir l'évolution des acteurs.

Au **niveau européen**, le paquet européen sur l'économie circulaire adopté en mai 2018 oblige les États membres à mettre en place une collecte séparée pour les textiles d'ici à 2025. L'UE finance par ailleurs des programmes de recherche et d'innovation comme le European Clothing Action Plan (ECAP).

Sur le **plan national**, les États ont la capacité de modifier les conditions du marché pour encourager les acteurs vertueux. La fiscalité est un outil qui encourage l'usage de fibres recyclées, la production de vêtements recyclables, les filières de réparation. Le levier réglementaire peut imposer des contraintes comme la mise en place de garanties obligatoires. En France, la feuille de route pour l'économie circulaire (FREC) prévoit la mise en place d'ici 2019 d'un plan d'action de lutte contre le gaspillage vestimentaire des invendus, sur le modèle du gaspillage alimentaire. Depuis mars 2017, les multinationales ont un devoir de vigilance sur leurs sous-traitants et doivent « prévenir les atteintes graves envers les droits humains et les libertés fondamentales, la santé et la sécurité des personnes, ainsi que l'environnement »³⁴. Enfin, les États définissent le cadre réglementaire du statut de déchet, ayant des conséquences importantes pour les acteurs de la collecte et leurs habilitations.

Le système de **Responsabilité élargie du Producteur** (REP) qui existe en France depuis 2008 pour les textiles, linges de maison et chaussures (TLC) est exemplaire. Chaque entreprise qui vend des vêtements de sa propre marque sur le marché français doit soit mettre en place son propre système de collecte et de recyclage, soit payer une contribution à l'éco-organisme Eco TLC qui s'en charge pour eux, proportionnellement au volume de vêtements mis sur le marché. Cette éco-contribution est différenciée selon des critères de durabilité et l'usage de fibres recyclées. Les fonds collectés financent le système, de la Recherche & Développement pour développer les solutions de recyclage et des campagnes de sensibilisation pour encourager le grand public au tri des TLC.

Par le biais de la **commande publique**, les services de l'État intègrent les textiles recyclés dans leurs achats textiles et orientent les investissements dans des infrastructures de collecte et de tri.

³⁴ Loi n° 2017-399 du 27 mars 2017 parue au JO n° 0074 du 28 mars 2017.

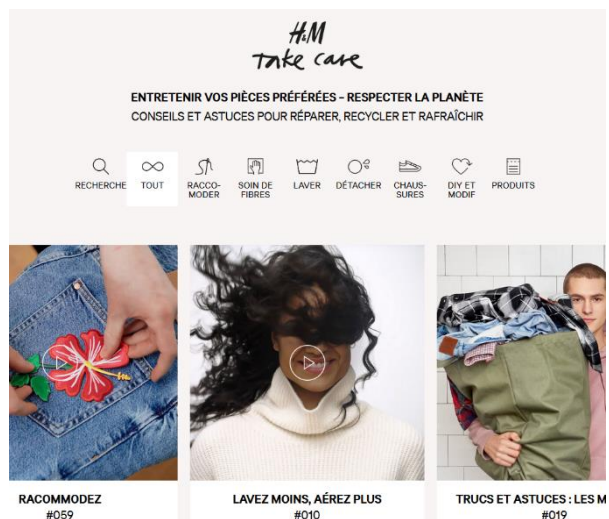
Enfin, pour que l'industrie de la mode change, il faut former les futurs professionnels du secteur à ces enjeux. **La formation** et la sensibilisation sont des missions des pouvoirs publics qui doivent œuvrer afin que l'économie circulaire soit intégrée aux enseignements et aux programmes de recherche.

Au **niveau territorial**, les villes sont actrices de la collecte et connaissent les écosystèmes locaux (habitudes des résidents, tissu associatif, infrastructures de collecte et tri). Les taux de collecte dans les villes sont généralement plus bas que les moyennes nationales et 40 % des européens vivent dans des villes de plus de 150 000 habitants³⁵. Le traitement des déchets textiles peut par ailleurs être une opportunité de combiner les objectifs environnementaux et sociaux en soutenant l'embauche de personnes éloignées de l'emploi dans la collecte et le tri des textiles. Les municipalités, au contact direct des citoyens, doivent impérativement communiquer sur les points de collecte, leur diversité et assurer la transparence quant au devenir des vêtements collectés.

Les acteurs privés

Le passage vers une économie circulaire ne se fera pas sans **les marques**. Selon une étude menée par Eco TLC³⁶, seulement 4% des metteurs sur le marché ont des objectifs clairement chiffrés sur la thématique de l'économie circulaire et 23 % ont mis en place des actions de collecte. L'allongement de la durée d'usage, la consommation responsable et les achats responsables sont les trois piliers de l'économie circulaire qui sont le plus activés par les marques.

Compte tenu des tensions qui pèsent sur les ressources, les enseignes de *fast fashion* ont tout intérêt à entrer dans la boucle. H&M s'est fixé pour objectif d'avoir un approvisionnement en coton 100 % éco-responsable (coton bio, recyclé et Better Cotton Initiative³⁷) en 2020. Leur partenariat avec I:CO donne lieu à la collecte de 25000 tonnes de textiles par an. Aujourd'hui, 35 % des matériaux sont recyclés ou issus de sources durables, l'objectif est de passer à 100 % en 2030. L'enseigne incitait déjà ses clients à rapporter les vêtements contre un bon d'achat, elle vient de lancer le concept Take Care, un service en magasin de réparations, conseils d'entretien et personnalisation des vêtements³⁸.



La fondation H&M conscious a lancé en 2015 le Global Change Award pour stimuler l'innovation dans la mode. Le lauréat 2018 est l'entreprise Resortecs³⁹ qui a développé un fil qui se dissout à haute température. Les accessoires en métal (zips, boutons, rivets...) sont libérés, les pièces du vêtement facilement détachées, le tout est réutilisable ou recyclable.

Les marques ont un fort pouvoir d'influence auprès des consommateurs afin que le recyclé ou le vêtement d'occasion aient une image plus valorisée. Elles doivent s'engager pour étendre la durabilité

³⁵ *Mapping clothing impacts in Europe : the environmental cost* ; ECAP, décembre 2017.

³⁶ *L'engagement dans l'économie circulaire des entreprises de l'industrie des Textiles d'habillement, du Linge de maison et des Chaussures (TLC)* ; COHDA pour Eco TLC, juin 2018.

³⁷ ONG qui accompagne les fermiers du coton dans le changement de leurs méthodes de production pour des pratiques plus durables. Le label BCI (Better cotton initiative) est controversé car il autorise les OGM et les pesticides.

³⁸ <http://fr.fashionnetwork.com/news/H-M-lance-un-projet-pilote-a-Hambourg-autour-de-la-mode-durable,967835.html>.

³⁹ <https://resortecs.com/>.

émotionnelle des vêtements (en impliquant le consommateur) et la durabilité physique des produits par leur qualité et leur éco-conception. Les grands groupes ont la capacité financière de soutenir des projets de R&D et de tester des projets pilotes afin que la niche devienne la norme. Par exemple, après des années de développement, C&A a lancé en juin 2017 un t-shirt certifié Cradle-to-cradle®⁴⁰ à un prix d'appel (7 €) et démontre ainsi qu'une alternative durable à prix raisonnable est possible. Ils ont rendu publiques leurs connaissances en la matière afin d'encourager les autres enseignes à faire de même.

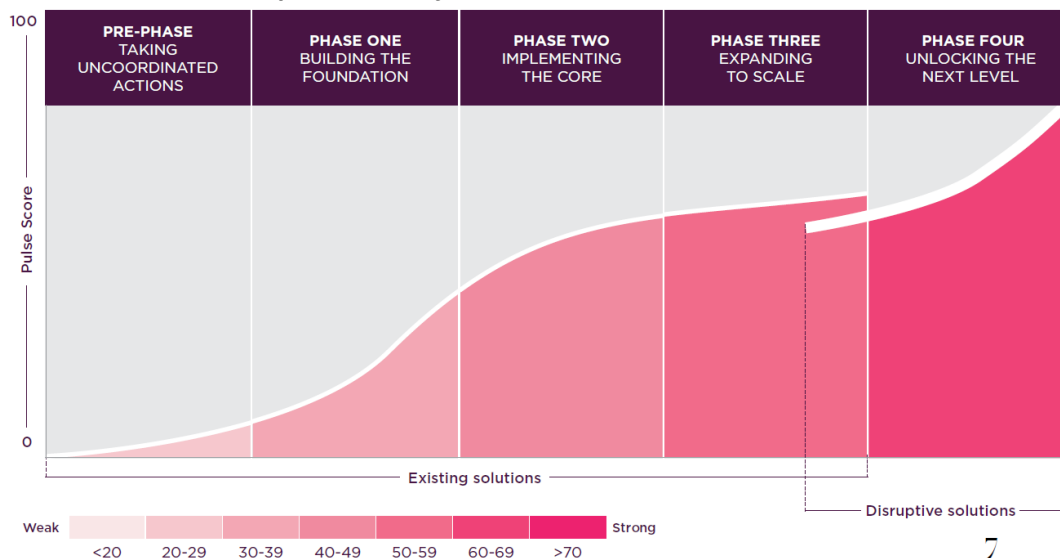
Les **petites marques** ne sont pas en reste par leur créativité et leur rôle de précurseur. Elles ont une capacité d'innover et de sensibiliser les clients par leur proximité. La mode doit rester attractive, offrir une expérience client, une histoire à laquelle il adhère.

Écosystèmes multipartites

La **collaboration** est une des clés du succès vers une économie circulaire. Innovation, partage de bonnes pratiques, objectifs chiffrés : tous les acteurs doivent s'accorder pour agir dans la même direction. Un puissant écosystème innovant est nécessaire pour garantir le passage à l'échelle des bonnes solutions existantes.

Le Global Fashion Agenda⁴¹ est un forum sur la mode durable impulsé par le Copenhagen Fashion Summit⁴² qui fixe des objectifs concrets pour 2020. Le Pulse Score est un outil de mesure mis en place par le Global Fashion Agenda et le Boston Consulting Group qui évalue la performance des marques dans leurs engagements environnementaux et sociétaux. Sur la base d'un scénario exemplaire, en prenant en compte le coût du travail, l'énergie, l'eau, les déchets et les produits chimiques, ils estiment que la mise en place de ces engagements peut améliorer d'1 à 2 points le résultat net avant impôts⁴³. L'outil permet aux entreprises de comparer leurs performances par rapport aux autres acteurs du marché et les aide à prioriser les actions. En recensant toutes les bonnes pratiques, les entreprises bénéficient de l'expérience des autres enseignes tout en augmentant leur profitabilité.

The Pulse Curve : les étapes d'une trajectoire saine⁴⁴



⁴⁰ Certification délivrée par l'ONG Cradle to Cradle Products Innovation Institute qui accompagne les entreprises dans le développement de produits soutenables du point de vue social et environnemental.

⁴¹ <http://www.globalfashionagenda.com/global-fashion-agenda/>.

⁴² <https://copenhagenfashionsummit.com/>.

⁴³ *The Pulse of the fashion industry report 2018*.

⁴⁴ *The Pulse of the fashion industry report 2018*.

Le Pulse score se base sur le Higg Index, outil qui mesure les impacts sociaux et environnementaux tout au long de la *supply chain*. Il est développé par la Sustainable Apparel Coalition qui regroupe 200 membres (marques, fournisseurs, associations et universités). Après avoir mesuré la performance de l'entreprise, le Sustainable Apparel Coalition accompagne ses membres vers l'amélioration de leurs pratiques pour une mode plus soutenable et assure la mise en réseau des acteurs.

La mise en réseau des marques et des pouvoirs publics est cruciale, mais ne doit pas se faire sans les acteurs de la société civile.

La société civile

Les **ONG** représentent un contre-pouvoir essentiel et s'assurent que toutes les externalités négatives sont bien prises en compte dans les actions des entreprises et des acteurs publics. Depuis 2011, le programme Detox de Greenpeace a largement encouragé les entreprises du secteur à changer leurs pratiques. 80 marques (représentant 15 à 20 % du marché mondial) se sont engagées à éliminer l'usage de produits toxiques dans leur chaîne de valeur d'ici au 1^{er} janvier 2020. Sept ans plus tard, Greenpeace tire un premier bilan⁴⁵ : toutes les marques ont réalisé des progrès conséquents, mais les difficultés varient selon leur taille et leur marché. 72 % d'entre elles déclarent l'élimination des substances perfluorées (PFC), l'une des familles de substances pointées dans la campagne. Ce défi a obligé les marques à renforcer la traçabilité de leur chaîne d'approvisionnement et à impliquer leurs sous-traitants dans cette démarche.

Par ailleurs, les marques développent des partenariats avec des ONG internationales et des **associations** locales pour assurer la redistribution des vêtements invendus ou des vêtements collectés encore portables. En France, Dons Solidaires ou l'Agence du don en nature travaillent avec des metteurs en marché pour récupérer leurs invendus.

Enfin, les **consommateurs** au bout de la chaîne de valeur jouent un rôle majeur à différents niveaux. Leurs choix de privilégier des marques plus éthiques et leur exigence de transparence vont obliger les marques à ajuster leur offre. Il y a pourtant une dissonance entre leur sensibilité à l'environnement et leurs actes d'achat encore tournés vers la *fast fashion*. Selon une enquête consommateur menée par Eco TLC⁴⁶, l'éthique est encore un argument secondaire, la mode reste un achat coup de cœur. Il est donc essentiel de les aider à s'emparer de ces sujets, même dans leurs aspects techniques, en vulgarisant les savoirs, et sans culpabilisation. Les labels et certifications constituent une première source d'information précieuse.



Par ailleurs, la phase d'usage serait à l'origine d'environ un tiers de l'impact carbone des vêtements, selon la fréquence et la température des lavages⁴⁷. De plus, ce sont les consommateurs qui prennent l'initiative de faire réparer leurs vêtements et participent ainsi à l'allongement de la durée d'usage. Enfin, ils sont acteurs du tri. Dans un modèle d'économie circulaire, ils deviennent donc fournisseurs de matière première.

Dans le cadre du programme de recherche Mistra Future Fashion, une enquête client a été menée auprès de 4 617 adultes vivant en Allemagne, Pologne, Suède et aux États-Unis⁴⁸. L'étude révèle que les consommateurs ayant le pouvoir d'achat le plus faible consomment davantage de *fast fashion*. De

⁴⁵ Destination Zéro : impacts de sept ans de campagne Detox sur l'industrie du vêtement ; Greenpeace, juillet 2018 ; <https://cdn.greenpeace.fr/site/uploads/2018/07/R%C3%A9sum%C3%A9-Detox-2018.pdf>.

⁴⁶ Les Français et les Textiles d'habillement, le Linge de maison et les Chaussures (TLC) ; Eco TLC, juin 2018.

⁴⁷ Mapping clothing impacts in Europe: the environmental cost ; ECAP, décembre 2017.

⁴⁸ Annual report 2017 ; Mistra Future Fashion, mars 2017.

plus, les consommateurs ne sont pas enclins à choisir des systèmes de location et bibliothèques de vêtements, mais se tournent majoritairement vers la revente et les services de réparation.

Il y a donc un important travail de sensibilisation et de communication à effectuer auprès des consommateurs afin de réussir le passage vers une économie circulaire.

CONCLUSION

L'économie circulaire propose des solutions permettant à l'industrie de la mode de relever le défi environnemental sans renier ce qui fait sa spécificité : la créativité, le design et le bien-être des usagers.

Alors que les initiatives émergent, la filière se mobilise afin de rechercher les innovations et les nouveaux *business models* pouvant modifier en profondeur la façon dont nous produisons et consommons la mode. Les échelles d'action sont variées, complémentaires et mobilisent tous les acteurs. Des expérimentations de grande ampleur doivent être menées afin de ralentir l'extraction de ressources et de fermer la boucle.

POUR ALLER PLUS LOIN

A new textiles economy: redesigning fashion's future ; Fondation Ellen Macarthur, novembre 2017, 150p.

<https://www.ellenmacarthurfoundation.org/publications/a-new-textiles-economy-redesigning-fashions-future>

Ce rapport propose une transformation en profondeur de la façon dont les vêtements sont dessinés, vendus et utilisés. Basée sur l'économie circulaire, cette vision permettrait d'éviter les impacts négatifs de ce secteur et de créer des opportunités économiques équivalentes à 500 milliards de dollars.

The Pulse of the fashion industry report 2018, 126p.

<http://www.globalfashionagenda.com/pulse/>

Le rapport *The Pulse of the Fashion Industry* est publié par le Global Fashion Agenda en collaboration avec le Boston Consulting Group. Ce rapport expose dans quelle mesure les défis environnementaux, sociaux et éthiques que le secteur de la mode doit relever aujourd'hui ne sont pas seulement des menaces, mais surtout une opportunité de créer de la valeur ajoutée inexploitée.

Fashion at the crossroads ; Greenpeace International, septembre 2017, 108p.

<https://www.greenpeace.org/international/publication/6969/fashion-at-the-crossroads/>

Dans ce rapport, Greenpeace identifie et évalue les initiatives prises par les entreprises du secteur de l'habillement et de la chaussure qui tentent à la fois de ralentir le flux de matières premières et de fermer la boucle.

Mapping clothing impacts in Europe: the environmental cost ; ECAP, décembre 2017, 41p.

<http://www.ecap.eu.com/wp-content/uploads/2018/07/Mapping-clothing-impacts-in-Europe.pdf>

Ce rapport, mené dans le cadre du projet européen European Clothing Action Plan, examine l'impact global des vêtements en Europe. Il étudie le niveau de consommation, les déchets textiles, l'emprunte environnementale et les comportements des consommateurs.

Annual report 2017 ; Mistra Future Fashion, mars 2017, 21p.

http://mistrafuturefashion.com/wp-content/uploads/2018/04/Annual-Report_Mistra-Future-Fashion-2017_-PDF.pdf

Mistra Future Fashion est un programme de recherche sur l'économie circulaire au service d'une industrie de la mode positive pour le futur. RISE, Research Institutes of Sweden, accueille ce programme, en collaboration avec 15 organismes de recherche partenaires.

A PROPOS DE L'INEC

L'Institut National de l'Économie Circulaire est aujourd'hui, l'organisme de référence et d'influence autour de l'intelligence écologique et de l'économie de la ressource. L'Institut est composé d'environ 200 membres : entreprises, fédérations, collectivités, institutions, associations, ONG et universités. La diversité de ces membres permet de nourrir une vision holistique de l'économie circulaire, prenant en compte l'ensemble des enjeux économiques, sociaux, et environnementaux. Notre mission est de fédérer l'ensemble des acteurs publics et privés pour promouvoir l'économie circulaire et accélérer sa mise en œuvre.

