



MATINÉE ÉCO-CONCEPTION REFASHION

22 septembre - 9H30 à 12H

Retrouvez les replays et les présentations des
intervenants

Eco TLC devient

Re_fashion

Vous avez manqué la matinée éco-conception de Refashion ?

**Vous souhaitez revoir les interventions et les contenus partagés lors de cet
événement ?**

INTERVENTIONS

- **Mot d'accueil de l'équipe Refashion** Par Adèle Routhiau, Maud Hardy et Alain Claudot

Retrouver le replay de cette intervention sur le lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=-8ckNlvjwL0&feature=youtu.be>
A partir de 2min36 Jusqu'à 11min15

- **L'éco-conception : définition, approches, cycle de vie** Avec Samuel Mayer, Pôle Eco-Conception

Retrouver le replay de cette intervention sur le lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=-8ckNlvjwL0&feature=youtu.be>
A partir de 11min16 Jusqu'à 29min10

- **La maturité en éco-conception des marques de textiles et chaussures** Avec Erwan Autret, ADEME, et Marc Peyregne, Decathlon

Retrouver le replay de cette intervention sur le lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=-8ckNlvjwL0&feature=youtu.be>
A partir de 29min10 Jusqu'à 1h01min15

Participez au baromètre Ecoconception de l'ADEME ! Entreprises : Mesurez en moins de 15 minutes l'impact de l'écoconception sur vos performances économiques !

<https://www.ademeenqueteeecoconception.fr/wix/p8981437.aspx>

INTERVENTIONS

- **Présentation de la plateforme Eco design : le nouvel outil pour vous aider à relever le défi de l'éco-conception** Avec l'association ORÉE, l'Union des Industries Textiles Sud (UIT Sud), Bluequest, et la Fédération Française du Prêt-à-Porter Féminin

Retrouver le replay de cette intervention sur le lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=-8ckNlvjwL0&feature=youtu.be>
A partir de 1h01min16 Jusqu'à 2h03min46

Inscrivez-vous sur la plateforme Eco design !

<https://refashion.fr/eco-design/fr>

Plateforme Eco design : comment ça marche ?

<https://www.youtube.com/watch?v=qQy7s-sehSE&t=11s>

Eco design
Re_fashion

- **Point d'actu : L'affichage environnemental des produits textiles et chaussures** Avec Erwan Autret, ADEME

Retrouver le replay de cette intervention sur le lien suivant : <https://www.youtube.com/watch?v=-8ckNlvjwL0&feature=youtu.be>
A partir de 2h03min47 Jusqu'à 2h42min56

Eco TLC devient
Re_fashion

TÉMOIGNAGES DE MARQUES – Ils l'ont fait

- **Olly : L'ensemble de lingerie DAWA**

<https://www.youtube.com/watch?v=ovCiBoiH2YM&t=177s>

- **Etam : La gamme de lingerie Chérie Chérie**

<https://www.youtube.com/watch?v=H0LBf1kQ2vQ&t=164s>

- **Balzac Paris : Le jean éco-conçu**

<https://www.youtube.com/watch?v=QUQqgWhkpWc&t=187s>

- **Au Juste : Le pull Nikita**

<https://www.youtube.com/watch?v=Kq5qKw6OxD0&t=123s>

- **TBS : RESOURCE, la chaussure recyclée et recyclable**

<https://www.youtube.com/watch?v=jbPgYojwKEY>

Consultez également l'article disponible sur la plateforme Eco design :

<https://refashion.fr/eco-design/fr/tbs-resource-la-chaussure-recycl%C3%A9e-et-recyclable>

Toutes les présentations des intervenants sont à la suite de ce document.

Merci à tous, à très vite pour de nouveaux rendez-vous de l'éco-conception !

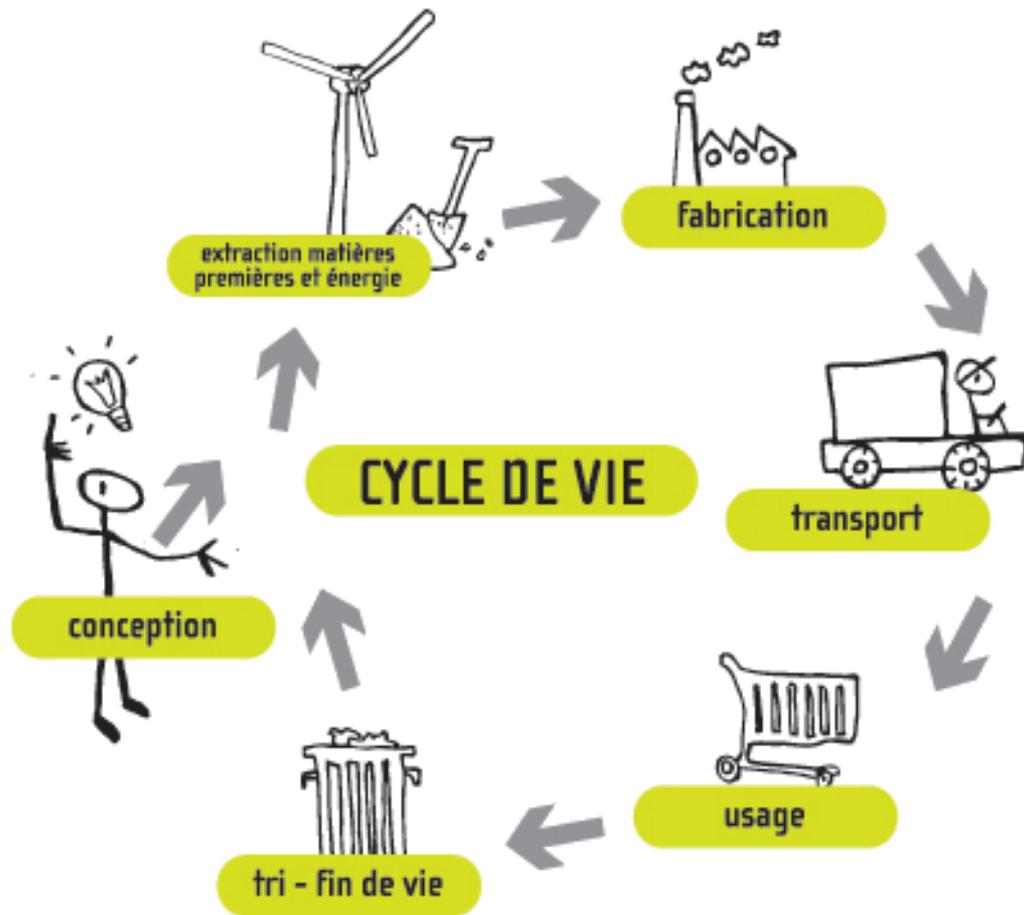


Mot d'accueil de l'équipe Refashion

Par Maud Hardy et Alain Claudot

L'éco-conception : définition, approches, cycle de vie

Avec Samuel Mayer, Pôle Eco-Conception

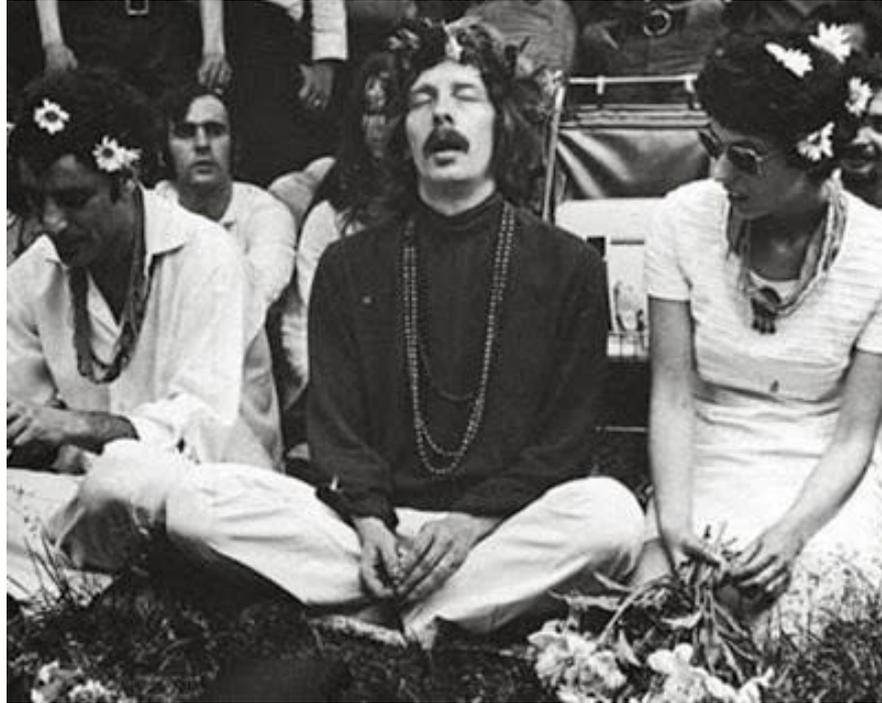


Cycle de vie d'un article textile





L'éco-conception n'est pas l'affaire d'écologistes. C'est rentable !





ISO 14020

Marquage et déclaration environnementaux

ISO 14024

Type I

Écolabels



ISO 14021

Type II

**Auto-
Déclarations**



Renault
eco²



ISO 14025

Type III

Eco-Profiles

Emission de gaz à effet de serre 28 %

Consommation de ressources naturelles 69 %

ISO 14026

Type ??

**Affichage
environnemental**





La maturité en éco-conception des marques de textiles et chaussures

Avec Erwan Autret, ADEME, et Marc Peyregne, Decathlon

Eco TLC devient

Re_fashion

Résultats de l'enquête sur la maturité des marques en éco-conception

Méthodologie

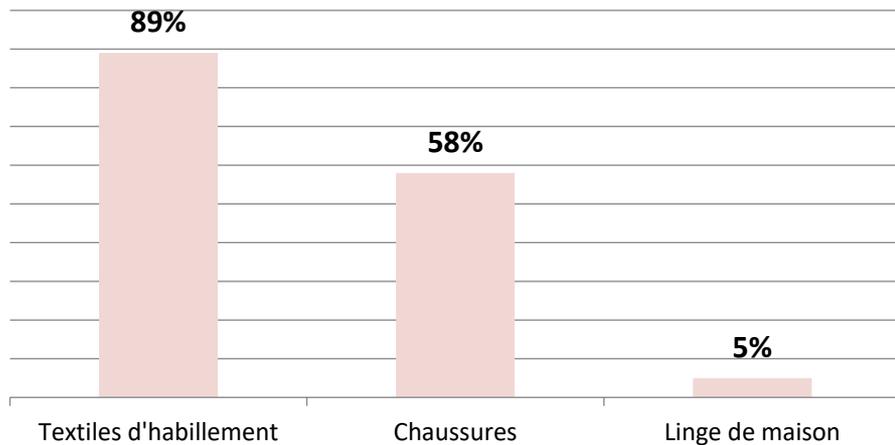
Questionnaire en ligne

Envoyé au 382 inscrits à la matinée d'éco-conception

74 réponses (19%)

38 marques différentes

Les metteurs en marché ayant répondu à l'enquête
représentent 10% des quantités mises sur le marché



**Votre
entreprise
développe-t-
elle
des produits
éco-conçus ?**

80% ont répondu
« OUI »

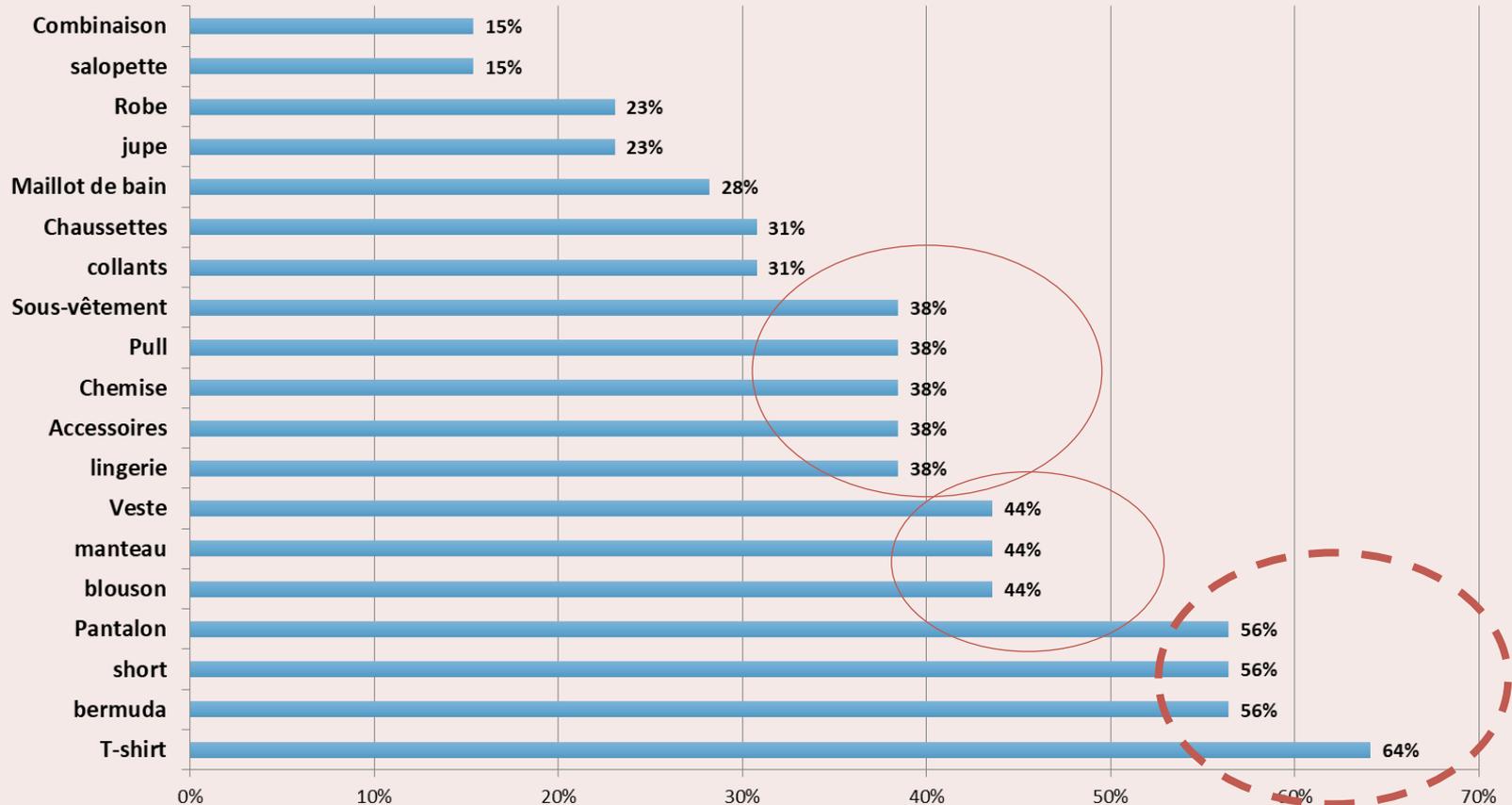
20% ont répondu
« NON mais c'est en
cours de réflexion »

Les vrais « NON » ne
sont pas représentés
dans notre échantillon

**Avez-vous une
définition
commune de
l'éco-
conception au
sein de votre
entreprise ?**

45% seulement ont
répondu « OUI » à
cette question

Quels sont les produits éco-conçus ?



Quel(s) objectifs associez-vous à l'éco-conception ?



100% des répondants > Réduire la consommation d'eau et d'énergie

92% > Réduire le besoin du consommateur

71% > Produire de manière éthique

67% > Concevoir des produits circulaires

62% > Réduire l'impact chimique

59% > Minimiser les déchets



UN PRODUIT ÉCO-CONÇU ?

→ DEUX CRITÈRES DIFFÉRENTS POUR DECATHLON :

-10%

sur l'impact du produit pour au moins **2 indicateurs** (dont l'équivalent CO2 Changement climatique.) par rapport à l'impact du produit précédent (avant éco-conception) et sans détérioration significative des autres indicateurs.

Indicateurs (sur lequel nous avons décidé de nous concentrer)



Changement
Climatique



Effets
Respiratoires



Epuisement
des
ressources



Eutrophisation
aquatique

EN TRAVAILLANT SUR LES CRITÈRES EXISTANTS

Utilise ces critères si c'est la seule action menée. En voici quelques exemples :

Polyester recyclé

+ 70% du poids du produit fabriqué à partir de polyester recyclé

Coton recyclé

Le tissu principal doit être composé d'au moins 30% de coton recyclé

Coton issu de l'agriculture biologique

Le tissu principal est composé de + 90% de coton issu de l'agriculture biologique

Biton

+ 50% du poids du produit utilise du bi-ton

Teinture dans la masse

+ 50 % du poids du produit utilise une teinture en solution

Etc...

Tous les critères peuvent être trouvés [ici](#)



RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Table ronde « La maturité en éco-conception des marques de textiles et chaussures »

Participez au Baromètre ADEME 2020 ECOCONCEPTION !

Le résultat des précédentes études (1/2)

Etude Pôle National Ecoconception 2014 [1]

2014, 2^{NDE} EDITION – ENQUETE – FRANCE & QUEBEC – 119 REPONSES – 4,5 ANNES D’EXPERIENCES – TOUS SECTEURS

L’ecoconception apporte des gains environnementaux, avec un effet sur les profits de l’entreprise :

- neutre ou positif à 96%
- significatif ou très significatif à 21%

[1] Pôle National Ecoconception, Institut de développement de produit, 2014. La profitabilité de l’ecoconception : Une analyse économique.



Le résultat des précédentes études (2/2)

ETUDE ADEME 2017 [2] : ENQUETE TELEPHONIQUE – FRANCE – 200 REPONSES – TOUS SECTEURS

- dans une majorité de cas (84%), c'est une notion que l'entreprise ne sait pas mettre en œuvre
- A l'inverse,
 - pour 10% des entreprises interrogées, une démarche d'écoconception a déjà été menée sur quelques produits
 - pour 9% une majorité des nouveaux produits de l'entreprise sont éco-conçus.

[2] ADEME, I Care & Consult, GMV, EVEA, 2017. Étude d'élaboration d'une stratégie marketing et d'un plan d'action opérationnel pour le développement de l'éco-conception en France.

Et en 2020, quel est le niveau de maturité en éco-conception des marques de textiles et chaussures ?

A vous de répondre !!



Baromètre
ADEME ECOCONCEPTION 2020



« Entreprises : Mesurez en moins de 15 minutes l'impact de l'écoconception sur vos performances économiques ! »



Le baromètre ADEME 2020 ECOCONCEPTION permet à toute entreprise :

- de positionner immédiatement ses actions d'écoconception par rapport aux autres entreprises françaises (panel 2014 et panel 2020)
- de connaître les bénéfices économiques potentiels de cette démarche

L'enquête en ligne est ouverte jusqu'au 9 octobre,

Pour participer : <https://www.ademeenqueteecoconception.fr/wix/p8981437.aspx>

Résultat : immédiat / 2014 et début novembre pour les résultats 2020 consolidés

QUESTION SUBSIDIAIRE : QUEL EST LE BENEFICE ECONOMIQUE DE METTRE EN ŒUVRE UNE DEMARCHE D'ECOCONCEPTION ?

Etude ADEME 2017

PANEL 10 ENTREPRISES – HORS SECTEUR TEXTILES & CHAUSSURES –
ECOCONCEPTION DEPUIS PLUS DE 3 ANS – EVALUATION ECONOMIQUE
DETAILLEE

RESULTATS : L'écoconception permet :

- d'augmenter le chiffre d'affaires de manière significative (+7% à +18% selon hypothèse en valeur médiane)
- réduire les coûts de production de manière objective
- de renforcer l'engagement des salariés et d'améliorer le fonctionnement interne de l'entreprise

ANALYSE DES BÉNÉFICES ÉCONOMIQUES
ET FINANCIERS DE L'ÉCO-CONCEPTION
POUR LES ENTREPRISES

RAPPORT



QUESTION SUBSIDIAIRE : QUEL EST LE BENEFICE ECONOMIQUE DE METTRE EN ŒUVRE UNE DEMARCHE D'ECOCONCEPTION ?

Et en 2020 dans le secteur textiles & chaussures ?

Réponse avec l'étude **ADEME 2021 BENEFICES ECONOMIQUES
DE L'ECOCONCEPTION** si nous avons des candidats

L'appel à candidatures est actuellement ouvert

Contact : erwan.autret@ademe.fr

Présentation de la plateforme Eco design : Le nouvel outil pour vous aider à relever le défi de l'éco-conception

**Avec l'association ORÉE, l'Union des Industries Textiles Sud (UIT Sud),
Bluequest, et la Fédération Française du Prêt-à-Porter Féminin**

DÉVELOPPEMENT ECO DESIGN : GRANDES ÉTAPES

1) Lancement

3) Rédaction des contenus

5) Déploiement web

7) Lancement officiel

Février 19

Mars – juin 19

Juin – juillet 19

Sept – déc 19

Jan – Avril 20

Mai – Sept 20

Sept 20

Fin 20 Et 21

2) Mobilisation des marques

4) Brief prestataire IT

6) Phase de test

8) Animation

A top-down view of a clothing store floor. The floor is made of light-colored wooden planks. In the upper right, there is a white display table with several items: a blue jacket, a beige lace-trimmed garment, a pair of blue jeans, and a collection of small, round, colorful buttons or ornaments. In the lower right, a pair of patterned leggings or tights is hanging from a wooden hanger. In the lower left, a stack of dark-colored garments is hanging from a metal hanger. The overall scene is brightly lit, suggesting a retail environment.

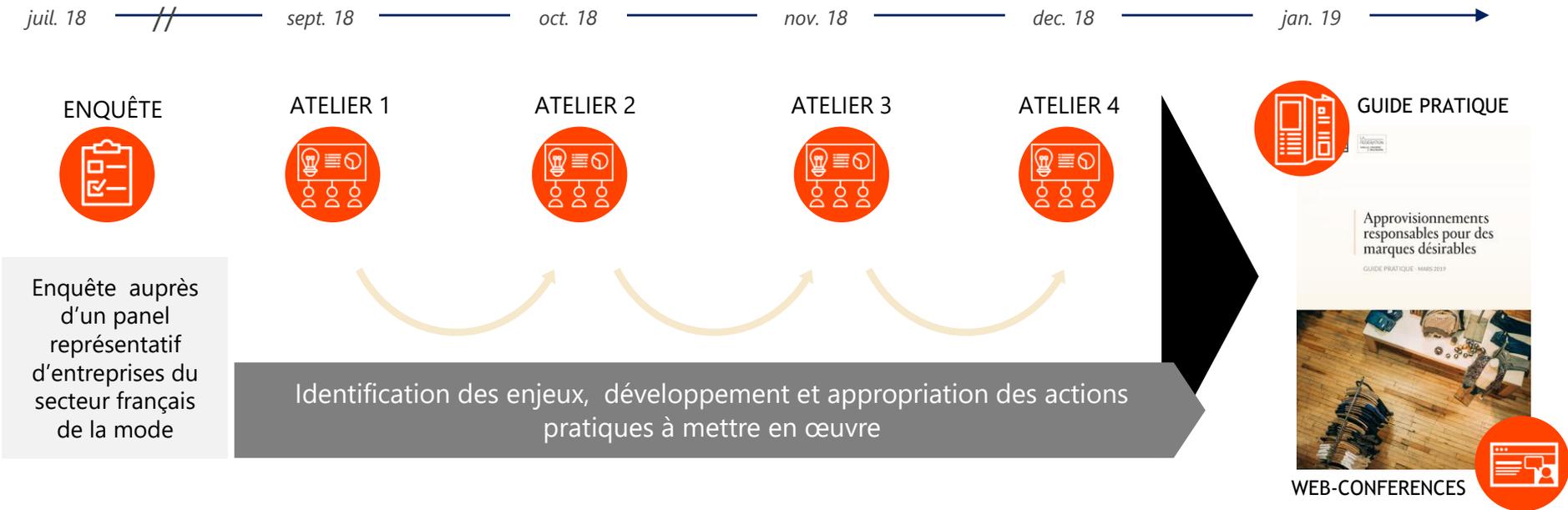
Chaînes d'approvisionnement responsables pour des marques désirables.

22 SEPTEMBRE 2020

UN GUIDE PRATIQUE POUR LES ACTEURS FRANÇAIS DE LA MODE

**La chaîne
d'approvisionnement
concentre les enjeux sociaux
et environnementaux les plus
significatifs auxquels font face
les acteurs de la mode.**

Développement du guide



Aperçu

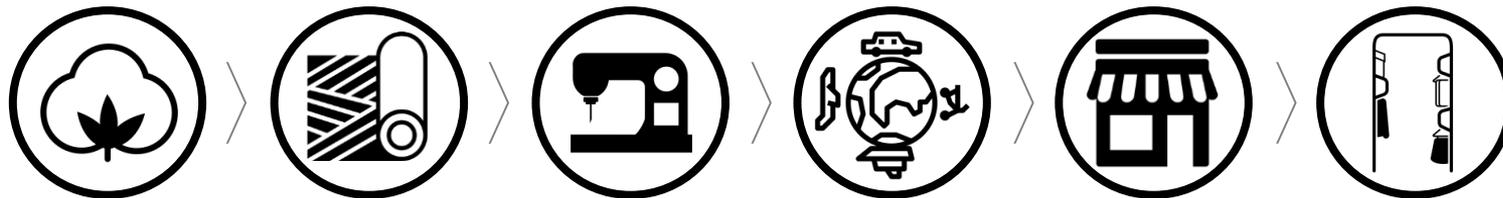
- Une approche pas à pas, de l'identification des enjeux clés aux principales méthodes de transformation de sa chaîne de valeur
- Un guide résolument tourné vers l'action, incluant des outils didactiques pour favoriser la prise en main par les marques
- Une approche pragmatique, inspirée des démarches qui ont fait leur preuve au sein des sociétés les plus matures, mais adaptée aux besoins d'entreprises de taille plus modeste ou moins sachantes
- Des exemples concrets de marques qui ont transformé ces démarches en avantages compétitifs



Sommaire

1. L'approvisionnement responsable, un objectif hors de portée ?
p. 05
2. Les enjeux clés pour les acteurs français de la mode
p. 07
3. Développer une approche pas à pas
p. 09
4. Les principaux outils pour s'engager
 - #1 Cartographier les enjeux RSE dans sa chaîne d'approvisionnement
 - #2 Développer un plan d'actions RSE dédié
 - #3 10 questions-clés pour gagner en visibilité et sécuriser sa chaîne d'approvisionnement
 - #4 Responsabiliser ses matières : alternatives au sourcing conventionnel
 - #5 Responsabiliser sa fabrication : les garanties clés à obtenir des sites de production
 - #6 Valoriser ses actions pour susciter la préférence de marquep. 12
5. Quelques exemples de communications inspirantes
p. 23

Une identification des enjeux clés pour les marques



MATIERE 1ERE

TRANSFORMATION

PRODUIT FINI

TRANSPORT

DISTRIBUTION

UTILISATION &
FIN DE VIE

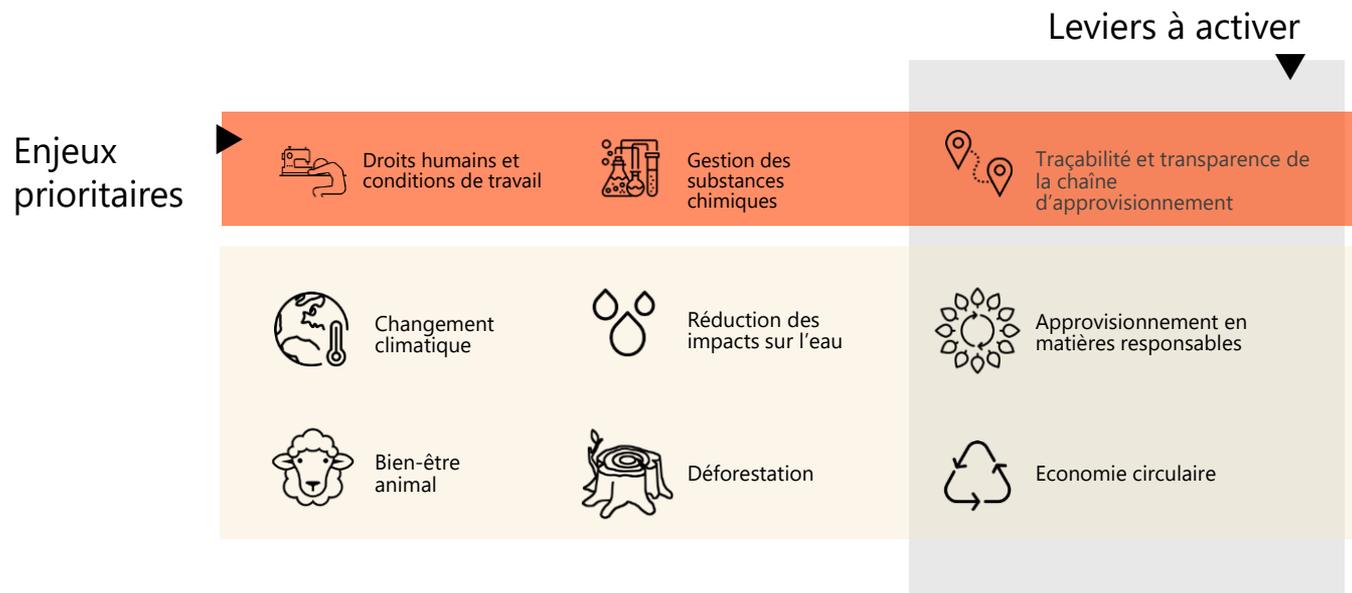
DROITS HUMAINS
ET CONDITIONS
DE TRAVAIL



ENVIRONNEMENT



Une identification des enjeux clés pour les marques

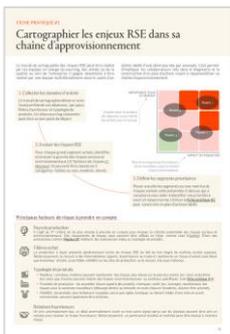


Des outils indispensables au déploiement de la démarche

Identifier et prioriser ses enjeux sociaux et environnementaux



#1 Cartographier les enjeux RSE dans sa chaîne d'approvisionnement



Bâtir un plan d'actions pour adresser les enjeux prioritaires



#2 Développer un plan d'actions RSE dédié



Améliorer par étape l'impact de sa chaîne de valeur



#3 10 questions-clés pour gagner en visibilité et sécuriser sa chaîne d'approvisionnement
 #4 Responsabiliser ses matières : alternatives au sourcing conventionnel
 #5 Responsabiliser sa fabrication : les garanties à obtenir des sites de production



Valoriser son engagement et le résultat de ses actions



#6 Valoriser ses actions pour susciter la préférence de marque



OUTILS

Des exemples exigeants pour valoriser ses engagements

5.
Quelques exemples de communications inspirantes



patagonia
L'architecture écologique par nature

DON'T BUY THIS JACKET

Que ce soit pour légitimer leur modèle, gagner en visibilité ou se différencier, les actions de la mode sont toujours plus nombreuses à se lancer dans la communication de leurs ambitions et réalisations en matière de RSE.

Nous vous fournissons ici quelques cas d'entreprises à l'approche originale, qui, au-delà de la réduction de leurs impacts les plus significatifs, ont intégré la RSE au cœur de leur stratégie de valeur et de leur positionnement de marque.

Toutes dotées d'engagements solides, elles défendent, à travers des communications renouvelées, des valeurs fortes de ce que sera la mode responsable d'ici.

- Plus transparente
- Socialement responsable, équitable
- Locale
- Plus écologique
- Slow, plus durable
- Plus respectueuse du bien-être animal
- Innovante

STELL/McCARTNEY
L'innovation au service du bien-être animal

Planière d'une mode respectueuse des animaux, Stella McCartney n'a pas fait un compromis : pas de fourrure, pas de cuir animal et une démarche d'innovation constante pour respecter l'ensemble de ses matières.

C'est sur la base de ses engagements forts que la créatrice a construit une démarche environnementale plus large et tout d'un coup positionnée au chef de file d'une mode durable.

PATINE
Une communication aux ambiances des marques d'écologie classique

Fait, faite et décollée, la communication de cette jeune marque n'est pas moins inspirante et basée sur des engagements forts en matière de RSE.

Patine ambitionne de créer de nouveaux standards, éducation, inspiration et art graphique.

Reformation
Une communication de marque responsable qui a tout d'un coup grande

Créé en 2009 à Los Angeles, Reformation, basé tout sur la production locale et une démarche écologique sur le climat, est la réhabilitation des matières pour offrir leur spécificité.

• Pat + a été depuis inscrite comme l'une des marques responsables les plus en vue du moment et connaît un développement à grande vitesse. Elle est devenue un véritable laboratoire avant des projets sociaux vendant les "salles de bain" et d'ailleurs une communication responsable qui a respecté la RSE, transparence sur les matières écologiques, visibilité, sensibilité de son client aux impacts de la mode, ouverture de ses usines aux clients.

1083
Le développement local comme puissant moteur d'engagement

1083 bin sélectionnés les 2 villes les plus dignes de l'économie 100% marne éco-responsable, ambition de reconstruire l'économie locale française.

Elle reconstruit le lien le plus solide en France du monde : sur un prix de vente de 89 €, le prix de 6 € engage l'économie locale 2 ans après son lancement grâce au financement participatif, ce développement de reconstruire et de proposer a permis à la marque de 1083 une communauté solide de clients.

FREITAG
Le + Slow + Selling de l'économie circulaire

En 1995, Freitag propose comme un point de vue de regarder à partir de matières locales de carton, de chanvre à air et de couleurs de sécurité usées. Depuis, la gamme s'est élargie et, du produit avec fermeture à vis métalliques, à son refus de créer des sacs écologiques en le refus au point de ses propres matières écologiques, Freitag livre son slow avec talent.

Des visions variées de ce que sera la mode responsable demain :



Plus transparente



Socialement responsable, équitable



Locale



Plus écologique



Slow, plus durable



Plus respectueuse du bien-être animal



Innovante



FREITAG

patagonia

PATINE

Reformation

STELL/McCARTNEY

Prochaines étapes

- Guide téléchargeable sur le site de la Fédération du PAP Féminin et celui de la Fédération de la Maille, de la Lingerie et du Balnéaire
- Web-conférences thématiques pour faciliter la prise en main du guide par les acteurs de la mode
- Ateliers d'appropriation de la méthodologie de cartographie des enjeux.
- Un nouveau guide d'accompagnement pour amorcer sa démarche d'éco-conception.





Merci !

| Données Clés | Propriétés de la fibre et exemples d'application | Impacts environnementaux de la production <i>Recommandations pour ACV</i> |
|---|---|--|
| <ul style="list-style-type: none"> • Production annuelle mondiale de laine : 1,080 million de tonnes (2018) soit 1% de la production mondiale de fibres • Principaux pays producteurs : Australie : 25 % de la production mondiale • ... | <ul style="list-style-type: none"> • Renouvelable • Respirante / Hydro-régulatrice • Antistatique • Non inflammable • Biodégradable • ... | <ul style="list-style-type: none"> • Gaz à effet de serre • Occupation des sols • Consommation d'eau • Epuisement des ressources • Eutrophisation <p><i>ACV sur ensemble du cycle de vie du produit</i></p> |
| Procédés de production, de la fibre au fil | Les labels | Caractéristiques de la laine / races |
| <ul style="list-style-type: none"> • Tonte • Lavage • Carbonisage / Traitements spéciaux • Mélange • Cardage • Filature cardée / Filature peignée | <ul style="list-style-type: none"> • Respecter des normes sociales • Respecter le bien-être animal • Préserver l'environnement • Limiter les substances toxiques et nocives  | <ul style="list-style-type: none"> • Finesse μ • Longueur • Frisure • Rendement • ... |

A woman with long blonde hair, wearing a wide-brimmed hat and a long, flowing white dress, is walking through a field of tall, golden-brown grass. She is looking back over her shoulder. The background shows a line of trees under a clear sky.

Plateforme Eco design : fiches "A vous de jouer"

APERCU ET PHILOSOPHIE

22 SEPTEMBRE 2020

Eco design
Re_fashion

 bluequest

À vous de jouer
SUIVEZ NOS FICHES
ÉTAPE PAR ÉTAPE
ET PASSEZ À L'ACTION



LES PLUS LUES

Concevoir un produit textile plus facilement recyclable

Concevoir une chaussure plus facilement recyclable

Réduire les perturbateurs de tri sur mon produit

Accompagner le consommateur pour allonger la durée de vie de son produit textile



#FIN DE VIE #TEXTILES

Concevoir un produit textile plus facilement recyclable

03.2020



#CHAUSSURES #FIN DE VIE

Concevoir une chaussure plus facilement recyclable

03.2020



#FIN DE VIE #TLC

Réduire les perturbateurs de tri sur mon produit

03.2020



#TEXTILES #UTILISATION

Accompagner le consommateur pour allonger la durée de vie de son produit textile

03.2020



#CHAUSSURES #PRODUCTION

Réduire l'utilisation de produits chimiques et d'eau lors du tannage du cuir

03.2020



#CHAUSSURES #UTILISATION

Accompagner le consommateur pour allonger la durée de vie de ses chaussures

03.2020



#TLC #UTILISATION

Améliorer la qualité des produits pour allonger leur durée de vie

03.2020



#MATIÈRES #TLC

Développer une stratégie matière cohérente

02.2020

STRATEGIE D'ENTREPRISE / DE MARQUE

Définir une stratégie d'éco-conception cohérente avec ma plateforme de marque

Piloter ma démarche d'éco-conception

ACHATS

ACHETER DES ECO-PRODUITS

Développer une stratégie éco-matières cohérente

Diminuer les pertes de matière lors de la production

Définir des objectifs d'intégration de matières recyclées dans mes produits

DEVELOPPER L'ECO-EFFICIENCE

Réduire les impacts environnementaux lors de l'ennoblissement des textiles

Réduire les impacts environnementaux lors du tannage du cuir

DEVELOPPEMENT PRODUITS

ECO-CONCEVOIR LES PRODUITS

Cadrer la démarche d'éco-conception des produits

Développer un produit éco-conçu ayant une action à chaque étape du cycle de vie

Concevoir un produit textile plus facilement recyclable

Concevoir une chaussure plus facilement recyclable

Réduire les perturbateurs de tri sur mon produit

Améliorer la qualité de mes produits pour allonger leur durée de vie

MARKETING VENTES

GESTION DES COLLECTIONS

Identifier les solutions pour diminuer et (re)valoriser mes invendus

Impliquer ses fournisseurs dans une démarche d'éco-conception

IMPLIQUER LES PARTIES PRENANTES

Convaincre mes collaborateurs

Former mes collaborateurs aux enjeux de l'éco-conception

Accompagner le consommateur pour allonger la durée de vie de ses chaussures

Accompagner le consommateur pour allonger la durée de vie de son produit textile

Accélérer la mise en œuvre par les entreprises

Des fiches accessibles à toutes les entreprises désireuses de se lancer dans l'éco-conception

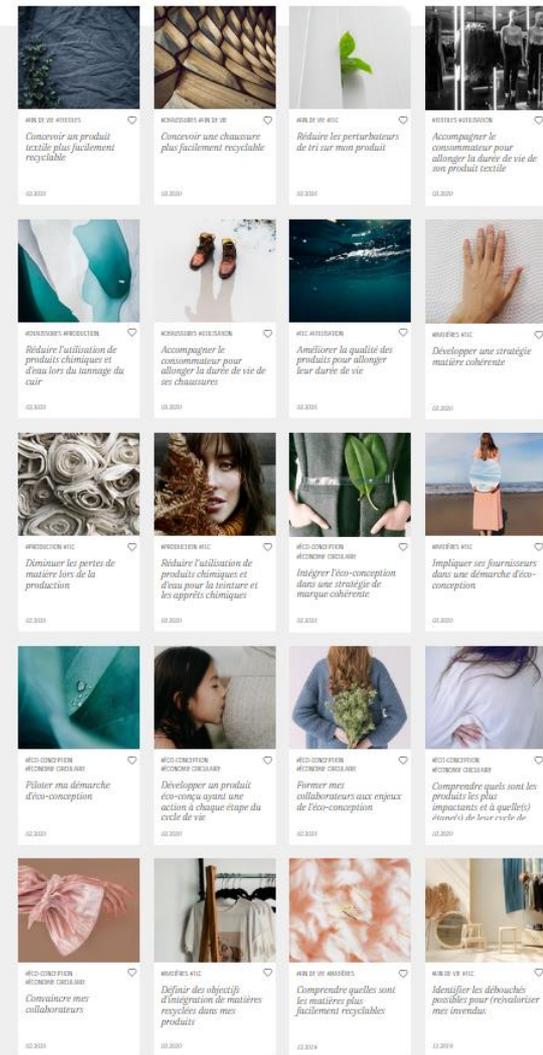
- Un format synthétique permettant une prise en main rapide
- Un discours pédagogique
- Une approche étape par étape, adaptée aux débutants mais donnant une profondeur de champs pour les personnes plus expertes

Une approche pragmatique et opérationnelle

- Des méthodes éprouvées dans le secteur textile
- Des actions recentrées autour des essentiels
- Des indicateurs relatifs à la difficulté de mise en œuvre et au ROI attendu

Un contenu résolument tourné vers l'action

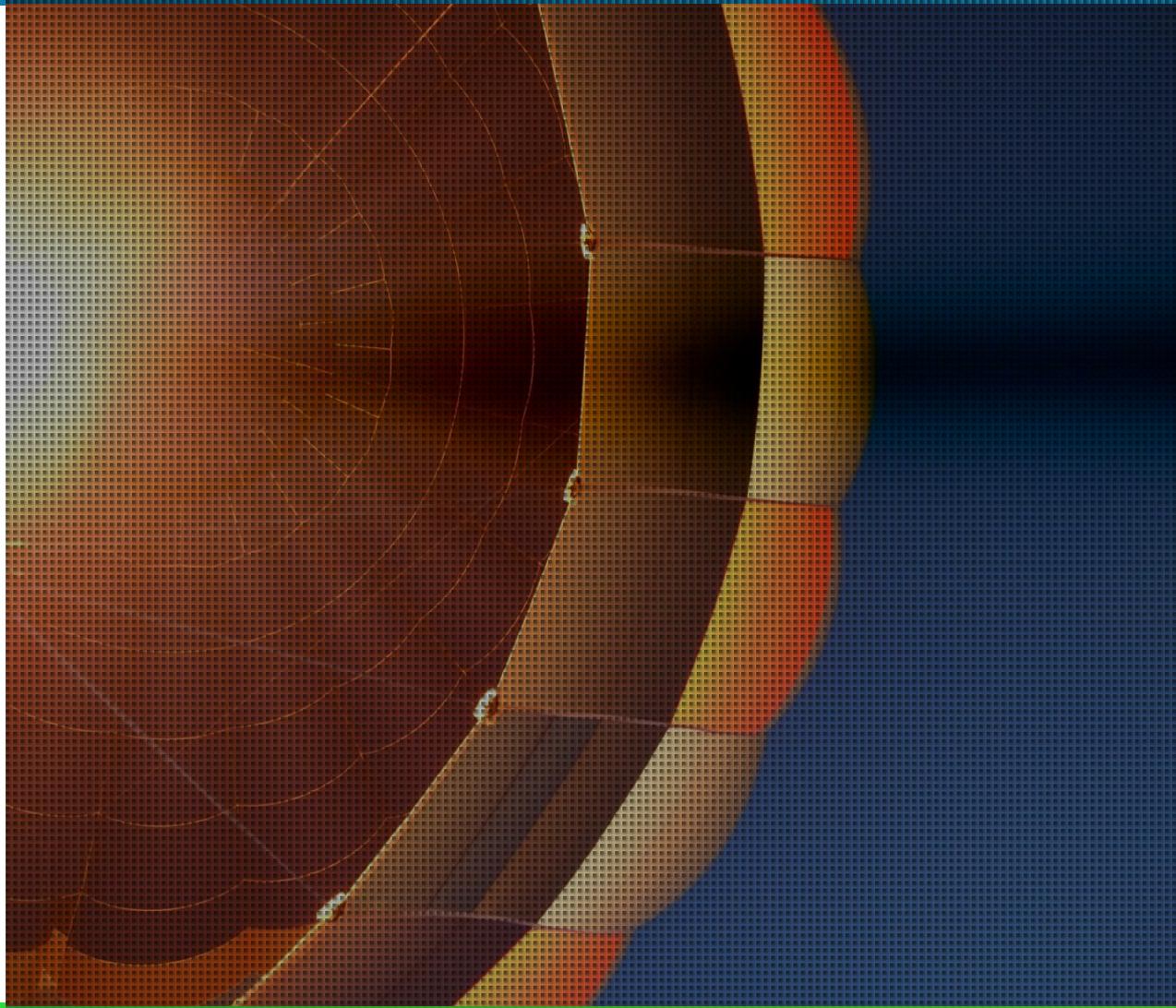
- L'identification des fonctions de l'entreprise à mobiliser
- Des liens vers des outils et ressources pour supporter la mise en œuvre
- Des points de vigilance et des indicateurs de performance



Merci !

Fanny Garcia

- 📞 +33 6 73 56 01 58
- ✉️ fgarcia@blue-quest.fr
- 🌐 [linkedin.com/in/bluequest-fgarcia](https://www.linkedin.com/in/bluequest-fgarcia)
- 🌐 www.blue-quest.fr
- 🐦 [@BlueQuestNet](https://twitter.com/BlueQuestNet)





**Point d'actu :
L'affichage environnemental des produits
textiles et chaussures**

Avec Erwan Autret, ADEME



**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Point d'actualité sur l'affichage environnemental des produits textiles et chaussures

Sommaire

1. Affichage environnemental français

- a) C'est quoi ?
- b) Où en sommes-nous ?
- c) Que dit la loi ?
- d) A qui s'adresse l'expérimentation ?
- e) Comment faire ?
- f) Quel socle technique
- g) Les 3 GT
- h) Focus

2. Projet européen PEF Apparel & footwear

- a) Description
- b) Points communs avec l'AEF
- c) Différences avec l'AEF

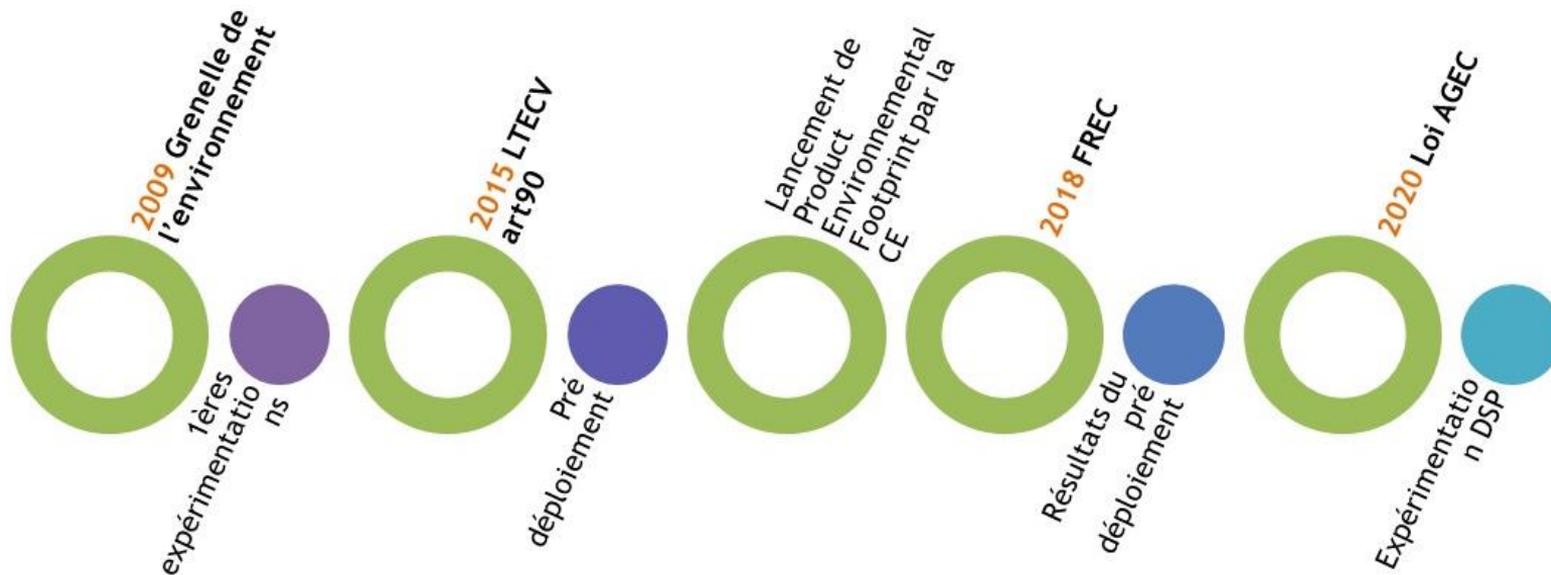
C'est quoi ?

- Une **note A, B, C, D ou E** affichée sur les produits ou services, en rayonnage ou sur internet, calculée sur l'ensemble du **cycle de vie du produit** ou du service, suivant un référentiel validé
- Un **repère simple** pour les consommateurs (identité graphique déposée) :



- Un **dispositif volontaire** qui permet :
 - d'informer les **consommateurs** sur les impacts environnementaux des produits ou services lors de l'achat pour sensibiliser à la **consommation responsable**,
 - D'inciter les **fabricants et distributeurs** à améliorer la performance environnementale de leurs produits et services pour encourager le **production durable**

Où en sommes-nous ?



Que dit la loi ?

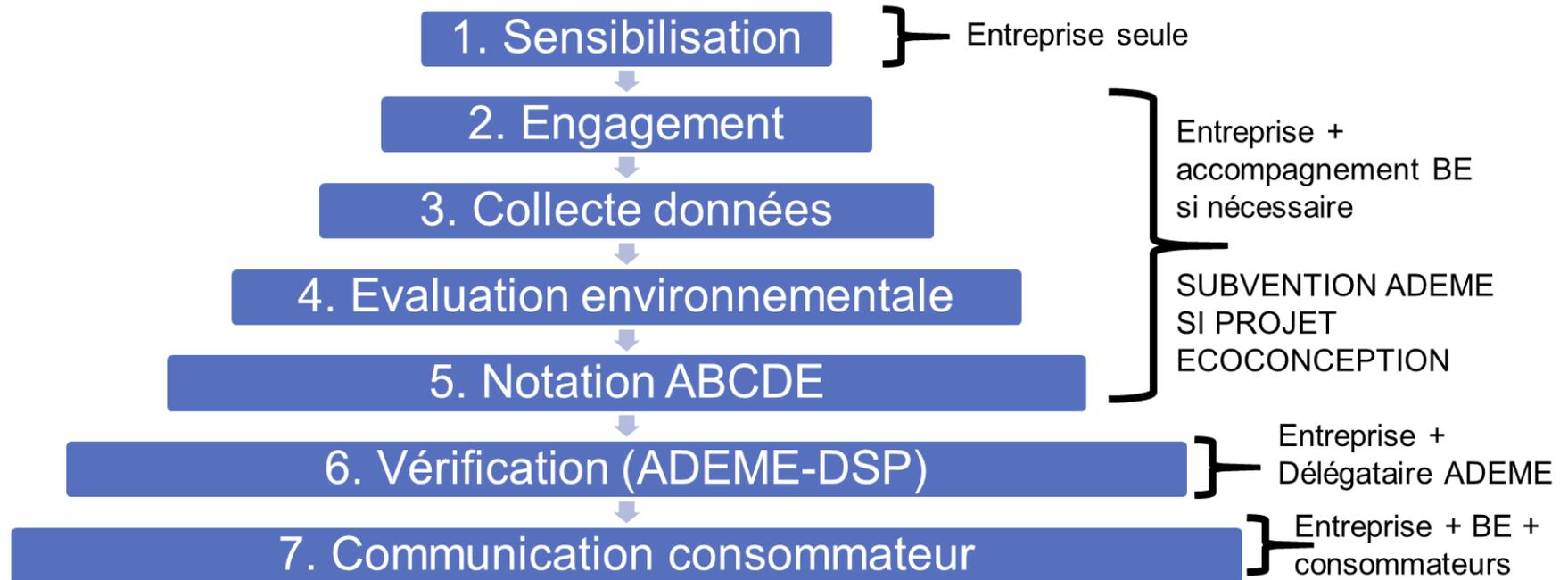
- L'article 15 de la loi n°2010-105 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'Economie Circulaire instaure officiellement un dispositif d'affichage environnemental ou environnemental et social volontaire et lance une **expérimentation de 18 mois** - de février 2020 à fin août 2021 : elle sera suivie d'un **bilan transmis au Parlement**, comprenant une étude de faisabilité et une évaluation socio-économique. Sur la base de ce bilan, **un décret définissant la méthodologie et les modalités d'affichages** sera publié.

A qui s'adresse l'expérimentation ?

- A toutes les entreprises volontaires, quelle que soit leur taille, qui souhaitent mettre en place l'affichage environnemental sur les produits/services qu'elle mettent sur le marché. Le secteur prioritairement ciblé par le Ministère de l'environnement est le secteur habillement/chaussures, mais les entreprises des autres secteurs peuvent participer.
- L'objectif est qu'un maximum d'entreprises s'engage rapidement avec un même référentiel, pour que le consommateur dispose d'une information comparable entre différentes marques.
- Se lancer maintenant permettra de **monter en compétence, se démarquer** de ses concurrents en améliorant la performance environnementale de ses produits ou services dans ce contexte post-crise sanitaire liée au COVID-19, **être prêts** si le dispositif devient obligatoire au niveau européen et **répondre à la demande des consommateurs** en créant du lien et en étant transparent sur la production des produits ou services.

Comment faire ?

Les 7 étapes pour déployer l'affichage environnemental



Quel est le socle technique ?

- Les **principes généraux et le cadre méthodologique** - Référentiel BPX 30-323
- **La Base IMPACTS®**, base de données génériques développée et gérée par l'ADEME pour le programme français d'affichage environnemental des produits de grande consommation
- Le **référentiel sectoriel Articles d'habillement** (BPX 30-223-23) ; il décrit spécifiquement comment les ACV doivent être réalisées pour les articles d'habillement: UF / flux de référence / étapes du cycle de vie / indicateurs retenus / données et règles d'allocation.
- **Les outils de calcul** utilisés: outil interne d'éco-conception de Decathlon, Spin it (Cycleco) et EIME (Codde Bureau Veritas)
- Les 2 indicateurs d'impact pris en compte: **Emission de gaz à effet de serre** (Changement climatique) et **Eutrophisation** (pollution de l'eau)

Tous ces documents sont **disponibles gratuitement** sur le site internet www.base-impacts.ademe.fr

La mise en place de 3 Groupes de Travail (GT)

- GT « **Evolution des référentiels et groupe miroir français du projet européen PEF Appareil** », pour les entreprises engagées (étape 2 et suivantes) - Webinaire d'information du 29 juin 2020
- GT « **Offre d'accompagnement des entreprises** », pour les BE – Webinaire d'information du 30 juin 2020

Objectif : structurer une offre d'accompagnement des entreprises en matière d'affichage environnemental et d'écoconception

Livrables (à définir) : Liste des BE membres du GT + Définition d'une offre générique minimum commune pour accompagner les entreprises en respectant les règles de l'affichage environnemental

- GT « **Application / Information aux consommateurs** », pour les développeurs d'application ; pas de lancement avant début 2021 ; objectif : base de données ouverte des notes ABCDE et indicateurs d'impacts

Focus sur le GT « Evolution des référentiels et groupe miroir français du projet européen PEF Apparel »

2 AXES :

1. Créer une synergie entre l'affichage environnemental français et le projet européen PEF Apparel & Footwear

- Contribuer activement à la construction des référentiels européens
- Anticiper le passage du référentiel français, actuellement disponible, au futur référentiel européen quand il sera validé par la CE

2. Gestion de l'étape 5 « Notation ABCDE » ; avec toutes les entreprises qui mettent en œuvre l'AE français, définir collectivement :

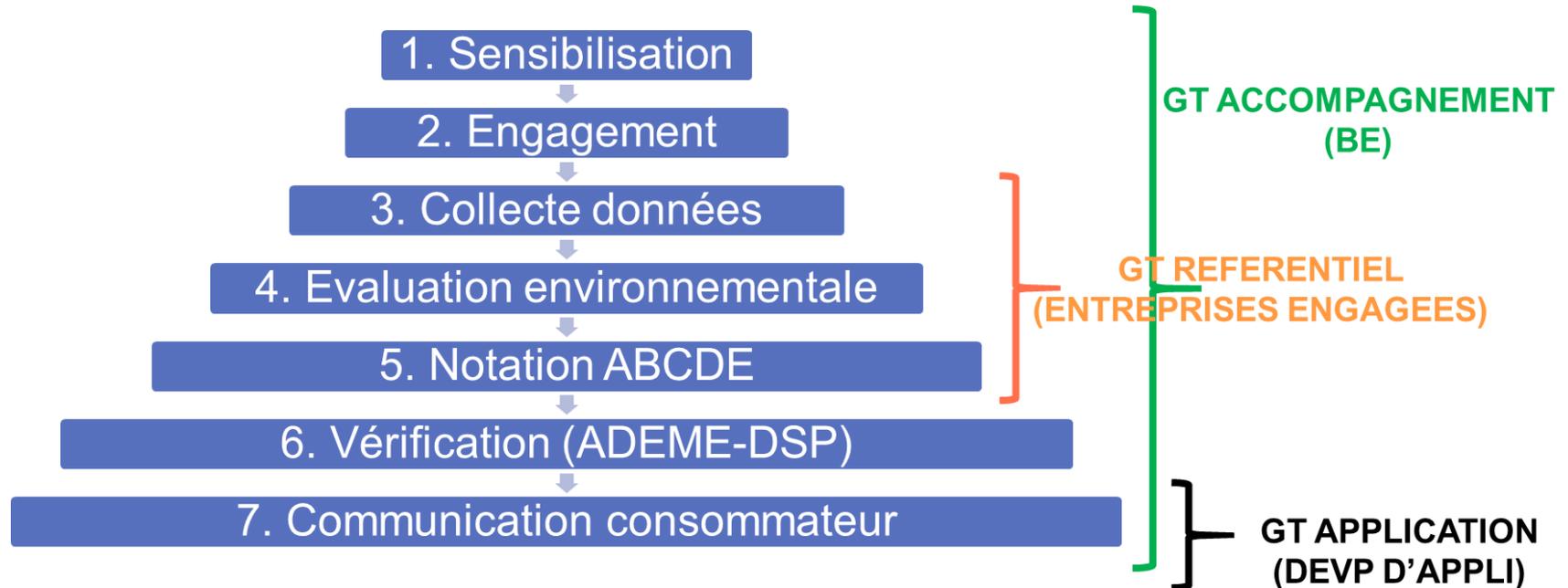
- L'échantillon de produits représentatifs du marché
- Les valeurs de référence des indicateurs d'impacts « CO2 » et « Eutrophisation
- La répartition de l'échantillon sur une échelle de 5 classes ABCDE

Focus sur le GT « Evolution des référentiels et groupe miroir français du projet européen PEF Appareil »

Les modalités de fonctionnement sont :

- Animation et coordination du GT : **RDC Environment** pour le compte de l'ADEME
 - Participation aux travaux sur la base du **volontariat**
 - Pendant les 18 mois de l'expérimentation française + jusqu'à la fin du projet PEF (**fin 2022**)
 - **Gouvernance** : ADEME + Ministères + Entreprises françaises engagées dans l'AE (Décathlon, ID Kids, LTC, Bonobo) + membres français du projet PEF (Décathlon, Eco-TLC, FHCM)
 - 5 réunions plénières + réunions téléphoniques + contributions au fil de l'eau
 - Première réunion de travail : octobre/novembre 2020
- => toutes les entreprises qui ont manifesté un intérêt à l'ADEME de participer à l'expérimentation Affichage environnemental seront invitées par RDC Environment à se positionner pour contribuer aux travaux du GT**

En synthèse : 7 étapes pour déployer en entreprise l'affichage environnemental + 3 GT pour réussir collectivement l'expérimentation



Focus sur l'étape 6. Vérification (ADEME-DSP)

L'ADEME a confié à des délégataires (Délégation de Service Public) deux types de missions :

- **Lot 1**: validation des **nouveaux référentiels** et/ou **révision des référentiels existants** soumis par les entreprises volontaires.
 - **Lot 2**: vérification de la **sincérité des notes environnementales** affichées par les entreprises volontaires sur les produits/services + gestion des droits d'usage de la marque
- + une mission générale de promotion/communication de l'Affichage

Focus sur l'étape 6. Vérification (ADEME-DSP)

| Lot 1 – Validation des référentiels | Lot 2 - Vérification des notes |
|--|--|
| <p>RDC Environment Alexia GHEM LCA Tool Consultant Tél : +33 (0)6 24 73 61 29 affichageenvironnemental@rdcenvironnement.fr</p>  | <p>AFNOR Certification Eric LAURENCON Responsable Pôle Produit, Marketing Département Marketing, Solutions et Expertise Tél : +33 (0)1 41 62 61 55 Eric.laurencon@afnor.org</p>  |
| <p>AMVALOR Charlotte SANNIER Ingénieure éco- conception AMVALOR Rhône-Alpes Tél : +33 (0)4 79 26 26 88 affichageenvironnemental@amvalor.eu</p>  | <p>AMVALOR Charlotte SANNIER Ingénieure éco- conception AMVALOR Rhône-Alpes Tél : +33 (0)4 79 26 26 88 affichageenvironnemental@amvalor.eu</p>  |
| <p>Cd2E Sébastien ROGER Coordinateur Tél : +33 (0)7 57 47 75 24 s.rogier@cd2e.com Romain BREUIL Réfèrent technique Tél : +33 (0)6 01 99 97 15 r.breuil@cd2e.com Tél : +33 (0)7 57 47 75 24 affichageenvironnemental@cd2e.com</p>  | <p>Cd2E Sébastien ROGER Coordinateur Tél : +33 (0)7 57 47 75 24 s.rogier@cd2e.com Romain BREUIL Réfèrent technique Tél : +33 (0)6 01 99 97 15 r.breuil@cd2e.com Tél : +33 (0)7 57 47 75 24 affichageenvironnemental@cd2e.com</p>  |

Principes généraux de fonctionnement pour une entreprise qui saisit la DSP :

- L'entreprise souhaitant réaliser l'affichage environnemental fait une demande à l'un des délégataires qu'elle rémunère
- Le délégataire réalise la mission demandée en collaboration avec l'entreprise (et autres parties prenantes si nécessaire).
- Le délégataire rédige un rapport (validation ou réserves/non-conformités).
- Echanges entreprise/délégataire pour mise en conformité si besoin
- Le délégataire valide et donne les droits d'usage de la marque
- Suivi des entreprises/usagers de la marque

Focus sur l'étape 6. Vérification (ADEME-DSP)

Les points suivants font l'objet d'une vérification officielle :

Vérification de l'outil de calcul (développé ou utilisé) :

- conformité aux référentiels
- utilisation des **données génériques** de la Base IMPACTS®
- pertinence de **l'échantillon** pris en compte pour déterminer **les valeurs de référence**
- vérification de la conformité de **la méthodologie d'agrégation**

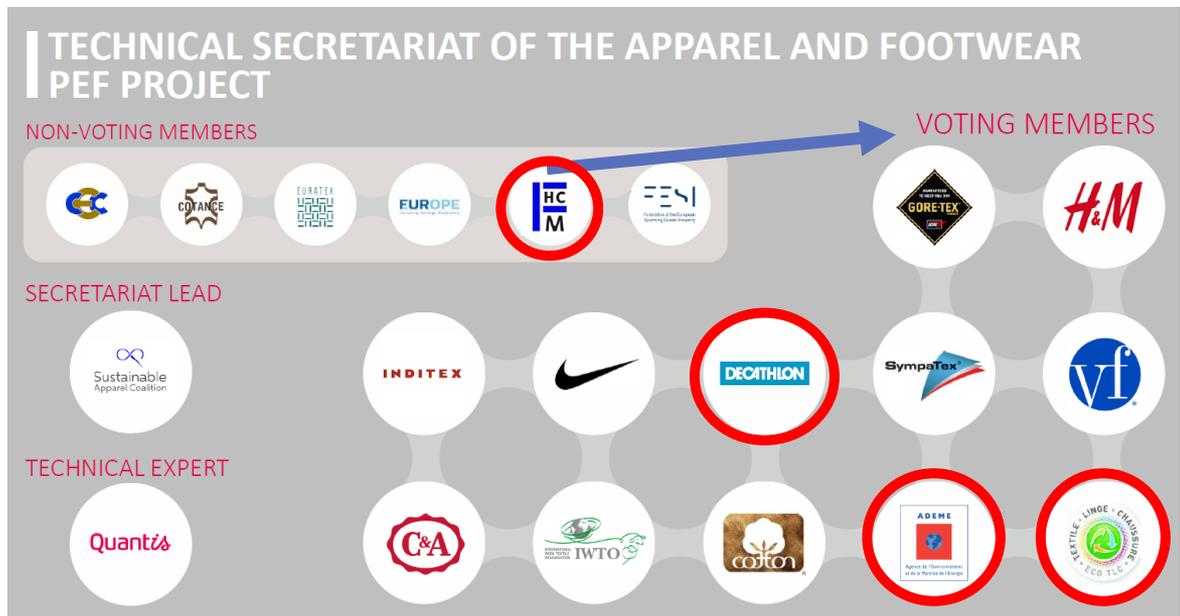
Vérification de la sincérité des données spécifiques :

- cohérence des données entrantes spécifiques utilisées (sources des données, moyens d'obtention (mesures, factures, etc.), fréquences de mise à jour, règles d'allocation...) par **des contrôles automatiques**
- véracité des données entrantes spécifiques fournies par les fabricants, distributeurs au-delà de leur simple cohérence, par **des contrôles aléatoires**.

La gestion des droits d'usage de la marque « IMPACT ENVIRONNEMENTAL® » (respect charte graphique)

Le projet européen PEF Apparel & Footwear

- Une réponse à l'Appel à contribution de la Commission européenne : dépôt en Août 2019, accepté en octobre 2020 début des travaux en janvier 2020
- Basée sur la méthode Product environmental footprint (PEF) développée par la Commission européenne
- 4 membres votant français, dont ReFashion et ADEME
- Absence de PME



Le projet européen PEF Appareil & Footwear

Les points communs et synergies entre AE et PEF...

- La participation française au projet européen PEF s'inscrit dans l'expérimentation de l'AE
- Le GT « groupe miroir français PEF » fait la passerelle entre les deux dispositifs
- Le retour d'expériences français sur l'AE alimente les travaux du PEF
- Les pionniers sur l'AE peuvent aussi être pionniers sur le PEF
- Les deux projets développent des données/outils/méthodes basés sur l'analyse du cycle de vie pour modéliser les impacts ;
- Logique identique d'utiliser des métriques et cadres techniques communs, les mêmes données pour calculer la performance environnementale d'un produit, éco-concevoir, et communiquer au consommateur
- **=> Rejoignez le GT pour que nous relayions vos contributions**

Le projet européen PEF Appareil & Footwear

... les différences entre AE et PEF

| | AE | PEF |
|------------------------|--|---|
| Périmètre géographique | France | Europe |
| Calendrier | Disponible | En construction |
| Technique | 1 référentiel, 50 pages, Base Impacts® (CO2 et Eutrophisation) | 13 référentiels, 100 pages/référentiel, BDD européenne (14 indicateurs d'impact) |
| Outil | 7 étapes jusqu'au consommateur | 2 étapes seulement. Pas de score unique, pas de vérification officielle, pas de communication au consommateur |
| Financement | Subvention ADEME pour les projets éco-conception avec AE | Pas de financement public |

Pour conclure, une vision prospective (2023-2025...)

- L'affichage environnemental textiles et chaussures est généralisé,
- avec un score unique ABCDE basé sur une analyse cycle de vie
- plébiscité par les consommateurs,
- l'éco-organisme accordera dans un premier temps une prime aux entreprises qui mettent en œuvre l'AE, et ensuite quand l'affichage sera généralisé une prime les produits notés A ou B
- Les entreprises engagées dans l'affichage environnemental sont celles qui sont engagées dans la traçabilité, l'écoconception et l'amélioration de la performance globale des produits
- L'ADEME n'aura plus besoin d'aider financièrement les entreprises engagées dans la mode durable
- Le modèle français aura fait ses preuves et la Commission européenne le généralisera via le PEF ; le socle technique français (Base IMPACTS® et BPX 30-223-23) évoluera vers le socle technique européen plus complet



**RÉPUBLIQUE
FRANÇAISE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*



Merci de votre attention !

Pour en savoir plus sur l'affichage environnemental :

- Consulter le site de l'ADEME sur [l'affichage environnemental](#)
- Consulter et télécharger gratuitement le [cadre technique](#) de l'affichage environnemental (principes généraux du BPX 30-323, référentiels par catégorie de produits, format d'affichage...)
- Consulter gratuitement les données génériques de la [Base Impacts®](#)
- Nous contacter : affichage.environnemental@ademe.fr

Eco TLC devient

Re_fashion