PROGRAMME COMMUN POUR LA *Mode Circulaire*

Édition 2023 - 2024

FÉDÉRATION de la MODE CIRCULAIRE

Chères Lectrices, Chers Lecteurs,

Quasiment un an jour pour jour après l'officialisation du premier Programme Commun, c'est avec une joie et une fierté toujours plus grandes que toute l'équipe de la Fédération de la Mode Circulaire officialise cette seconde édition du Programme Commun pour la Mode Circulaire, aux côtés de nos 226 organisations-membres et soutiens fidèles !

Cette seconde édition s'inscrit dans un contexte d'évolution exponentielle de la circularité dans la mode. Notre secteur vit en effet des **évolutions réglementaires extrêmement rapides**, sous l'influence forte du nouvel agrément de notre éco-organisme, des enjeux autour de l'affichage environnemental ou encore de la création de nouvelles REP textiles en Europe.

Par ailleurs, comme l'illustre notre récente étude de marché FMC x Accenture[1], le marché de la mode circulaire représente 6,3 milliards d'euros en 2023, avec une **croissance annuelle estimée de 12% jusqu'en 2030**, porté par les innovations dans le réemploi, les efforts de tout le secteur du recyclage dans son ambition de contribution à la réindustrialisation, l'essor de l'upcycling ou encore la démocratisation de la réparation avec le lancement de son fonds dédié.

Dans ce contexte, l'objectif de cette seconde édition est de rester au plus proche de l'état de l'art de la mode circulaire en France. Expliquer et illustrer concrètement les avancées des mesures de la première édition, faire valoir les nouvelles attentes du secteur tout en élargissant notre représentation - après avoir fait grandir notre communauté depuis l'année dernière -, et bien entendu continuer à mettre en lumière les organisations qui font avancer la circularité dans la mode : voilà les grandes priorités qui nous guident !

À travers les trois grands axes de lecture du livre blanc, la FMC a souhaité illustrer comment **contribuer au développement économique des acteurs de la mode** *(Fiscalité et Marché)*, comment informer et sensibiliser le consommateur pour en faire un **véritable acteur de la consommation responsable** *(Consommation et Sensibilisation)* et comment gérer concrètement la **fin de vie de nos vêtements** *(Recyclage et Environnement).*

Tout au long de cette première année avec toute l'équipe de la FMC, nous avons eu la chance de mener des discussions et des projets passionnants avec toutes les organisations engagées du secteur pour faire avancer concrètement la circularité dans la mode.

Les pouvoirs publics ont aussi répondu présent pour construire ce futur ensemble. De la Transition écologique à la Culture, en passant par Bercy avec le Numérique et l'Industrie, l'ESS et l'Enseignement supérieur : cabinets, administrations, agences de l'État comme l'ADEME et éco-organismes engagés comme Refashion, ou encore élus territoriaux, nationaux et européens - toutes et tous ont su être à l'écoute pour s'engager à nos côtés dans les réflexions de la mode et de l'économie de demain.

À travers cette seconde édition, nous souhaitons aussi vous remercier toutes et tous pour votre engagement à nos côtés : **ensemble, nous continuerons à donner le meilleur pour bâtir le futur de la mode et de l'économie circulaire** sous nos valeurs communes de responsabilité environnementale, de compétitivité économique et de justice sociétale.

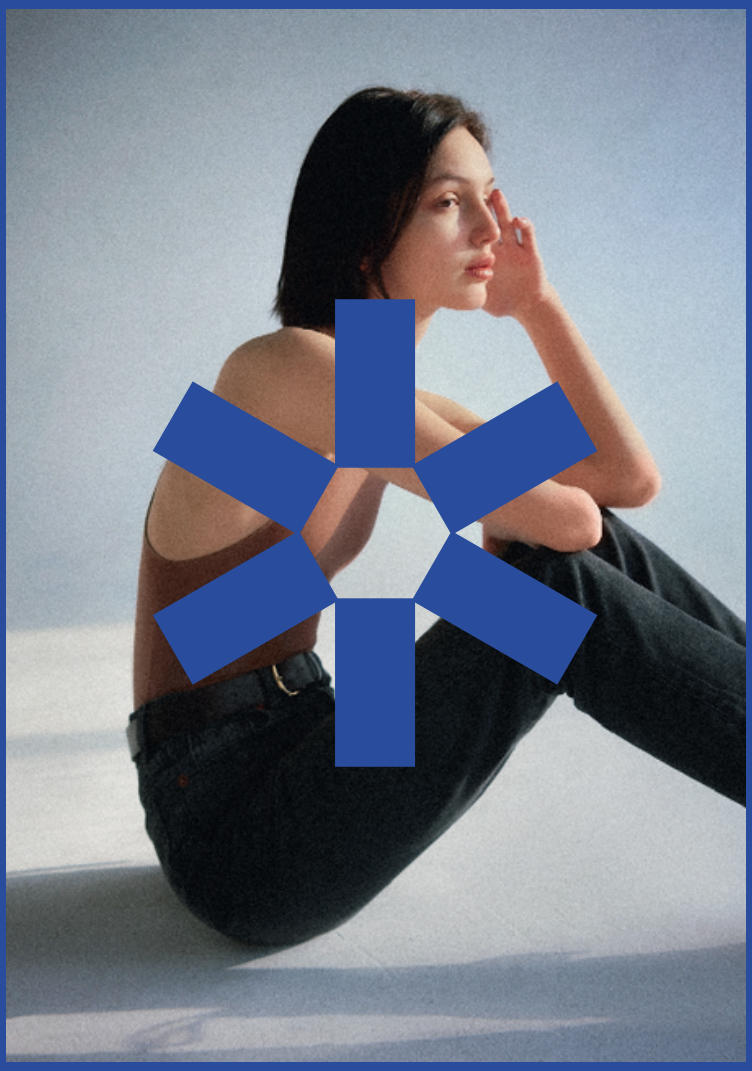
Engagez-vous à nos côtés dans les groupes de travail pour faire avancer concrètement la mode circulaire, promouvez les mesures qui vous concernent en vous appuyant autant que vous le souhaitez sur la FMC, participez à nos côtés à tous les événements et échanges pour construire ce futur désirable pour la mode...

L'aventure circulaire n'en est qu'à ses prémices et le meilleur est à venir : vive la mode et vive la circularité !

Maxime Delavallée

Président de la Fédération de la Mode Circulaire

[1] https://federationmodecirculaire.fr/etude-sur-le-marche-de-la-mode-circulaire



Méthodologie

Le secteur mode et textile est soumis ces dernières années à des transformations profondes.

D'une part, il est le terrain de **l'essor de la fast-fashion** et de la chute de la qualité des produits mis en marché, dans l'objectif regrettable de réduire les coûts et de produire toujours plus et toujours plus vite.

D'autre part, on observe une large prise de conscience des consommateurs sur les impacts environnementaux et sociaux de cette industrie, la naissance de nouveaux acteurs ayant vocation à prendre à bras le corps ces enjeux, l'émergence de **nouvelles manières de produire et de consommer la mode**, l'intégration croissante des logiques d'économie circulaire et un engagement en progression des professionnels de la filière.

Le cadre réglementaire tente à la fois de limiter les conséquences les plus négatives et de promouvoir les pratiques les plus vertueuses : la loi AGEC (2020), la loi Climat et Résilience (2021), ou encore la Stratégie textile européenne pour des textiles durables et circulaires (2022) en sont de bons exemples.

Toutefois, **ce cadre est encore insuffisant** pour faire avancer la filière dans son ensemble vers des pratiques plus circulaires, plus responsables, plus durables, plus transparentes, et ainsi en réduire l'impact sur les ressources et l'environnement.

C'est là toute la raison d'être de ce Programme Commun, dont la première édition avait été publiée en septembre 2022. A l'issue de cette année, il nous est apparu nécessaire de mettre à jour ces propositions, pour qu'elles demeurent les plus pertinentes possible face aux enjeux que rencontrent sur le terrain nos plus de 200 adhérents, positionnés à tous les niveaux de la chaîne de valeur textile.

Tout au long de l'année, notre équipe est allée à la rencontre de ces entreprises engagées afin de saisir précisément leurs problématiques économiques et réglementaires puis de cibler les leviers d'accompagnement prioritaires sur 3 volets principaux :

- **Fiscalité & marché** : Comment accompagner le développement des acteurs de la mode circulaire ?
- **Consommation & sensibilisation** : Comment redonner le pouvoir aux consomm'acteurs ?
- **Recyclage & environnement** : Comment réduire notre impact grâce à une meilleure gestion de la fin de vie des textiles ?

Cinq commissions consultatives par verticale sectorielle se sont tenues en juin 2023 pour bâtir ces nouvelles propositions de mesures avec nos adhérents et partenaires.

Le document que vous vous apprêtez à consulter est donc le fruit d'une réflexion globale des acteurs de la mode circulaire et son objectif est de refléter un **état de l'art, à l'automne 2023, des leviers prioritaires à actionner** pour développer la circularité dans l'industrie de la mode et du textile.

Certaines de ces mesures sont illustrées par des retours terrain et prises de parole de nos adhérents. Vous y découvrirez également certains de nos partenaires, aux côtés desquels nous sommes très fiers de nous engager, pour une évolution pérenne de l'industrie de la mode circulaire.

Tout comme l'année dernière, ce Programme Commun représente le **mandat que nous confient nos adhérents pour les 12 prochains mois**, et que nous défendrons, jour après jour, auprès des pouvoirs publics français et européens, afin de transformer le futur de la mode.

Bonne lecture à toutes et à tous !

Ellie Dahan-Lamort
Responsable du plaidoyer
et de la communauté

01

FISCALITÉ ET *marché* : ACCOMPAGNER LE DÉVELOPPEMENT DES ACTEURS DE LA *mode circulaire*

Mesure 1

ACCOMPAGNER ÉCONOMIQUEMENT LES ENTREPRISES DU *textile* & DE LA *chaussure* VERS L'*écoconception* DE LEURS PRODUITS ET VERS LA *circularisation* DE LEURS MODÈLES ÉCONOMIQUES

L'écoconception est une démarche permettant de prendre en considération les aspects environnementaux du processus de conception et de développement dans le but de réduire les impacts environnementaux négatifs tout au long du cycle de vie d'un produit.[1]

La circularisation, elle, vise à repenser nos modes de production et de consommation en se basant sur l'optimisation des ressources utilisées, et ce, afin de limiter les impacts sur l'environnement, permettant ainsi de réduire l'utilisation des ressources naturelles, de limiter le gaspillage et les déchets générés, et de favoriser la valorisation des déchets produits.[2]

Néanmoins, ces démarches sont encore trop coûteuses pour les entreprises qui les mettent en place dans les processus de conception de leurs produits textiles et chaussures. Il est donc crucial que les structures qui les entreprennent puissent y être incitées financièrement, dans l'objectif de les décharger d'une partie des dépenses engendrées et de **rendre un produit écoconçu moins ou a minima aussi cher à produire qu'un produit qui ne l'est pas.**

Le nouveau cahier des charges de l'éco-organisme de la filière TLC Refashion, entré en vigueur au 1er janvier 2023, prévoit une revalorisation des montants des éco-modulations, c'est-à-dire des bonus accordés aux entreprises sur les éco-contributions qu'elles payent lors de la mise en marché de leurs produits. Ces éco-modulations sont aujourd'hui attribuées en fonction de trois critères non-cumulatifs :

- les labels environnementaux ;
- la durabilité physique des produits ;
- l'incorporation de matières recyclées.

La Fédération de la Mode Circulaire soutient largement cette démarche et propose de l'accentuer pour maximiser son impact.
Il pourrait ainsi être envisagé :

Une augmentation des montants alloués via les éco-modulations et l'intégration de nouveaux critères donnant droit à celles-ci, par exemple :

- L'utilisation de matières issues de stocks dormants de matières ;
- L'utilisation de matières premières à l'impact environnemental faible et produites localement, telles que le lin et le chanvre français ;
- La recyclabilité des matières utilisées, notamment s'il s'agit de tissus mono-matières ;
- La mise en place de services de seconde main ;
- La mise en place de services de collecte de tous types de vêtements usagés.

[1] ISO 14006:2020 Systèmes de management environnemental — Lignes directrices pour intégrer l'écoconception
[2] https://www.territoires-climat.ademe.fr/ressource/72-26

- La mise en place de services par le metteur en marché visant à prolonger la durée de vie du produit, hors période de garantie : mise à disposition des pièces de rechange, service de réparation disponible sur l'ensemble du territoire, information sur la réparabilité facilement accessible pour le consommateur, etc.

Que ces bonus soient assortis de malus, pour pénaliser la mise en marché des produits les moins vertueux. La Fédération souscrit à la rédaction prochaine, par Refashion, d'une étude sur les conditions et conséquences potentielles de la mise en place de telles pénalités, et propose d'ores et déjà plusieurs éléments sur lesquels celles-ci pourraient être fondées :

- Origine des matières premières et localisation des sites de production ;
- Durabilité extrinsèque faible des produits ;
- Quantités mises sur le marché et pourcentage de produits invendus.

Nous prônons également des avantages pour les entreprises de la mode circulaire, au-delà des seuls metteurs en marché.

Des aides financières dédiées nous semblent par exemple nécessaires pour promouvoir le passage à l'échelle de technologies permettant d'intégrer plus facilement des logiques d'écoconception : l'industrialisation complexe de l'upcycling en est un bon exemple.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire
Arrêté modificatif de l'arrêté du 23 novembre 2022 portant cahiers des charges des éco-organismes et des systèmes individuels de la filière à responsabilité élargie du producteur des textiles, chaussures et linge de maison (TLC)

CrushON

Accompagner la transition vers une mode circulaire : un impératif économique et écologique

L'écoconception vise à créer des produits facilement réutilisables, réparables ou recyclables. Parallèlement, l'introduction de nouvelles pratiques circulaires au sein des entreprises du secteur textile encourage le réemploi et la réutilisation de nos ressources.

Ainsi, **l'écoconception et la mode circulaire sont deux concepts étroitement liés qui travaillent en tandem pour promouvoir une approche durable de l'industrie de la mode.** En combinant écoconception et intégration de nouvelles activités circulaires, les marques et les distributeurs du secteur textile peuvent repenser en profondeur leur chaîne de valeur. Cela fait de la mode circulaire une opportunité économique dans un marché de plus en plus orienté vers la durabilité.

Pour faciliter cette transition, la mise en place de mécanismes d'incitation financière par les pouvoirs publics est cruciale. De même, la collaboration entre les acteurs "circular natives" et les acteurs "historiques" de la mode est indispensable pour surmonter les défis liés au développement de ces nouvelles pratiques circulaires.

Comment CrushON accompagne les marques et les distributeurs dans le développement de leurs activités circulaires ?

La transition vers des modèles économiques circulaires représente un défi majeur pour les marques et les distributeurs traditionnels de la mode. Les entreprises s'engageant dans cette voie font face à des complexités intrinsèques à ces nouveaux modes de production et de consommation, qu'elles soient logistiques, opérationnelles, ou liées à la formation et à la sensibilisation de leurs équipes et de leurs clients.

Dans ce contexte, **CrushON offre aux marques et aux distributeurs une expertise à 360° en matière de mode circulaire** et propose des services adaptés à leurs objectifs de durabilité et de rentabilité.

Grâce à notre réseau de plus de **2 500 fournisseurs professionnels de mode circulaire** (boutiques vintage, grossistes de seconde main, dépôts-vente, etc.), nous pouvons rapidement déployer une offre de vêtements de seconde main adaptée aux spécificités de chaque distributeur et ce, en grande quantité.

Nos outils de gestion des stocks de seconde main, déployables sur tous les canaux de vente, en ligne comme en magasin, offrent **une expérience omnicanale fluide** pour le consommateur désireux d'opter pour la seconde main à travers le réseau de la marque.

En tant qu'enseigne de mode, vous définissez le cahier des charges de l'offre à sourcer, et notre communauté de fournisseurs professionnels s'occupe d'orchestrer le sourcing et le déploiement de cette offre de mode circulaire, en ligne ou en magasin.

Nos services complémentaires de dépôt-vente et d'achat-revente de vêtements de seconde main vous permettent de fidéliser votre clientèle sans vous soucier de la logistique associée. CrushON trouve des débouchés locaux pour l'ensemble de vos articles collectés, que ce soit via notre réseau de distributeurs ou auprès de nos fournisseurs partenaires.

Ils nous font confiance :

Galeries Lafayette, Le Carrousel du Louvre, La Redoute,
Westfield, Société des Grands Magasins, etc.

Mesure 2

Améliorer LES OUTILS FISCAUX POUR MIEUX LES ADAPTER AUX *contraintes* DES ENTREPRISES DE LA MODE CIRCULAIRE

Intégrer des démarches d'économie circulaire dans la production ou la distribution de produits textiles et de chaussures est un processus coûteux pour les entreprises, qui se répercute sur le prix de vente des produits[1] et sur les marges des metteurs en marché, quand bien même l'impact environnemental de ces produits est plus faible que ceux issus de l'économie linéaire. Ces démarches doivent donc être encouragées via des outils fiscaux avantageux et facilement accessibles.

Mise en place d'une TVA à 5,5% pour les produits issus de l'économie circulaire

La taxe sur la valeur ajoutée (TVA) est un impôt indirect, qui vient s'ajouter pour le consommateur final au prix de tous les produits qui y sont assujettis. Différents taux de TVA sont applicables selon les catégories de produits et services concernés : le taux standard, prélevé sur la majorité des produits et services, s'élève à 20%, et des taux plus faibles sont prévus pour les produits de première nécessité, la presse ou encore la restauration.

L'application d'un taux de TVA à 20% sur les produits circulaires est aujourd'hui injustifiée :

- d'une part, pour tous les produits de l'économie circulaire, au regard de la réduction de l'impact environnemental permise ;
- d'autre part, pour les produits de seconde main, ayant déjà été taxés une première fois lors de leur mise en marché initiale.

Or, la circularité est généralement synonyme de marges faibles mais aussi de coûts supplémentaires (pièces uniques difficilement identifiables, logistique, fiches produits, etc.).

La directive (UE) 2022/542 du Conseil du 5 avril 2022 permet une actualisation des règles de TVA des États membres pour les aligner vers les priorités communes de l'UE telles que la lutte contre le changement climatique, l'appui à la numérisation et la protection de la santé publique. Elle autorise ainsi la pratique d'un taux réduit de TVA pour les prestations de services de réparation de chaussures, d'articles en cuir, de vêtements (y compris les travaux de raccommodage et de modification).

En ce qui concerne le secteur TLC, nous souhaitons donc **l'application d'une TVA circulaire, à un taux réduit de 5,5%, à l'ensemble des produits textiles issus du réemploi, de la réutilisation, de l'upcycling ou contenant un taux minimum de matières issues du recyclage** (dits produits circulaires) et des **services de réparation, de collecte, de location ou de recyclage matière** (dits services circulaires).

[1] Comme l'indique notamment une étude consommateurs de l'Institut Français de la Mode, le prix reste l'élément décisif de l'acte d'achat pour 41% des répondants https://fr.fashionnetwork.com/news/Entre-le-prix-et-la-durabilite-d-un-produit-le-coeur-des-consommateurs-balance,1355956.html

Cette proposition de mesure était déjà une mesure phare de la première édition du Programme Commun pour la Mode Circulaire (septembre 2022).
Tout au long de l'année, l'équipe de la Fédération a pu porter cette proposition auprès des institutions, en mettant en lumière les avantages que celle-ci aurait pour les entreprises de la mode circulaire.

Nous avons été entendus, en novembre 2022, par l'Inspection Générale des Finances, dans le cadre de la rédaction de leur rapport sur la pertinence d'une réduction des taux de TVA comme levier d'incitation aux changements de consommation.
À cette occasion, la Fédération de la Mode Circulaire avait défendu l'importance de la mise en place d'une telle démarche pour le développement professionnel de l'industrie du textile circulaire et l'impact important qu'elle pourrait avoir sur la compétitivité-prix des produits textiles circulaires.

Nous avons également été auditionnés, en mai 2023, par Emmanuelle Ledoux (INEC) et Emery Jacquillat (CAMIF), missionnés par le Ministre de la Transition Écologique, Christophe Béchu, pour réaliser une étude sur les conditions de mise en œuvre d'une réforme de la TVA permettant de moduler ses taux en fonction des externalités environnementales des produits.
Nous avons ainsi pu mettre en avant les différentes typologies de produits mode et textile auxquelles cette réduction de la TVA pourrait être appliquée (i.e. issus du réemploi, de la réutilisation, de l'upcycling ou contenant un taux minimum de matières issues du recyclage), les particularités d'inclusion des invendus et d'évitement de l'effet rebond, ainsi que le chiffrage économique estimé d'une telle réduction.

Maturité/probabilité de la proposition

❄ ❄ ❄ ❄ ❄

Véhicule réglementaire
Modification de l'article 278-0 bis du Code général des impôts (CGI) dans le prochain projet de loi de finances. En aval, révision de la directive (UE) 2022/542 du Conseil en ce qui concerne les taux de taxe sur la valeur ajoutée afin que les taux de TVA puissent être modulés plus facilement considérant l'urgence écologique.

Soutenue par

EC2027 COLLECTIF ENGAGÉ

Institut National de l'Économie Circulaire

FAUME

Le mot d'Aymeric Déchin

co-fondateur de Faume

Faume accompagne les plus grandes marques de mode dans le déploiement de leur marché de la seconde main afin qu'elles puissent l'opérer facilement, à travers toute l'Europe, et de manière omnicanale. Dans ce contexte, la fiscalité et l'optimisation de la marge sont des sujets importants pour permettre aux marques d'atteindre une rentabilité significative et de déployer ce modèle économique à l'échelle globale.

La TVA sur marge fait partie des leviers clés que nous proposons à nos clients pour atteindre une rentabilité satisfaisante.

Nous pensons, cependant, que ce système pourrait être simplifié, soit par un taux de TVA réduit, soit par une simplification des obligations légales, notamment en tenant un registre numérique des reprises et des ventes au lieu d'un registre de police.

Les marques doivent aujourd'hui décorréler leur croissance économique du nombre de produits qu'elles mettent sur le marché.
La seconde main peut être une partie de la réponse, en venant remplacer la part des produits vendus à prix réduits. Toutefois, elle contribuera à cet enjeu uniquement si le niveau de rentabilité atteint est comparable à celui réalisé sur les promotions. La fiscalité sera donc un élément essentiel à prendre en compte pour atteindre cet objectif.

Amélioration du système de TVA sur marge pour faciliter son utilisation pour les entreprises du réemploi

Visant initialement à accompagner la revente de seconde main, le régime de TVA sur marge a été mis en place afin d'éviter qu'un bien mis sur le marché une première fois, ayant donc déjà fait l'objet d'une taxation à la TVA définitive lors de son achat par un consommateur, soit à nouveau taxé lors de sa réintroduction dans le circuit commercial.

Une TVA s'applique alors sur ces biens, mais uniquement sur la marge réalisée, et non sur le chiffre d'affaires. La base d'imposition est constituée par la différence, ramenée hors taxe, entre le prix de vente du bien toutes taxes comprises et son prix d'achat sans TVA (ou avec TVA si le bien d'occasion a initialement été acheté sous le régime de la marge).[1]

Bien que le principe de ce régime soit louable, il est méconnu et **engendre par ailleurs des complexités administratives et comptables** contraignantes pour les entreprises (calcul pour chaque produit et registres de police à remplir notamment) qui, pour ces raisons, ont tendance à s'en détourner.

Nous demandons donc une **simplification des procédures liées au régime de TVA sur marge,** via par exemple :

- La suppression de l'obligation de dépôt du registre de police papier en préfecture ;
- La tenue d'un registre numérique simplifié avec une liste réduite d'informations à fournir.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire
Modification des articles 297A à 297G du Code général des impôts (CGI)

[1] https://bofip.impots.gouv.fr/bofip/13268-PGP.html/identifiant%3DBOI-TVA-SECT-90-20-20-20210813

Mesure 3

CRÉER UN *code APE* POUR LES ENTREPRISES DE LA MODE CIRCULAIRE

Le code APE (Activité Principale Exercée) est un code, fondé sur la Nomenclature d'Activités Françaises (NAF), visant à identifier la branche d'activité principale d'une entreprise. Ce code détermine également la convention collective qui s'applique aux salariés de l'entreprise. À l'échelle de l'Union européenne, cette classification est opérée selon la Nomenclature statistique des Activités économiques dans la Communauté Européenne (NACE).

Aujourd'hui, au niveau national comme européen, ces classifications prévoient des codes spécifiques pour les activités du textile (préparation de fibres textiles, ennoblissement, commerce de détail de textiles, etc.), mais aucun code ne cible spécifiquement les métiers de la mode circulaire.

Créer dans la NAF et la NACE un code regroupant les activités de la mode circulaire permettrait ainsi d'identifier ces activités au sein d'un même bloc, de les **répertorier et de faciliter l'accès des entreprises les exerçant à des financements et appels d'offres plus spécifiquement liés à leur domaine.**

Ce code dédié aux activités de la mode circulaire pourrait être adossé aux critères définis par la taxonomie européenne.[1] Ainsi, toutes les activités qui respecteraient les conditions demandées seraient **considérées comme des activités durables**, ce qui permettrait la création du bloc "activités circulaires" et ainsi le développement d'un nouveau code spécifique aux activités de la mode circulaire. En outre, grâce à ce processus méthodologique, les investisseurs seraient en mesure de repérer plus facilement les entreprises qui mettent en œuvre des démarches circulaires, leur permettant ainsi un meilleur accès aux financements.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire
Décret modificatif du décret du 26 décembre 2007 portant approbation des nomenclatures d'activités et de produits françaises

[1] https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32021R2139

Mesure 4

METTRE EN PLACE UN CRÉDIT D'IMPÔT *circulaire*

Dans un contexte de croissance de la demande pour les produits et services issus de l'économie circulaire, l'État doit accompagner l'investissement et l'innovation des entreprises les plus vertueuses.

Sur le modèle du Crédit impôt recherche, la mise en place d'un crédit d'impôt circulaire aurait pour objectif de **faciliter le remboursement des dépenses engagées par les entreprises du textile pour développer leurs activités autour de la circularité.**

Nous souhaitons qu'il soit accessible à toutes les entreprises œuvrant dans le secteur textile, pour les démarches menées dans les domaines suivants :

- **écoconception** et amélioration des processus de production ;
- développement de **nouvelles matières** plus respectueuses de l'environnement ;
- mise en place de nouveaux modes de vente visant à **produire moins ou à allonger la durée de vie des produits** : seconde main, systèmes de précommande, réparation, location, déstockage, etc. ;
- amélioration du **recyclage** effectif ou de la **réutilisation** des matières : consigne, collecte, upcycling, gestion des déchets textiles, etc. ;
- développement d'outils permettant d'accroître la **traçabilité** des produits et de donner plus d'information au consommateur : collecte de données, création de plateformes dédiées à la transparence, utilisation de technologies type blockchain ou de puces RFID, etc.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire
Ajout d'un article 244 quater Z au Code général des impôts (CGI) via le prochain projet de loi de finances

Soutenue par

EC2027
COLLECTIF ENGAGÉ

TILLI

Quelles évolutions favorables constatez-vous sur le thème de la réparation ?

Le déploiement à partir d'octobre 2023 du Fonds Réparation, doté de 150 millions d'euros, est une excellente nouvelle qui va indubitablement stimuler la demande de réparations de textiles et de chaussures auprès des consommateurs. Tilli a collaboré activement avec Refashion pour affiner le dispositif et surtout pour s'assurer qu'il bénéficie au plus grand nombre. Nous avons travaillé en particulier sur deux axes. Le premier a consisté à labelliser notre plateforme, garantissant ainsi que toute réparation effectuée par l'un de nos artisans "Tillistes" soit éligible aux remises de prix.
Le second axe a été le développement des outils technologiques nécessaires pour appliquer ces remises automatiquement sur toutes nos plateformes, qu'elles soient destinées au retail ou à l'e-commerce, ainsi que sur celles de nos marques partenaires.

Nous sommes convaincus que les marques joueront un rôle crucial pour faire du Fonds Réparation un succès. Le consommateur se tourne naturellement vers la marque pour faire réparer son produit. Il est donc essentiel que les marques puissent s'équiper pour répondre à cette demande et faire bénéficier à leurs clients du Bonus Réparation.
Une incitation financière, sous forme de crédit d'impôt, est indispensable pour accélérer ce mouvement et récompenser leurs efforts dans ce domaine.

Plus largement, comment contribuez-vous à aider les marques à s'emparer du sujet et à faire évoluer les pratiques en matière de réparation ?

Nous collaborons avec les marques pour les aider à instaurer une relation durable avec leurs produits et leurs clients. Nous répondons à leur besoin d'omnicanalité en proposant une expérience de réparation uniforme partout en France, aussi bien en ligne que dans leur réseau de boutiques.

Notre travail visant à revaloriser le métier d'artisan, notamment par la création de “formations Tilli” et le développement d'outils technologiques dédiés à ces métiers, constitue un soutien précieux pour les marques en quête d'uniformité dans la qualité de service et leurs modes opératoires.

Forte de l'expérience accumulée avec les quelque 72 000 produits passés entre les mains de nos artisans depuis la création de Tilli, nous sommes aujourd'hui en mesure de fournir à nos marques partenaires des informations précieuses sur la récurrence de certains défauts ou fragilités, contribuant ainsi à l'optimisation de leurs productions.

Enfin, nous défendons la vision selon laquelle la réparation est un moyen au service d'une meilleure écoconception et d'une plus grande durabilité du produit. Ce faisant, nous créons les conditions d'une boucle vertueuse et durable entre une marque et son client.

Grâce à son réseau de 500 artisans, Tilli a réalisé 125 000 prestations d'entretien, d'ajustement ou de réparation depuis sa création il y a six ans.

“Plus d'un produit sur deux passé entre nos mains était un ancien produit dormant, remis en circuit grâce à l'action de nos "Tillistes" et ayant ainsi permis d'éviter l'émission de 1 100 tonnes de CO2.”

Mesure 5

FACILITER L'UTILISATION DES MATIÈRES PREMIÈRES *non utilisées*

Les matières premières non utilisées sont des stocks, commandés par les marques dans le cadre de leur production, pour lesquels ces dernières n'ont finalement pas trouvé d'usage, et qui sont dépréciées comptablement. Ces matières dormantes sont le fruit d'un phénomène de surproduction de matières et font l'objet d'un gaspillage important. Pour cause, la gestion de ces stocks est coûteuse (entreposage, énergie, comptabilisation) pour les marques qui ne les utilisent pas, et les débouchés pour ces matières non utilisées sont encore limités.

Interdire la destruction des matières premières non utilisées

La destruction de matières, notamment du cuir, est encore une pratique courante pour certaines marques, qui commandent des quantités trop importantes par rapport à celles réellement nécessaires pour leurs collections, ou ne développent pas toutes les lignes qu'elles ont prototypées, pour lesquelles elles ont pourtant commandé la matière. **La gestion des stocks étant coûteuse**, et leur revente demandant des ressources en temps importantes, ces marques favorisent la **destruction de matières**, pourtant neuves et en parfait état, qui pourraient pourtant être utilisées pour fabriquer des produits.

Au-delà de l'interdiction d'élimination des invendus (pièces finies), établie par le décret du 28 décembre 2020[1], nous suggérons d'**interdire également la destruction des matières commandées par une marque mais inutilisées.**

Un délai de temps serait mis en place pendant lequel les marques devraient impérativement utiliser les matières premières commandées, ce qui permettrait d'alimenter plus rapidement et plus efficacement les gisements tout en **incitant les marques à limiter les quantités commandées**.

L'accès à ces matières sera facilité pour l'ensemble de la filière et permettra la création de **nouveaux débouchés**, tout en prenant en compte les problématiques de propriété intellectuelle, en particulier pour les matières présentant des signes distinctifs de la marque les ayant initialement commandées.

Maturité/probabilité de la proposition

❄❄❄❄❄

Véhicule réglementaire

Introduction de l'interdiction dans l'article L. 541-15-8 du Code de l'environnement et au niveau européen dans la proposition *Ecodesign for sustainable products regulation* (ESPR)

[1] Le décret nº 2020-1724 du 28 décembre 2020 relatif à l'interdiction d'élimination des invendus non alimentaires et à diverses dispositions de lutte contre le gaspillage ne s'appliquant qu'aux produits et non aux matières

Ajuster la comptabilisation de l'impact environnemental de l'utilisation de matières premières non utilisées

L'**utilisation des stocks dormants de matières** est une solution à privilégier. En effet, elle permet de limiter la production de nouvelles matières et d'éviter leur destruction, réduisant ainsi l'empreinte carbone et environnementale du nouveau produit créé. De nouveaux acteurs émergent, facilitant la **valorisation de ces stocks en connectant les marques possédant des excédents de matières avec des créateurs**. Cela permet à ces derniers de stimuler leur créativité en ayant accès à des matières de qualité à des coûts réduits.

Afin de valoriser l'utilisation (par les marques) ou la réutilisation (par les créateurs) de stocks dormants, il conviendrait de **minorer, dans la méthode de calcul de l'affichage environnemental, l'impact du produit lorsque celui-ci est issu de matières premières non utilisées.**

Afin d'éviter de favoriser indirectement les pratiques de certaines marques de fast fashion qui commandent d'importantes quantités de tissus puis les déprécient, il est aussi crucial de **définir clairement ce qu'est un "stock dormant"**. Cette définition devrait inclure un délai d'inutilisation spécifique. De plus, une répartition précise de l'impact environnemental de ces matières, entre la marque ne les ayant pas utilisées, et le créateur les réutilisant, devra être établie.

Nous proposons d'inscrire ces travaux dans le cadre d'un processus de normalisation volontaire (AFNOR/CEN/ISO). Une attention particulière devra notamment être portée à la distinction entre les matières premières indiquant des éléments permettant d'identifier la maison dont la matière est issue, nécessitant une remise à l'état de fibre avant sa réutilisation, et les matières non-reconnaissables, qui peuvent être réemployées telles quelles.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire

Décret à venir portant critères de l'affichage environnemental et intégration à la méthode PEF, inclusion de la définition dans une norme volontaire AFNOR

WETURN

Le mot de Sophie Pignères

fondatrice de Weturn

Depuis trois ans, Weturn œuvre pour maintenir durablement les matières premières textiles dans notre économie, en luttant contre leur destruction et leur gaspillage. Pas à pas, nous avons établi une filière circulaire allant de la collecte des invendus, des rouleaux inutilisés et des chutes industrielles, à leur valorisation. Ainsi, nous préservons ces matières de l'incinération, de l'enfouissement ou d'exportations non contrôlées.

Cette année, nous avons souhaité aller encore plus loin pour apporter une réponse précise aux problématiques liées aux matières et produits invendus des marques. Si nous accompagnons déjà nos clients grâce au recyclage en boucle fermée, Weturn complète désormais son offre avec son logiciel en tant que service (SaaS) VALO. Notre objectif est clair : aider l'industrie textile à atteindre une valorisation à 100 % des stocks dormants. Cette nouvelle plateforme est le fruit d'un travail collectif au sein de l'écosystème de la mode, visant à faire progresser l'industrie.

WETURN

Valoriser 100 % des matières invendues : la mission de Weturn

Si l'on entend souvent parler du tri des déchets ménagers et de la nécessité de s'en occuper, la question des invendus textiles reste une zone grise dans le domaine du recyclage, un secteur qui semble pourtant en difficulté. La destruction et l'incinération sont devenues la norme, faute d'alternatives structurées. C'est à ce constat que Weturn répond en créant la première filière textile indépendante destinée à aider les professionnels à valoriser 100 % de leurs stocks dormants, que ce soit à travers le don, le réemploi ou le recyclage.

Pas à pas, Weturn s'est entouré d'experts européens pour créer sa propre filière circulaire, allant de la collecte des invendus et des chutes industrielles à leur transformation en nouveaux fils et matières. L'objectif est de faciliter leur réinsertion dans la chaîne de production. Cette chaîne est entièrement tracée afin de pouvoir mesurer les impacts générés. Weturn encourage les marques à réintégrer ces matières recyclées dans leurs collections pour les maintenir durablement dans notre économie.

L'interdiction de la destruction des invendus, qu'il s'agisse de produits ou de matières, est une mesure nécessaire pour réduire le gaspillage et l'impact environnemental de l'industrie de la mode, tout en préservant les ressources utilisées en amont. La réutilisation, le recyclage, ou la réaffectation des matériaux invendus contribuent ainsi à la préservation des ressources naturelles, à la réduction des émissions et à la promotion d'une économie circulaire. Si les marques peinent encore à donner une seconde vie à leurs produits, c'est parce que les méthodes de tri, de collecte et d'orientation vers les filières de revalorisation tardent à se structurer.

Pour faire progresser les taux de valorisation de l'industrie textile, Weturn s'est associé aux acteurs du don, du réemploi et du recyclage afin de ne perdre aucune matière, respecte la hiérarchie imposée par la loi AGEC et propose une solution unique pour les marques.

Le nouvel outil VALO, lancé par Weturn en septembre 2023, apporte une réponse précise à ce problème. Il s'agit d'une plateforme de gestion pour un déstockage circulaire et simplifié. Cette plateforme intègre dès l'origine les méthodes de tri des filières de valorisation les plus reconnues et adaptées, garantissant ainsi une fin de vie efficace et vertueuse pour les produits. VALO permettra aux marques de gagner du temps dans la gestion de leurs stocks et d'accéder à des rapports consolidés pour 100 % des références, le tout en totale transparence grâce à une traçabilité garantie.

Si cette méthode de tri et l'action collective aideront l'industrie à optimiser les taux de revalorisation textile, des travaux sont en cours pour adapter cette méthode aux textiles post-consommation.

MT ®
COLLECTION ROD
S

Mesure 6

DÉFINIR LES *termes* DE LA MODE CIRCULAIRE POUR MIEUX EN PROTÉGER LES *spécificités*

Pour fournir au consommateur une information fiable – **faire de lui un consomm'acteur** – et pour aider les créateurs à vendre leurs produits à leur juste valeur, sans distorsion de concurrence, nous souhaitons **réglementer la définition des termes fréquemment utilisés par les acteurs de la filière textile**, dont les pratiques font aujourd'hui partie intégrante de la mode circulaire.

Les termes de la mode circulaire – réemploi, upcycling (ou surcyclage), produits invendus, stocks dormants, etc. – méritent une définition consensuelle et compréhensible afin d'éviter leur sur-utilisation qui entraîne des effets de bord néfastes pour les consommateurs et pour les acteurs vertueux.

L'exemple de l'upcycling mérite que l'on s'y attarde : partir d'un produit existant afin d'en créer un autre nécessite de le nettoyer, le repasser, découdre la pièce avant de construire un nouveau patron, le reconstruire, l'ajuster et le coudre.
Ce procédé nécessite par ailleurs de s'adapter à une pièce finie, ce qui crée de nouvelles contraintes par rapport à la confection d'un vêtement neuf à partir d'une matière à plat.
Ces coûts de production entraînent donc des prix de vente plus élevés que pour un produit classique.

Pourtant, des marques traditionnelles, voire de fast fashion, surfent sur la tendance de l'upcycling et commercialisent des vêtements imitant les codes de celui-ci mais utilisant des matières vierges, et donc vendus à des coûts inférieurs aux vêtements upcyclés. Cette concurrence déloyale perd le consommateur et désavantage grandement les créateurs d'upcycling qui peinent à justifier leurs prix.

Nous proposons donc d'ouvrir une discussion avec l'ensemble des acteurs de la filière, et notamment les autres fédérations de la filière textile, mode et luxe, pour **parvenir à des définitions consensuelles, prenant en compte les spécificités de chacune de ces pratiques**.
Ces définitions pourraient dans un premier temps faire l'objet d'une AFNOR Spec, puis être intégrées dans une norme volontaire via un processus formel de normalisation (AFNOR/CEN/ISO), et enfin être incluses dans le Code de l'environnement.

Ces discussions pourront se faire dans le cadre du groupe de travail Création Circulaire, lancé en mars 2023 par la Fédération de la Mode Circulaire et mené conjointement avec Pascaline Wilhelm (ENAMOMA) et ethiwork.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire
Mise en place d'une norme AFNOR Spec puis insertion de la définition dans le Code de l'environnement, et intégration au sein de l'ESPR

Mesure 7

INTÉGRER LES ENJEUX DE CIRCULARITÉ DANS TOUS LES *programmes* DE FORMATION DES *écoles de mode et de textile*

Pour que les entreprises du secteur puissent améliorer leurs pratiques et développer leur offre en matière de circularité, il est crucial que **les professionnels et futurs professionnels soient suffisamment formés à ces questions.** Cette montée en compétences permettra de mieux intégrer les enjeux de la circularité à l'ensemble du cycle de vie du produit : des processus de production à la revalorisation, en passant par la distribution des produits textiles.

Pourtant, bien que les enseignements liés à ces thématiques se soient développés ces dernières années, notamment via des programmes de masters dédiés, les volumes horaires qui y sont consacrés dans les programmes généraux restent faibles, ou sont bien souvent cantonnés uniquement aux annexes des programmes obligatoires.

Nous souhaitons donc que toutes les écoles de mode et de textile, qu'elles soient publiques ou privées sous contrat avec l'État, prodiguent à l'ensemble de leurs étudiants un **volume horaire de cours suffisant concernant l'application au secteur textile des principes de l'économie circulaire.**

✻

Maturité/probabilité de la proposition

✻ ✻ ✻ ✻ ✻

Véhicule réglementaire

Intégration de nouveaux modules via le Ministère de l'Enseignement Supérieur, de la Recherche et de l'Innovation, et le Ministère de la Culture, ayant tutelle sur les établissements de mode et du textile

Soutenue par

FASHION GREEN HUB

Institut FRANÇAIS de la MODE

L'Institut Français de la Mode s'est affirmé ces dernières années comme un acteur majeur de l'engagement en faveur de la mode circulaire.

En accueillant en son sein la Journée de la Mode Circulaire, le 17 avril 2023, l'IFM a permis de mettre en lumière l'importance de la circularité dans l'industrie de la mode. Cet événement organisé par la Fédération de la Mode Circulaire et placé sous le haut-patronage de Bérangère Couillard, Secrétaire d'État en charge de l'Écologie, a permis de rassembler les entreprises de la filière, les acteurs académiques, les pouvoirs publics, la presse et les médias afin de mettre en lumière l'industrie de la mode circulaire et son évolution fulgurante depuis ses dernières années.

Avec la Chaire Sustainability, créée en 2020 en partenariat avec Kering, l'Institut Français de la Mode inscrit son engagement pour la mode circulaire au cœur de son enseignement. L'objectif de cette Chaire est de créer un pôle de recherche et d'enseignement de haut niveau dans le secteur de la mode, intégrant l'ensemble des aspects du développement durable et de la RSE. Dirigée par Andrée-Anne Lemieux, la Chaire Sustainability initie des travaux académiques novateurs visant à repenser durablement les pratiques de l'industrie textile.

La publication récente du papier intitulé "Circularité, durabilité des vêtements et transition juste : Comprendre l'interrelation trinaire par le biais d'une revue de littérature intégrative", co-signé par Hester Vanacker, Andrée-Anne Lemieux, Sophie Bonnier, Margaux Yost et Shanon Poupard, en est une excellente illustration.

L'engagement de l'Institut Français de la Mode se déploie également sur le plan social : les étudiantes et étudiants de la Chaire Sustainability ont par exemple pu mener cette année un projet autour de la lutte contre les inégalités économiques entre femmes et hommes à Madagascar, et œuvrer aux côtés de l'association ghanéenne The Or Foundation pour l'amélioration des conditions de vie et de travail sur le marché de Kantamanto, à Accra, afin de valoriser leur travail tout en sensibilisant l'opinion publique sur l'export de vêtements vers les pays du Sud.

L'Institut Français de la Mode s'érige ainsi en modèle d'engagement pour la mode circulaire, conjuguant collaborations stratégiques, travaux académiques novateurs et un fort ancrage social. Il incarne ainsi une approche holistique qui inspire l'ensemble de l'industrie à repenser ses pratiques pour une mode plus durable et responsable.

1.49

Mesure 8

ÉTENDRE LES *obligations de tracabilité* À LA FIBRE POUR EN AFFINER LE CALCUL DE L' *impact environnemental*

Le décret du 29 avril 2022 relatif à l'information du consommateur sur les qualités et caractéristiques environnementales des produits générateurs de déchets impose aux entreprises produisant du textile et des chaussures d'indiquer au consommateur les pays au sein desquels ont été réalisées les étapes principales de leur chaîne de production pour chacun de leurs produits.

Or ce décret ne vise pour l'instant pas **l'origine de la matière première**, dont l'impact environnemental peut être différent selon le lieu où celle-ci a été ramassée, cueillie ou produite.

Ainsi, une **extension des obligations de traçabilité à la matière première ou à la fibre** permettrait au consommateur d'avoir une **information plus précise sur l'impact environnemental du produit dans son ensemble**, dans le cadre de l'affichage environnemental, mais aussi aux marques de **favoriser les fibres recyclées ou locales** dans l'objectif de réduire cet impact. Une telle mesure inciterait également au développement d'une production de matières premières en Europe et encouragerait une **relocalisation** de cette industrie.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire
Décret modificatif du décret du 29 avril 2022 relatif à l'information du consommateur sur les qualités et caractéristiques environnementales des produits générateurs de déchets

Soutenue par

EN MODE CLIMAT

Mesure 9

PRÉSERVATION DES *savoir-faire* ET DES MÉTIERS D'ART DE LA MODE *et du luxe*

Les métiers d'art sont des métiers manuels artisanaux, qui mobilisent des savoir-faire traditionnels de haute technicité, souvent d'exception, ayant pour finalité la création ou la restauration du patrimoine. Les métiers d'art représentent **plus de 60 000 entreprises et 150 000 professionnels** pour un chiffre d'affaires cumulé estimé à 19 milliards d'euros en 2019, dont huit milliards à l'export.

Les 281 métiers d'art sont définis et listés officiellement dans un arrêté. Les métiers listés bénéficient d'un accompagnement financier particulier, notamment d'aide à l'installation, et de mises en lumière tout au long de l'année, notamment à travers les Journées Européennes des Métiers d'Art ou d'ateliers ouverts aux plus jeunes, via le Pass Culture, dans l'objectif de susciter des vocations et de faciliter la transmission de ces savoir-faire. Ces métiers bénéficient également d'aides financières accordées par les Chambres des métiers et de l'artisanat (CMA), pour engager leur entreprise dans une démarche de transition écologique.

Aujourd'hui, pour le domaine du textile, sont notamment **reconnus comme métiers d'art** les brodeurs, les ennoblisseurs textiles, les tisserands ou encore les dentelliers.

Nous soutenons l'initiative du Ministère de la Culture et du Ministère de l'Économie, dans le cadre de sa nouvelle Stratégie nationale en faveur des métiers d'art, de soutenir ces métiers, dans l'objectif d'augmenter la production de produits issus de l'artisanat qui, par leur mode de production, peuvent avoir une durabilité physique et émotionnelle renforcée, et donc une durée de vie plus longue.

Nous souhaitons que soient ajoutés à la liste des métiers d'art **les métiers de la réparation textile** (retoucheurs, couturiers,...) et **de l'upcycling**, qui entrent pleinement dans la définition des métiers d'art donnée par le Ministère de la Culture.
Cet ajout permettrait une **préservation complémentaire des savoir-faire**, dans l'objectif de mettre en lumière la technicité de la réparation des produits, notamment des produits de luxe, de préserver une autre manière de produire avec un impact environnemental moindre, ainsi que de conserver ces compétences sur le sol français.

Maturité/probabilité de la proposition

✻ ✻ ✻ ✻ ✻

Véhicule réglementaire
Arrêté modificatif de l'arrêté du 24 décembre 2015 fixant la liste des métiers d'art, en application de l'article 20 de la loi n° 96-603 du 5 juillet 1996 relative au développement et à la promotion du commerce et de l'artisanat

02

CONSOMMATION ET *sensibilisation* : DONNER LE POUVOIR AUX *consomm'acteurs*

Mesure 10

METTRE EN PLACE UN *digital product passport* ADAPTÉ AUX ENJEUX ACTUELS DU SECTEUR EN FAVORISANT L'*économie circulaire* ET L'INFORMATION DU CONSOMMATEUR

S'assurer que le *digital product passport* favorise l'allongement de la durée de vie des produits

Le *Digital Product Passport* est un outil décentralisé pour enregistrer, contenir et partager électroniquement des informations sur le produit tout au long de sa vie, à destination des entreprises, des autorités et des consommateurs. Cet outil devrait être rendu obligatoire par l'adoption à venir de la proposition ESPR (*Ecodesign for Sustainable Products Regulation*), pour les entreprises de plus de 250 salariés et réalisant un chiffre d'affaires supérieur à 25 millions d'euros, d'ici 2026.

Cet outil devrait indiquer des informations générales sur le produit, telles que les matières premières utilisées, son poids, les fournisseurs ou encore l'usine dans laquelle il a été fabriqué. En outre, l'empreinte environnementale du produit sera également mise en évidence, via notamment des données sur l'empreinte carbone du produit.

Concernant l'information sur les impacts environnementaux des produits, le DPP s'appuierait sur la méthode PEF (*product environmental footprint*), qui retiendrait également une expérimentation de la durabilité fondée sur la résistance physique du vêtement. Or plusieurs études[1] ont montré que les consommateurs se séparent de leurs vêtements parce qu'ils s'en sont lassés, et non parce qu'ils sont usés.

De bons résultats aux tests de résistance ne disent rien de la durabilité extrinsèque d'un vêtement ; au contraire, les matières synthétiques étant peu chères, il est probable que les consommateurs en prennent moins soin et jettent leurs vêtements plus facilement.

Cette méthode fait donc courir le risque de voir mieux noté un produit issu de la fast fashion.

En ce sens, **la prise en compte de la durabilité extrinsèque est à privilégier au sein de la méthode PEF**.

Par ailleurs, et comme prévu dans la proposition ESPR, les informations contenues dans le DPP devront pouvoir être amendées durant tout le cycle de vie du vêtement par les réparateurs qui sont intervenus sur le produit, pour indiquer les modifications réalisées. Cette possibilité présente notamment des avantages pour les produits de grande qualité, comme les sacs à main, qui font l'objet de nombreuses contrefaçons. Le **DPP agirait alors comme une garantie de l'authenticité de ces produits** et permettrait la pérennisation de leur commerce de seconde main en toute confiance.

[1] Australie, 2017, YouGov Omnibus research / Royaume-Unis, 2016, SCAP / États-Unis, 2013, Colette et Al. /Norvège, 2012, Laitala et Boks Suède, 2011, Konsumentföreningen Stockholm / Norvège, 2011, Klepp

Faciliter l'harmonisation du DPP avec l'affichage environnemental français

À l'échelle française, un outil visant à informer le consommateur sur l'impact environnemental des produits qu'il consomme est en cours de mise en place : l'affichage environnemental, prévu par la loi Climat et Résilience de 2021, qui devrait entrer en vigueur dans le courant de l'année 2024.

Ainsi, les consommateurs français auront déjà été habitués à une façon de modéliser cet impact depuis de longues années lorsque le DPP entrera en vigueur. Il est donc absolument nécessaire que le **DPP prenne en compte la méthodologie et l'affichage qui auront précédemment été mis en place en France**, pour éviter la confusion des consommateurs.

Au-delà de l'impact sur ces derniers, une telle harmonisation sera également grandement bénéfique pour les entreprises françaises du secteur, qui auront déjà engagé des moyens importants pour s'adapter et se mettre en conformité avec les dispositions de la réglementation française, et permettra ainsi de conserver l'ensemble des bénéfices que le DPP aura pour tous les acteurs de la chaîne de valeur textile et pour l'information du consommateur.

À ce titre, la Fédération de la Mode Circulaire et ses partenaires préparent la mise en place d'un groupe de travail dédié au Passeport Produit afin d'avancer sur la standardisation du référencement de produits de mode circulaire.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire
Intégration de ces critères dans la proposition *Ecodesign for sustainable products regulation* (ESPR)

Mesure 11

ADOPTER UNE DÉFINITION DE LA *fast fashion* POUR MIEUX L' *encadrer et limiter* SES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIAUX

Ces derniers mois, l'ultra fast-fashion, incarnée notamment par l'entreprise chinoise Shein, est devenue un ennemi commun contre lequel nombre d'acteurs s'allient. Nous saluons ces actions visant à limiter, via des critères précis, la mise en marché de produits Shein en France, et ainsi protéger une concurrence saine entre les acteurs du textile, via notamment l'enquête à venir de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF).

Toutefois, une **définition réglementaire de la fast-fashion et de l'ultra fast-fashion** nous semble être un préalable essentiel pour mieux cibler les pratiques problématiques, aussi bien sur le volet environnemental que social, et ainsi mieux les encadrer.

Nous soutenons la décision du Ministère de la Transition Ecologique d'intégrer le critère de l'impact de la fast-fashion à la méthodologie réglementaire d'affichage environnemental.[1] Les indicateurs qui seront pris en compte dans ce critère n'ont pour le moment pas été précisés.

Nous proposons de tenir compte notamment des éléments suivants :

- le rythme de renouvellement des collections, fondé sur la durée de vie moyenne de commercialisation en magasin ou en ligne des références d'une marque ;
- la quantité d'unités produites et mises en marché ;
- la durée écoulée entre la conception du vêtement et sa mise en marché (hors système de précommande) ;
- la fréquence et l'intensité des promotions : calcul de la décote moyenne à laquelle sont vendus les produits, en magasin et en ligne ;
- la largeur de gamme de la marque ;
- la réparabilité : incitation ou non à la réparation des vêtements déjà existants (par exemple, un vêtement ne pourrait pas être vendu à un prix inférieur au prix moyen de sa réparation) ;
- le respect des droits humains (travail forcé et travail des enfants, réalisation d'audits sociaux des usines…).

En définissant ces indicateurs, nous jetons les bases d'un consensus parmi tous les acteurs du secteur, en vue d'une meilleure régulation des pratiques. À ce titre, une marque dont les produits et pratiques correspondraient aux éléments cités ci-dessus pourrait ainsi se voir appliquer des sanctions, pouvant aller jusqu'à une limitation de mise en marché sur le territoire français ou européen.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire
Réglementation européenne et/ou décret à venir portant critères de l'affichage environnemental

[1] https://www.ecologie.gouv.fr/mieux-informer-consommateur-vers-affichage-environnemental-des-vetements-indiquer-leur-impact

casharel

Mesure 12

LANCER UN GRAND PROGRAMME DE *sensibilisation* À L' *impact environnemental* DES TEXTILES ET CHAUSSURES ET À LA MODE CIRCULAIRE

Les jeunes générations sont les consommateurs d'aujourd'hui et surtout de demain : il nous semble donc nécessaire que celles-ci puissent être sensibilisées dès le plus jeune âge aux **impacts environnementaux et sociaux** que peuvent avoir leurs actions. La consommation de vêtements et chaussures des jeunes générations[1] représentant une part importante de leur empreinte environnementale, il est crucial qu'elles puissent avoir conscience de leur impact pour ainsi adapter leurs manières de consommer.

Ainsi, **des outils pédagogiques sur mesure, adaptés à chaque tranche d'âge et au niveau de compréhension de chacun**, devraient être déployés pour leur offrir une vision claire de l'effet de leurs choix et les guider vers des options plus durables.

Nous plaidons pour une collaboration entre le Ministère de l'Education Nationale et celui de la Transition Écologique pour la conception et la diffusion de ces outils, afin d'**éclairer les jeunes sur l'impact environnemental et social de leurs choix vestimentaires**, et les aiguiller vers une consommation plus raisonnée et des alternatives circulaires.

Maturité/probabilité de la proposition

❄ ❄ ❄ ❄ ❄

Véhicule réglementaire

Lancement d'un programme d'État sur le sujet et/ou d'un appel à projets de l'ADEME

[1] La marque Shein représenterait, à elle-seule, 22% des émissions carbone des adolescentes françaises, selon une étude Teenage Lab by Pixpay menée aux côtés de Greenly sur un échantillon de 100 000 adolescents français entre avril 2021 et avril 2022. http://pixpay.fr/app/uploads/2022/06/etudeempreintecarbonedesados.pdf

NETEMENT

Netement Média est un jeune média engagé dont l'objectif est de promouvoir les porteurs de solutions et projets innovants de l'industrie textile, à travers la production et la diffusion de reportages immersifs, afin de guider les jeunes consommateurs vers une consommation plus éclairée du textile.
Grâce à des formats vidéo accessibles par les jeunes générations, Netement Média met en lumière le travail de tous les acteurs qui participent à la fabrication de nos vêtements, de la production à la distribution en passant par la seconde vie, la réparation et le recyclage.

Netement Média encourage une réindustrialisation française et européenne juste et circulaire du secteur textile en donnant la parole à des créateurs, étudiants, entrepreneurs, collectivités territoriales, marques et industriels, qui innovent en France pour bâtir la mode de demain.
Grâce à Netement Média, Emma Bas sa fondatrice souhaite apporter une information transparente et éclairée aux jeunes générations qui seront les consommateurs et professionnels de demain.

http://netement.com/

Régulation des campagnes de publicité et d'influence commercialisant des produits textiles

L'impact sur la consommation des campagnes de publicité sur les réseaux sociaux, directement via les annonceurs ou indirectement via des influenceurs, n'est aujourd'hui plus à démontrer. Il serait ainsi pertinent que celles-ci soient réglementées.

Cela pourrait se matérialiser par une **mention obligatoire dans les publicités**, telle que "*Pour l'environnement, privilégiez les vêtements issus de l'économie circulaire*", "*Ne me jetez pas lorsque vous ne me porterez plus : pensez à la réparation, à l'upcycling, au dépôt dans un bac de collecte ou à la revente pour prolonger ma durée de vie*" ou encore "*Pour l'environnement, limitez votre consommation de vêtements*", à l'image d'autres secteurs comme l'alcool, la nourriture ou l'automobile.

Une obligation de mentionner, dans les publicités ou les campagnes d'influence promouvant des produits textiles neufs, les alternatives existantes permettant de réduire l'impact environnemental de la consommation de textiles, telles que la location ou la seconde main, pourrait également être envisagée.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire
Modification de l'article L229-61 du Code de l'Environnement

03

RECYCLAGE ET *environnement* : FAVORISER LA GESTION DE NOS DÉCHETS ET LA *seconde vie* DES PRODUITS

Mesure 13

Soutenir LA MISE EN PLACE DE *filières REP* HARMONISÉES DANS L'UE

Créée en 2008, la responsabilité élargie du producteur (REP) pour la filière TLC (textiles d'habillement, linge de maison, chaussures) en France est la première au monde. Aujourd'hui, 89% des déchets textiles collectés sont réutilisés ou recyclés grâce à l'efficacité de l'éco-organisme Refashion et des acteurs locaux. Le développement de l'économie circulaire à grande échelle ne pourra se faire qu'avec la **mise en place d'une filière REP au niveau de l'Union européenne** (**ou de filières REP dans chaque État membre, pour plus de flexibilité**), comme préconisé dans la Stratégie de l'UE pour des textiles durables et circulaires. Il s'agit de veiller à l'ambition de cette filière REP européenne et à sa concordance avec la filière REP française, dont elle pourrait être un élargissement, de façon à ne pas défavoriser les producteurs et metteurs sur le marché français dans un environnement très concurrentiel.

Un système de déclaration unique auprès des éco-organismes nationaux ou de centralisation de l'information devra être envisagé afin de faciliter les démarches pour les entreprises mettant en marché dans plusieurs pays européens.

Cette harmonisation devra s'envisager de pair avec les travaux autour du *Digital Passport Product*, abordé au sein de la mesure 10, pour assurer une traçabilité et un suivi des produits à l'échelle de l'Union européenne, et ainsi favoriser leur recyclage et leur fin de vie et permettre une meilleure gestion des exportations.

Cette filière REP concourra in fine à l'harmonisation des pratiques, permettra la mise en place de politiques européennes plus adaptées aux enjeux des exportations à l'étranger des textiles collectés, et **accompagnera largement l'essor de la mode circulaire**, via des actions plus larges de sensibilisation, d'investissement, de relocalisations, etc.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire
Révision de la directive-cadre relative aux déchets (2008/98/EC)

Mesure 14

INCITATION À LA PUBLICATION DES *volumes invendus* PAR LES MARQUES

Le verdict est sans appel : la problématique centrale de l'industrie textile telle que nous la connaissons aujourd'hui est la **surproduction de vêtements**. La production mondiale de vêtements a doublé entre 2000 et 2014 pour atteindre les 100 milliards de pièces fabriquées en 2018, et 3,3 milliards mises en marché en France en 2022.[1]

Toutefois, les entreprises n'ont pour obligation que de déclarer auprès de l'éco-organisme Refashion les volumes de produits qu'elles vendent, et non pas ceux qu'elles mettent en marché, empêchant les autorités de **prendre connaissance et de réguler la surproduction via des seuils adaptés de mises en marché**.

Le manque de transparence sur ces informations a également pour effet d'occulter les données sur les quantités de produits invendus, élément pourtant important dans la décision d'achat des consommateurs.

Aussi, plus nous aurons d'informations sur ces quantités et plus il sera facile pour les entreprises et les consommateurs de comparer les marques entre elles, incitant celles-ci à mettre en place des solutions pour **produire les bons volumes** (production à la demande notamment), et ainsi **réduire leurs quantités de produits invendus**.

Nous souhaitons donc inciter les marques, au-delà d'un certain seuil de produits neufs mis sur le marché, à **divulguer les quantités de volumes produits et invendus, pour chacune de leurs collections, auprès de l'éco-organisme.**

Cette pratique permettra ainsi à ce dernier de collecter davantage de données, et ainsi de mieux accompagner les acteurs de la filière vers une réduction de leurs volumes de production, au plus proche des besoins des consommateurs.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire

Arrêté modificatif de l'arrêté du 23 novembre 2022 portant cahier des charges des éco-organismes et des systèmes individuels de la filière à responsabilité élargie du producteur des textiles, chaussures et linge de maison (TLC).

Soutenue par

THE OR FOUNDATION

[1]Rapport d'activité 2022 de Refashion – https://refashion.fr/rapport-activite/2022/

Mesure 15

RELOCALISER ET *réindustrialiser* LE *recyclage* TEXTILE EN FRANCE

Pour permettre à la mode circulaire de prendre son essor, il est nécessaire que les infrastructures de collecte, de tri et de recyclage puissent se développer sur le territoire français. En effet, une **relocalisation de celles-ci permettra un accès facilité au gisement de matières recyclées**, aussi bien financièrement que logistiquement.

Pour massifier les gisements, il s'agit donc d'accompagner, via un financement ciblé (Fonds Economie Circulaire ou France 2030), l'investissement des industriels pour une **évolution technologique du tri, de la réparation et du recyclage textile**, en boucle fermée et ouverte (contrôle qualité, qualification, identification des produits, caractérisation matière, automatisation du tri, soutien au recyclage chimique et physico-chimique, soutien aux initiatives de reprise ou remise en état, etc.) et de les aider à changer d'échelle (de la R&D au pilote, puis au stade industriel).

Des programmes de commande publique, notamment en prévision des Jeux Olympiques de Paris 2024, lesquels nécessiteront d'importantes quantités de textiles, pourront être également implémentés, pour encourager le développement de ces technologies et infrastructures sur le territoire.

Cet effort permettra également de **relocaliser une partie de l'opération de tri et de recyclage** : aujourd'hui, 95% des tonnages collectés pour le recyclage sont exportés. Nous souhaitons donc des vérifications plus poussées de la qualité des produits exportés, ainsi qu'un accompagnement complémentaire, à la fois technique et financier, des acteurs dans les pays où les textiles sont exportés, pour leur permettre de développer eux aussi les technologies et infrastructures nécessaires au traitement des TLC reçus.

La collecte et le tri étant un enjeu pluriel et multidimensionnel, **les acteurs de l'économie sociale et solidaire doivent aussi être intégrés à la politique de structuration industrielle** afin de fluidifier les liens entre le savoir-faire de l'ESS et de l'industrie.

Maturité/probabilité de la proposition

Véhicule réglementaire
Lancement d'un programme d'Etat de relocalisation et de réindustrialisation des activités de la mode circulaire

Le mot de Nicolas Nojac

directeur de Renaissance Textile

Le recyclage textile en France est une réalité industrielle que nous défendons avec Renaissance Textile, afin de donner une nouvelle vie aux vêtements usagés.
La production de fibres recyclées de qualité a débuté en septembre 2022. Ces fibres sont destinées à la filière textile et visent à créer, sur notre territoire, une matière première à la fois locale et vertueuse. Nous avons baptisé ce concept le "Textile Circulaire®".

Nous sommes prêts à accélérer nos efforts, en phase avec les enjeux de la filière et les objectifs annoncés par le Gouvernement. Cependant, pour y parvenir, plusieurs leviers doivent encore être actionnés, notamment celui de l'organisation de la collecte et du tri des vêtements.

Sans une identification précise des gisements de vêtements, sans une structuration de leur massification et de la collecte, et sans une automatisation du tri, il sera impossible de mettre en place une mode circulaire à grande échelle.

Accompagner les structures existantes pour qu'elles réalisent ces investissements, ainsi que les entreprises désireuses de s'engager dans cette voie, est la clé pour créer un écosystème efficace de recyclage textile. Cela permettra également la production d'une matière première secondaire française.
Chez Renaissance Textile, nous sommes convaincus de la capacité de la filière textile à s'engager dans cette transformation. C'est dans cet esprit que nous avons construit notre projet industriel.

Renaissance Textile est une entreprise à mission, fondée en 2021. Les fibres recyclées que nous produisons sont certifiées GRS.

LA CASERNE

LIEU TOTEM DE LA MODE CIRCULAIRE

Véritable Totem de la mode circulaire, LA CASERNE accompagne une quarantaine de jeunes pousses à intégrer les stratégies de circularité à leurs business models. Accélérateur de transition écologique pour la filière Mode & Luxe, le lieu a fait de la réutilisation, de l'upcycling et du recyclage ses chevaux de bataille.

Nichée au coeur du 10ème arrondissement de Paris dans la plus vieille caserne de pompiers de la capitale, LA CASERNE s'affiche comme un tiers-lieu d'un nouveau genre
plaçant l'économie circulaire au coeur de ses actions. Équipé avec du mobilier et du matériel de seconde main, fruit de partenariats avec Leboncoin et Back Market, le lieu entend agir à plusieurs niveaux pour valoriser et encourager les initiatives en boucle fermée.

LA CASERNE offre un cadre propice aux échanges et aux rencontres pour aller vers plus de circularité en organisant des meetups sur des thématiques pouvant aller de l'upcycling au packaging responsable en passant par la location.

Elle réunit les entreprises leaders sur l'un des sujets de l'économie circulaire en leur donnant la parole pour diffuser leurs bonnes pratiques aux autres acteurs de la filière.

Côté sourcing, LA CASERNE accueille Nona Source, startup du groupe LVMH qui revalorise les stocks dormants des grandes maisons de luxe. Elle offre ainsi à l'ensemble des jeunes créateurs la possibilité de travailler à partir de chutes de tissus et de minimiser les volumes de production.

L'ambition de LA CASERNE est de poursuivre ses actions pour faire rayonner les solutions de l'économie circulaire en collaborant avec l'ensemble des acteurs de la filière.

NOS ADHÉRENTS

(RE)SET
13 Atipik
Abelle
Adapta
Adevinta
Amalora
ARCA Avocats
Arianee
Atelier Casta
Atelier YVF
Atelier ZIG BAZAR
AW Développement SAS
Azala
Bottega
Cabinet d'avocat Anne Gwenn Alexandre
Cabinet d'avocat Glynnis Makoundou
Carbon Closet
Carmila
Castafiore
CircularX
Claire Geronimi Paris
Clear Fashion
Commitment Fashion
CONSCIOUS FASHION
Consultant Charles Dehen
Corso Mille (Pad Finest)
COSE361
CrushON
Cutlib
Cxg
DE FILS EN AIGUILLES MERCERIE NOUMEA
De la Loma
DECEO Groupe
Diane de Malherbe
E2R
Ebay
ECOEFF LAB
Ecosol SASU
Enhancy
ethiwork
Ever Dye
Exercise 0
Facettes Studio
FAMILY AFFAIRE
FAUME
feat.coop
Finds
FRIPARI
Galeries Lafayette
Galoche & Patin
GEBETEX
GoodLoop
Green Donut
Greeny Bird Dress
Happy Blend
Humaya
IMAGINEON
InterChanvre
JagVi
Jaiio
K-chik
KERING
Knit Surgery
L'ADMERANE
L'Atelier des Matieres
La Belle Empreinte
LA CASERNE
La Mode Européenne
Le Bon Marché Rive Gauche
LE RELAIS VAL DE SEINE
Le Vintage de Julie
Lelabplus
LES NONOTTES
LES SECONDES MAINS
Les Tissages de Charlieu
Lienzo
LIZYBIZ
LOSANJE
Lucile Costey
Luniquefacon
Luxurynsight
Maison Echo
MARINE SERRE
MEUNE
MIND PARTNERS
Mon Petit Dressing
MONOGRAM PARIS
NC Groupe SAS
NellyRodi (TrendLab)
NETEMENT MEDIA
Nid d'échevettes
Nona Source
Noosa fibers
Nopli
Noud Studio
Omaj
OneSecond
Opopop
Pando
Partners & Co
Pavel et Romy
PERSONAL SELLER PARIS
Philtex and Recycling Connexion
Déconnexion
Pietu Couture
Podium
POMPOMPADOUR
Powr3
Prelovv
Proserpineart
Rayone
Rechutes
RECYCL'Occ
Redivivum Technology
Redonner
Reekom
REFIB
REFLAUNT
Renaissance Textile
Renaissance Upcycling
Renoon
RentWear Connection
RESAP Paris
Retraced GmbH
REVIVE CLOTHING LAB
RSE DEVELOPPEMENT
RUBO
Sapar
SAS INDIBLE
Save Your Wardrobe
Second Sew
SECONDE MAIN
Séléné Hélios
Showroomprivé.com
Silibiliz
Slöer
Slow Nation
Spin puzzle
STUDIO PAILLETTE
Studio Terre Blanche
Take Me Out
TFT Solution
The Good Goods
Thotaim
Tilli
Trace For Good
TRADEE
UniRetro
Upcyclothe
Vaayu
Vestiaire Collective
Vinted
Vivaluz
Watch Certificate™
We.Slow
WeDress Collective
Weturn
WILDE
Yellow Bonheur

A PROPOS DE
LA FÉDÉRATION DE LA MODE CIRCULAIRE

Créée en avril 2022, la Fédération de la Mode Circulaire représente les entreprises et les commerçants professionnels de la mode circulaire. Afin d'amplifier sur le long terme l'impact socio-environnemental positif de la mode circulaire, la Fédération porte les valeurs d'une mode transparente, responsable et juste.
En étant la voix de tous les acteurs de la mode circulaire, la Fédération s'engage à renforcer la compétitivité de l'industrie française de la mode et du recyclage textile.

Retrouvez-nous sur : www.federationmodecirculaire.fr

Rédaction
Ellie Dahan-Lamort, Timothée Macé Dubois & Chloé Linard

Création graphique
Laura Foissier

Équipe opérationnelle
Maxime Delavallée, Timothée Macé Dubois, Camille Greco, Ilhem Jaï, Ellie Dahan-Lamort, Léopold Féjean, Andréa Charme

Membres du bureau
Stanislas de Quercize, Céline Dassonville, Hatem Sedkaoui, Victoire Satto, Marc Jacouton, Violette Watine, Stéphanie Bretonnière, Pierre Denis, Maëva Bessis

Fédération de la Mode Circulaire - Septembre 2023
RNA W751264133

Ils soutiennent la transition vers une mode circulaire

LA CASERNE

RENAISSANCE textile

institut FRANÇAIS de la MODE

NETEMENT

FAUME

WETURN

CrushON

TILLI

FÉDÉRATION de la MODE CIRCULAIRE