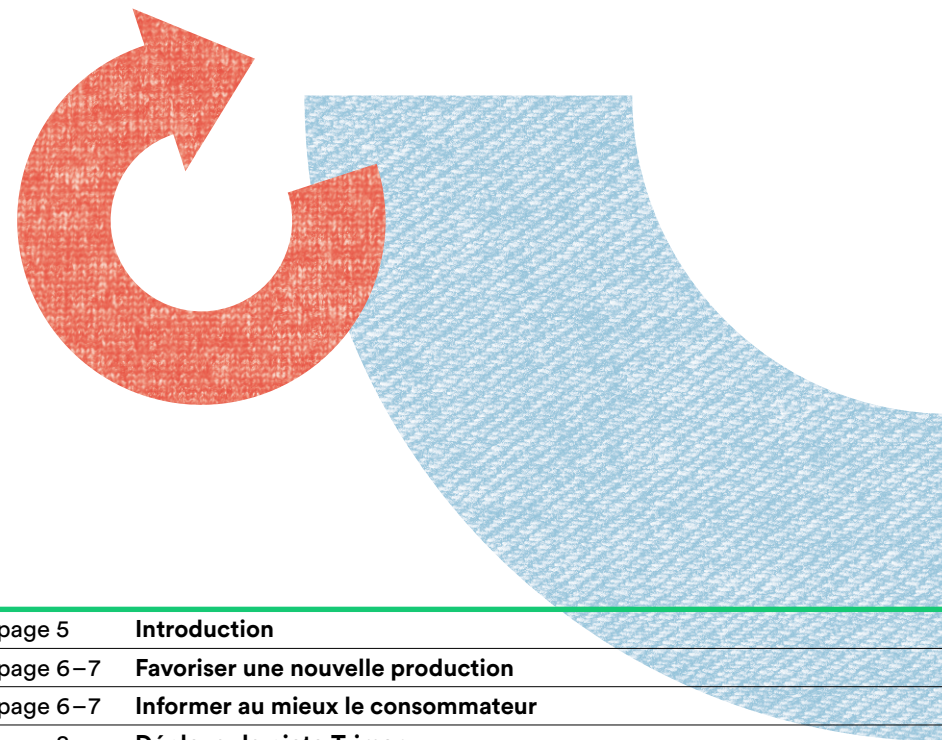

LOI RELATIVE À LA LUTTE CONTRE LE GASPILLAGE ET À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

L'essentiel pour la filière TLC

Textile d'habillement, Linge de maison & Chaussure

Mars 2020

Sommaire



page 5	Introduction
page 6–7	Favoriser une nouvelle production
page 6–7	Informez au mieux le consommateur
page 8	Déployer le picto Triman
page 9	En finir avec l'impression des tickets
page 8–9	Collecter les textiles usagés
page 10–11	Interdire la destruction des invendus
page 10–11	Renforcer la REP (Responsabilité Elargie du Producteur)
page 12–14	Cosignataires



Loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire

L'essentiel pour la filière TLC
(Textile d'habillement, Linge de maison & Chaussure)

Les numéros d'articles indiqués dans ce document renvoient aux articles du code de l'environnement, dans sa rédaction issue de la loi n° 2020-105 du 10 février 2020.

La loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire donne un grand coup d'accélérateur à la transition écologique. Elle marque une étape importante pour la filière TLC (Textile d'habillement, Linge de maison & Chaussure), résolument engagée dans la voie du développement durable, et complète les initiatives déjà prises dans ce sens.

Dans cette transformation, les entreprises jouent un rôle clé : optimiser le cycle de vie des produits mis sur le marché, favoriser le réemploi, allonger la durée de vie des produits, mieux collecter (seulement 50% des emballages sont porteurs d'une consigne de tri), intégrer un taux minimal de matière recyclée dans les produits, préférer le don à la destruction, ne plus jeter, ne plus gaspiller...

Il faut aussi mieux informer le consommateur, pour lui permettre de devenir acteur en faisant les bons choix de consommation, et en adoptant les bons réflexes.

Autant de mesures à la hauteur des enjeux écologiques, dont les modalités d'application font encore l'objet de discussions avec les acteurs de la filière TLC, et seront fixées prochainement par des dispositions réglementaires (décrets et arrêtés).

Ces changements nécessaires pour maîtriser l'impact environnemental des produits peuvent, avec le concours de tous, permettre au secteur de la mode de devenir progressivement plus circulaire, et donc encore plus responsable.

Source : l'intégralité des chiffres cités dans ce document provient du Ministère de la Transition Ecologique et Solidaire.

Favoriser une nouvelle production

Art. L. 541-9, Art. L. 541-10-3

Pour aller, dès la conception du produit, vers une économie des ressources utilisées, la loi renforce le dispositif de “bonus-malus”. Ce mécanisme, qui existe déjà pour les produits de la filière TLC (Textile d’habillement, Linge de maison & Chaussure), consiste à appliquer une modulation des éco-contributions versées par les metteurs en marché aux éco-organismes. Il permet d’encourager la production des produits vers une meilleure durabilité et/ou recyclabilité, et incite à l’incorporation de matières recyclées dans la fabrication.

Concrètement, les metteurs en marché qui conçoivent ou importent leurs produits de manière “écologique” (en y incorporant des matières recyclées par exemple) bénéficieront d’un bonus sur la

contribution financière qu’ils versent à leur éco-organisme pour la gestion et le traitement de la fin de vie de leurs produits. A contrario, les metteurs en marché qui ne s’inscrivent pas dans cette démarche de produits à “haute valeur environnementale” auront une contribution majorée par un malus. Les consommateurs en sont informés par la présence d’un affichage dès l’acte d’achat afin qu’ils puissent faire leur choix.

Dans cette même logique d’éco-conception, pour favoriser l’innovation et optimiser le recyclage, certains produits vont devoir incorporer un taux minimal de matière recyclée pour leur mise sur le marché français. Les modalités d’application et la liste des produits concernés vont être définies par décret.

Les clés :

- Développer l’application d’un bonus-malus.
- Inciter les producteurs à incorporer, dans le processus de fabrication, un taux minimal de matière recyclée, sous réserve d’une analyse du cycle de vie positive.
- Un décret fixera la liste des produits, la méthode de calcul du taux d’incorporation, et les modalités de contrôle.

Informier au mieux le consommateur

Art. L. 541-9-1

53% des Français souhaitent consommer mieux et autrement. Afin de répondre à cette attente, la loi fait obligation, aux metteurs en marché, de communiquer auprès des consommateurs.

Cette communication peut revêtir deux formes :

La première consistera, au 1^{er} janvier 2022, à mettre en place une information, visible ou accessible au moment de l’achat, concernant les qualités et les caractéristiques environnementales des produits (notamment la présence de matière recyclée, l’emploi de ressources renouvelables, la durabilité, la recyclabilité mais aussi l’éventuelle présence de substances dangereuses).

La seconde vise l’apposition d’un affichage environnemental ou environnemental et social. Ce système de notation indiquera l’impact environnemental ou environnemental et social d’un produit textile d’habillement. Il s’effectuera par voie de marquage, d’étiquetage ou tout autre procédé comme la dématérialisation.

Les clés :

- Les qualités et caractéristiques environnementales à indiquer seront définies par un décret qui fixera les modalités de leur établissement, les catégories de produits concernés ainsi que les modalités d’information des consommateurs.
- Une grande liberté est laissée dans le choix du support des informations, tant que ces dernières sont visibles et accessibles lors de l’achat.
- Une nouvelle expérimentation (la première avait eu lieu en 2011) sur l’affichage environnemental et social va être conduite sans délai, sur une base volontaire, pendant 18 mois.
- L’affichage environnemental ou environnemental et social deviendra obligatoire prioritairement pour le secteur du textile d’habillement, après l’entrée en vigueur d’une disposition adoptée par l’Union européenne poursuivant le même objectif (projet européen PEF -*Product Environmental Footprint*- lancé par la Commission européenne).



Déployer le picto Triman

Art. L. 541-9-3

Pour simplifier les règles de tri (savoir rapidement dans quel contenant un produit doit être déposé) et inciter les citoyens à trier (seulement 50% des emballages sont porteurs d'une consigne de tri), la loi revient sur le picto Triman. Ce picto, entré en vigueur en 2015, simple et clair, mais peu connu (un petit bonhomme avec trois flèches) doit dorénavant s'accompagner d'une phrase explicative (voir le picto ci-contre ; la phrase, qui reprend une proposition de l'ADEME, est donnée à titre indicatif). Cette phrase informe le consommateur que le produit est soumis à une règle de tri et lui donne, pour les produits de la filière TLC (Textile d'habillement, Linge de maison & Chaussure), l'indication sur le point d'apport à utiliser : bornes sur les voies publiques, boîtes en magasins, associations...

Les clés :

- Picto Triman pour informer que le produit est soumis à une règle de tri avec une phrase indiquant le point d'apport.
- Le picto doit être sur le produit ou sur son emballage, ou à défaut dans les autres documents fournis avec le produit.
- Le calendrier : à compter du 1^{er} janvier 2022.



En finir avec l'impression des tickets

Art. L. 541-15-10

Edités systématiquement au moment de l'achat, les tickets de caisse ont souvent une durée de vie inférieure à quelques secondes. Plusieurs dizaines de milliards de simples preuves d'achat sont ainsi imprimées chaque année en France, et finissent à la poubelle. Pour lutter contre ce gaspillage, la systématisation de l'impression est abandonnée au profit d'une impression à la demande du client. Par conséquent, les entreprises devront mettre en place un nouveau système de transmission de tickets (tickets de caisse, reçus de carte bancaire...) en tenant compte des exigences du RGPD (Règlement Général sur la Protection des Données). Aujourd'hui, certaines entreprises ont déjà recours à l'envoi par mail de la preuve d'achat, mais par le biais du système de cartes de fidélité.

Les clés :

- Fin de l'impression systématique du ticket de caisse, du reçu de carte bancaire ou des bons d'achat et tickets de réduction ou promotionnels.
- Exception : à la demande du client.
- Le calendrier : applicable à partir du 1^{er} janvier 2023.

Collecter les textiles usagés

Art. L. 541-10-8

La Responsabilité Elargie du Producteur (REP)* s'étend au-delà de la conception et de la vente des produits, car elle engage le producteur jusqu'à la fin de vie de ses produits. A charge ainsi pour lui d'assurer la récupération de ses produits quand ceux-ci sont usagés et que le consommateur souhaite s'en séparer. Plusieurs distributeurs organisent déjà une collecte de TLC (Textile d'habillement, Linge de maison & Chaussure) usagés dans leurs magasins ; ils sont identifiés, auprès d'Eco TLC, comme des détenteurs de points d'apport volontaire (PAV), et sont géocalisables sur www.lafibredutri.fr.

L'objectif de cette loi est de favoriser le développement des secondes vies des produits et des matières, soit par le réemploi des articles en bon état, soit

par le recyclage des produits TLC non réemployables. Ce principe de reprise des produits usagés par le distributeur se généralise pour toute vente d'un produit neuf. Cette reprise reste sans frais pour le consommateur. En cas de vente avec livraison, le distributeur doit proposer la reprise au point de livraison, ou dans un point de collecte de proximité.

L'esprit de cette disposition est plus d'inciter que d'imposer, d'autant que la filière TLC dispose déjà d'un système de collecte performant de plus de 45 000 points d'apport volontaire (PAV) : bornes sur la voie publique, points de dépôt en magasins, associations.

* Voir la notion de REP en pages 10-11

Les clés :

- Possibilité de collecter les produits usagés dont le client se sépare.
- Reprise sans frais des produits usagés.
- Le client doit être informé lors de sa commande de cette possibilité de reprise.

Interdire la destruction des invendus

Art. L. 541-15-8

Aujourd'hui, les entreprises détruisent 5 fois plus qu'elles ne donnent. Pour mettre fin à cette situation, la loi interdit la destruction des invendus et oblige à recourir systématiquement au réemploi (notamment par le don), à la réutilisation et au recyclage des produits neufs invendus. Des exceptions sont toutefois prévues (voir ci-contre).

Les clés :

- Mettre fin à l'élimination (mise en décharge et incinération) des produits neufs invendus.
- L'objectif : lutter contre la surproduction et développer le don de produits de première nécessité auprès des associations habilitées.
- Les exceptions :
 - Les produits pour lesquels la valorisation matière est interdite, l'élimination est prescrite, ou le réemploi, la réutilisation et le recyclage comportent des risques sérieux pour la santé ou la sécurité.
- Les produits pour lesquels les conditions nécessaires pour réaliser le réemploi, la réutilisation ou le recyclage ne répondent pas à l'objectif de développement durable.
- Le calendrier : 1^{er} janvier 2022.

Renforcer la REP (Responsabilité Elargie du Producteur)

Art. L. 541-10 et suivants

Le principe de la REP (Responsabilité Elargie des Producteurs) est une obligation légale depuis 2007 pour les produits TLC (Textile d'habillement, Linge de maison & Chaussure) neufs. Il oblige les metteurs en marché de ces produits à pourvoir ou contribuer aux coûts de collecte, tri et valorisation des TLC usagés. Les rideaux, voilages et stores d'intérieur en textile sont entrés dans le périmètre des produits assujettis depuis le 1^{er} janvier 2020.

Eco TLC est l'éco-organisme auquel les metteurs en marché ont transféré cette responsabilité. Avec les contributions acquittées par les metteurs en marché, il assure la prise en charge des coûts de gestion et de prévention des déchets TLC.

Tous les producteurs concernés par la REP devront s'enregistrer auprès de l'autorité administrative et bénéficieront d'un identifiant unique. Cet enregistrement garantira l'adhésion à l'éco-organisme, ou bien la mise en place d'un système individuel de gestion des déchets. Il permettra de disposer des données pertinentes pour suivre et déterminer les objectifs quantitatifs et qualitatifs de prévention et de gestion des déchets pour la filière.

La loi ouvre la possibilité de pourvoir plus directement à la couverture des coûts de gestion des déchets, lorsque cela sera nécessaire.

Il est aussi prévu que les metteurs en marché, via leur éco-organisme, participent

au financement du réemploi et de la réparation des produits, ainsi qu'à la sensibilisation des citoyens au geste de tri.

Enfin, un comité des parties prenantes, regroupant les metteurs en marché, les opérateurs, les collectivités locales, les associations..., va être créé au sein de chaque éco-organisme pour relier les acteurs, partager les progrès et difficultés, recueillir avis et recommandations pour améliorer les performances.

Les clés :

- De plus en plus de produits sont concernés par le principe de la REP. Les solutions mises en œuvre pour les vêtements grand public concerneront demain d'autres articles en textile.
- L'éco-modulation de la contribution est un premier levier de progrès afin de promouvoir les articles à haute valeur environnementale.
- Une hausse des contributions est à prévoir puisque le coût de traitement de la fin de vie des produits sera naturellement croissant au regard des transformations nécessitées par l'évolution des volumes à gérer. Les modalités seront précisées par décret et dans le cahier des charges d'Eco TLC.

Cosignataires

Alliance du Commerce

Organisation professionnelle leader dans l'équipement de la personne, l'Alliance du Commerce réunit les grands magasins, les magasins populaires et les distributeurs de l'habillement et de la chaussure, soit 450 enseignes, 27 000 points de vente et 180 000 salariés. L'Alliance du Commerce a développé divers outils, dont un guide pratique sur la mode responsable et des formations spécifiques, pour aider les acteurs de la mode à réaliser leur transformation écologique. Facilitateur d'échanges et de concertation, l'Alliance du Commerce accompagne ses adhérents dans leur transition vers un modèle économique plus durable et pérenne, en réponse aux nouvelles attentes des consommateurs.

www.alliancecommerce.org
[@AllianceCommerc](https://www.instagram.com/AllianceCommerc)

Fédération Française de la Chaussure

Créée en 1929, la Fédération Française de la Chaussure (FFC) regroupe plus de 200 marques, industriels et créateurs répartis sur le territoire national. Reconnue métier d'art, la fabrication de chaussure représente 23 millions de paires "Made in France", un critère largement apprécié à l'international. La FFC représente et accompagne ses adhérents dans le cadre de leur développement marketing et international, dans le domaine social et réglementaire, et promeut le savoir-faire et la créativité française. Le secteur s'est engagé dans différentes démarches responsables. Une charte RSE pour les entreprises de la filière cuir est en développement. Innoshoe, programme de management de l'innocuité développé par le groupement régional des Pays de la Loire, est déployé depuis plusieurs années.

www.chaussuredefrance.com
[@frenchshoesfederation](https://www.instagram.com/frenchshoesfederation)
www.french-shoes.com

Eco TLC

Eco TLC est l'éco-organisme de la filière Textile d'habillement, Linge de maison & Chaussure qui assure, pour le compte des metteurs en marché (+ de 5 000 entreprises), la prise en charge de la prévention et de la gestion de la fin de vie de leurs produits.

Au cœur de l'écosystème de la filière et au service de l'ensemble des parties prenantes, Eco TLC participe au financement de la transition vers l'économie circulaire des textiles.

Pour cela, il mesure l'évolution des situations, éclaire les chemins d'innovation, accompagne et incite à la mise en œuvre des différentes formes de progrès, comme l'éco-conception dont la loi économie circulaire promeut le développement.

www.ecotlc.fr

Fédération Française des Industries du Vêtement Masculin

La Fédération Française des Industries du Vêtement Masculin (FFIVM) rassemble les acteurs industriels du prêt à porter masculin, de la mode enfantine et du vêtement d'image et de fonction.

Depuis plusieurs années, ces entreprises ont développé des réponses aux questions de sécurité des produits (notamment pour la mode enfantine et les équipements de protection individuelle). Pour plusieurs d'entre elles, le recyclage des vêtements est depuis plusieurs années une réalité.

Parallèlement, les échanges au sein de la Fédération ont facilité la diffusion de "bonnes pratiques", tant dans le domaine de la RSE que dans celui de la gestion des fabrications et donc de la gestion au plus près des besoins des stocks de produits finis.

www.promas-international.fr

Fédération du Commerce et de la Distribution

La Fédération du Commerce et de la Distribution (FCD) regroupe la plupart des enseignes de la grande distribution, qu'il s'agisse de distribution alimentaire ou distribution spécialisée. Ce secteur compte 750 000 emplois, plus de 10 millions de clients par jour, 2 131 hypermarchés, 5 962 supermarchés, 3 952 supermarchés à dominante marques propres (ex-maxidiscomptes), près de 3 700 drives, environ 20 000 magasins de proximité, plus de 30 000 points de vente pour un volume d'affaires d'environ 200 milliards d'euros.

La FCD intervient notamment dans les domaines de la sécurité alimentaire, du développement durable, des relations économiques (PME, industriels, filières agricoles), des relations avec les partenaires sociaux et sur les sujets liés à l'aménagement du territoire et d'urbanisme commercial.

www.fcd.fr

Fédération Française du Prêt à Porter Féminin

Depuis 2017, la Fédération Française du Prêt à Porter Féminin (FFPAPF) est consciente de l'importance d'accompagner ses membres vers une mode plus responsable. Elle a développé des outils pour aider concrètement les marques de mode, notamment le guide des approvisionnements responsables avec le soutien du DEFI. L'affichage environnemental et social volontaire, expérimenté dans les 18 mois qui viennent, représentera un nouveau challenge. Il amènera, nous en sommes convaincus, à des collections de plus en plus éco-conçues. Dans ce contexte, nous resterons attentifs aux critères retenus pour qualifier les impacts afin qu'ils restent accessibles aux plus petites entreprises ne pouvant s'appuyer sur une équipe dédiée.

www.pretaporter.com

Fédération du E-commerce et de la Vente à Distance

La Fédération du E-commerce et de la Vente à Distance (FEVAD) rassemble plus de 650 adhérents et 800 sites internet. Elle est l'organisation professionnelle représentative du secteur du commerce en ligne. Selon une étude de la FEVAD de février 2020, 45% des cyberacheteurs ont déjà acheté un produit issu de l'économie circulaire sur internet.

Ces enjeux environnementaux sont au cœur des préoccupations des entreprises du commerce électronique et de leurs stratégies d'investissement.

La FEVAD a donc suivi de près la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire. Sa mise œuvre est un enjeu important pour les acteurs qu'elle représente.

www.fevad.com

Fédération de la Haute Couture et de la Mode

Rassemblant les marques de mode privilégiant la création et le développement international, la Fédération de la Haute Couture et de la Mode (FHCM) vise à promouvoir la culture française de mode, où la Haute Couture et la création tiennent le premier rôle en combinant en toutes circonstances savoir-faire traditionnels et technologies contemporaines, et contribue à conforter Paris dans son rôle de capitale mondiale de la mode. Les produits des marques de luxe et de création s'inscrivent ainsi naturellement dans les objectifs de la loi par leurs spécificités : principalement fabriqués en petites séries, ils ont une longue durée de vie, par essence ils se réparent, se ravautent peut-on dire dans le cas d'un vêtement, et ils sont conçus pour être facilement transmis, réemployables et réutilisables par la qualité de leurs matières.

www.fhcm.paris

Cosignataires (suite)

Fédération des Industries Diverses de l'Habillement Fournitures & Accessoires de Mode

La Fédération des Industries Diverses de l'Habillement (FIDH) regroupe les entreprises de fournitures et d'accessoires de mode, tels que les boutons, les ceintures ou la chapellerie...

Directement concernées par les contraintes écologiques, ces entreprises ne se contentent pas de respecter les normes. Elles anticipent les besoins et les attentes de leurs clients (marques de prêt-à-porter ou marques de distributeurs) en proposant des produits éco-responsables, c'est-à-dire recyclables ou réutilisables, ou encore des alternatives avec l'utilisation de matières premières innovantes.

www.fidh-mode.com

Union Française des Industries Mode Habillement

Le "Made in France" ne doit pas être un concept vide de sens mais répondre à un besoin d'économie circulaire demandée par les consommateurs d'aujourd'hui.

Traçabilité des produits, innocuité des vêtements et faible bilan carbone seront les atouts du refabriquer en France pour satisfaire les clients.

www.lamodefrancaise.org

Fédération de la Maille, de la Lingerie & du Balnéaire

La Fédération de la Maille, de la Lingerie & du Balnéaire rassemble, au sein d'une communauté unique, des entreprises opérant à tous les niveaux de la filière textile-habillement (amont, aval, donneurs d'ordre, marques...) autour d'une même vision de projets et de marchés.

Représentante des intérêts de ses membres et à leur écoute, elle intervient activement sur les sujets de l'économie circulaire et de la RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises).

Elle accompagne ainsi ses adhérents et ses clients dans la mise en place de leurs démarches RSE (éco-conception, recyclage, innocuité des produits et des process...) à l'aide notamment de conseils personnalisés, de formations opérationnelles et de guides didactiques et pratiques.

www.la-federation.com

Union des Industries Textiles

L'Union des Industries Textiles (UIT) représente les 2 200 entreprises exerçant une activité textile sur le territoire (filature, moulinage, tissage, tricotage, ennoblissement).

Conscients de l'urgence environnementale et forts de pratiques responsables et durables (recyclage des eaux usées, économies d'énergie et d'eau, optimisation de la production et des stocks, circuits courts, RSE), nos membres poursuivent activement leur engagement éco-responsable et innove avec clients et partenaires sur toute la chaîne de valeur.

L'UIT est à leur côté pour les soutenir et les accompagner dans cette démarche.

www.textile.fr

ALLIANCE DU COMMERCE

ECO TLC
L'éco-organisme du textile · du linge · de la chaussure

fcd Fédération du Commerce et de la Distribution

fevad
www.fevad.com
fédération e-commerce et vente à distance

FEDERATION FRANÇAISE CHAUSSURE

Fédération Française des Industries du Vêtement Masculin

FEDERATION FRANÇAISE DU PRET A PORTER FEMININ

HC M FÉDÉRATION DE LA HAUTE COUTURE ET DE LA MODE

FÉDÉRATION DES INDUSTRIES DIVERSES DE L'HABILLEMENT FOURNITURES & ACCESSOIRES DE MODE

LA FEDERATION MAILLE, LINGERIE & BALNEAIRE

UFIMH UNION FRANÇAISE DES INDUSTRIES MODE & HABILLEMENT

UIT Union des Industries Textiles

L'Essentiel est né de la volonté commune des fédérations et de l'éco-organisme de la filière TLC (Textile d'habillement, Linge de maison & Chaussure) de décoder, pour leurs membres, la loi relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire.

Synthétique et pédagogique, ce document reprend l'essentiel de ce qu'il faut retenir, pour le secteur, de cette loi publiée au Journal officiel du 11 février 2020 et dont certaines modalités d'application seront fixées par voie réglementaire (décrets et arrêtés).

