



Baromètre de l'ENGAGEMENT dans l'ÉCONOMIE CIRCULAIRE des entreprises de la filiaire des Textiles d'habillement, du Linge de maison et des Chaussures (TLC)

JUILLET 2018

Sommaire

MÉTHODOLOGIE	3
SYNTHÈSE	4
EN CONCLUSION	16
RÉSULTATS DÉTAILLÉS	18





159 metteurs en marché interrogés
selon un double mode d'interview : téléphone et mail



Entretien téléphonique du 20 au 27 mars 2018



et par Internet du 4 au 26 avril 2018

L'ensemble des résultats est arrondi au nombre entier le plus proche, ce qui peut conduire à un léger écart en termes de sous-totaux (Très satisfait + Assez satisfait, sous-total Oui...).

Toutes les questions ont été triées avec la variable suivante : mise en place d'une stratégie d'économie circulaire (Question 3).

Tous les résultats sont présentés en % redressés et les bases répondants sont présentés en effectifs bruts.

Un test de significativité statistique a été implémenté pour mettre en évidence les différences statistiquement significatives de chaque type de variables de croisement par rapport aux résultats globaux.

Dès qu'une base est inférieure à 30 répondants, les résultats sont à analyser avec prudence avec ce symbole :



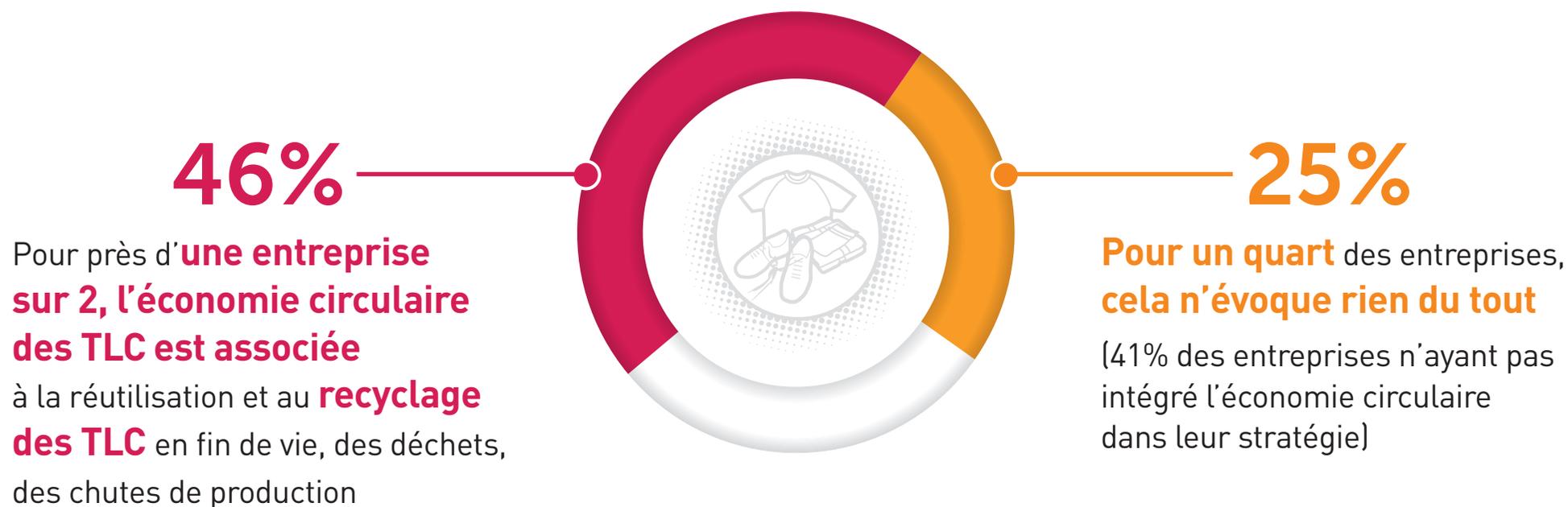
Baromètre de l'ENGAGEMENT dans l'ÉCONOMIE CIRCULAIRE
des entreprises de la filière des Textiles d'habillement,
du Linge de maison et des Chaussures (TLC)

SYNTHÈSE

La perception de la filière

La perception spontanée de l'économie circulaire dans la filière des Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures

Base Ensemble = 159 répondants

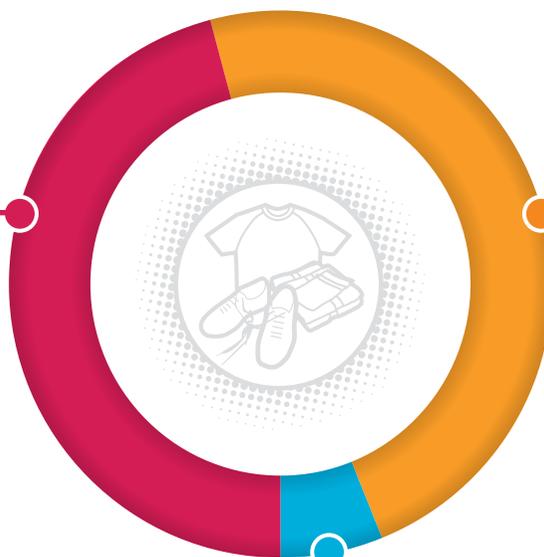


L'évolution de l'économie circulaire dans la filière des Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures depuis 2 ans :

Base Ensemble = 159 répondants

Pour **46%**,
elle émerge en douceur
et prend une place
de plus en plus visible

.....
*Les entreprises qui n'ont pas intégré
l'économie circulaire dans leur stratégie
sont plus critiques (56% à 59% pensent
qu'elle peine à trouver sa place)*
.....



Pour **48%**,
elle peine à trouver
sa place, à asseoir
son positionnement

Pour **6%**,
elle a pris un vrai
tournant

La place de l'économie circulaire au sein des entreprises en termes de stratégie



C'est le % d'entreprises interrogées
qui **ONT INTÉGRÉ L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE DANS
LEUR STRATÉGIE** à moyen et long terme.

Base Ensemble = 159 répondants

Des stratégies qui répondent à 4 objectifs principaux :



S'inscrire dans
une démarche RSE (**76%**)



Véhiculer une
meilleure image (**63%**)



Se mettre
en conformité (**58%**)



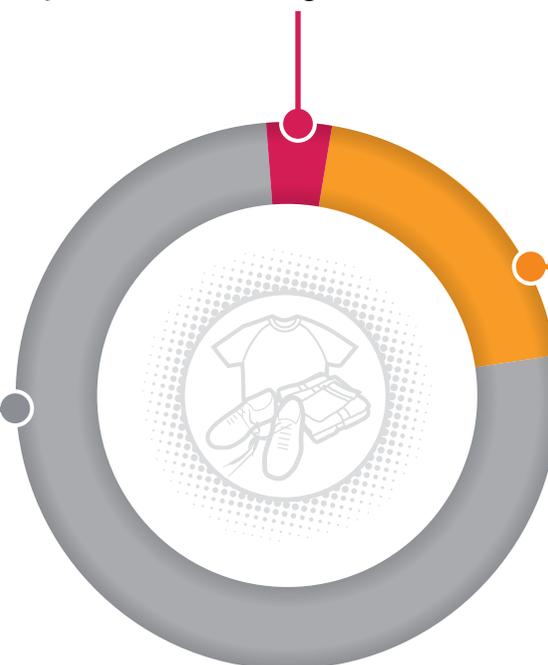
S'inscrire
dans une démarche
d'innovation (**57%**)

La place de l'économie circulaire au sein des entreprises en termes d'objectifs chiffrés

Base Ensemble = 159 répondants

“Seuls” **4%** des metteurs en marché interrogés **ont des objectifs clairement affichés et suivis régulièrement**
(8% parmi ceux ayant une stratégie d'économie circulaire)

76%
n'ont aucun objectif
et pas de projets



20%
n'ont pas d'objectifs
mais c'est en cours
d'élaboration

(39% pour les entreprises
qui ont une stratégie
d'économie circulaire)

La mise en œuvre de l'économie circulaire

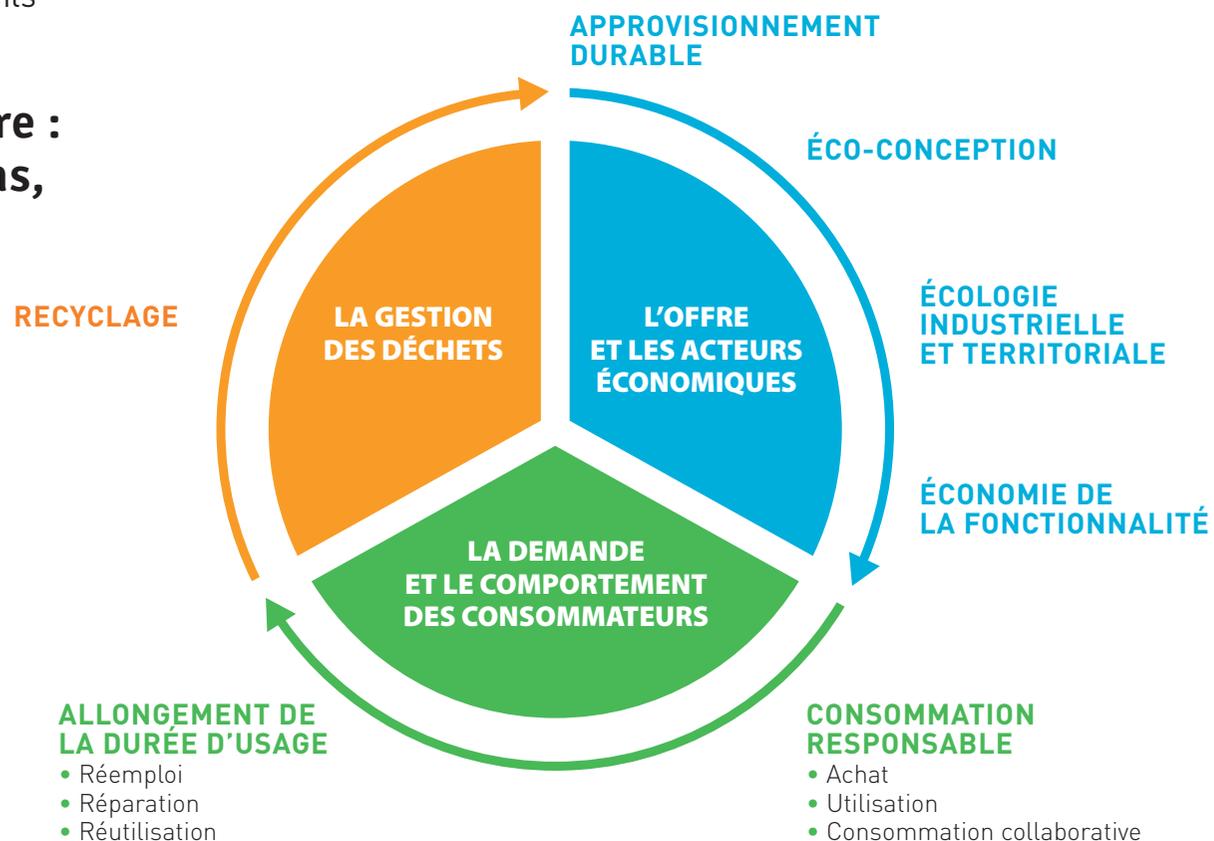
au sein des entreprises selon les composantes définies par l'ADEME

2,2 : nombre moyen d'actions relatives à l'économie circulaire mises en œuvre au sein des entreprises

Base Ensemble = 159 répondants

L'économie circulaire : 3 domaines d'actions, 7 piliers

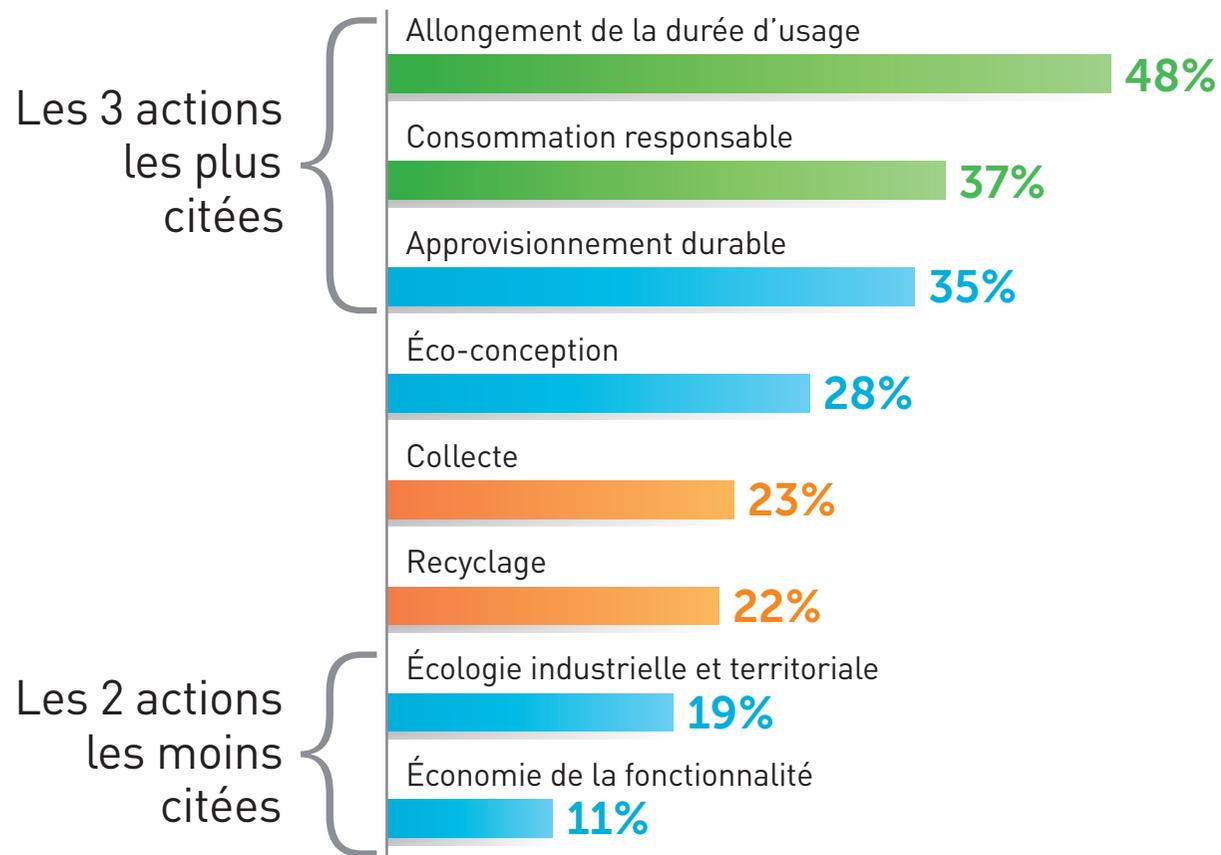
©ADEME



La mise en œuvre de l'économie circulaire au sein des entreprises
selon les composantes définies par l'ADEME (suite)

2,2 : nombre moyen d'actions relatives à l'économie circulaire mises en œuvre au sein des entreprises

Base Ensemble = 159 répondants



La mise en œuvre de l'économie circulaire au sein des entreprises selon les composantes définies par l'ADEME (suite)

Allongement de la durée d'usage



Les types d'actions citées spontanément :

PRINCIPALES ACTIONS MISES EN PLACE

- **Amélioration de la durabilité** via l'utilisation de matériaux de qualité, l'augmentation de la densité des matières (49%)
- Réparation ou **réutilisation de matières** usagées (30%)
- Mise en place d'**actions auprès de la clientèle** telles que des conseils d'entretiens, des ateliers, du troc (15%)

Approvisionnement durable



PRINCIPALES MATIÈRES UTILISÉES

- **Coton bio**, recyclé, équitable (52%)
- **Matières plastiques**, polyester (16%)
- **Laine bio**, recyclée (13%)
- **Fibres** diverses **recyclées**, bio (13%)

Éco-conception



PRINCIPALES ACTIONS MISES EN PLACE

- **Réduction des déchets** de production et des emballages (25%)
- **Utilisation de matières recyclées** et recyclables (21%)
- **Réduction de la pollution et de l'impact environnemental** liés à la production ou au transport (14%)

La mise en œuvre de l'économie circulaire au sein des entreprises selon les composantes définies par l'ADEME (suite)

Mise en œuvre de la collecte des TLC usagés



Des collectes qui sont le plus souvent...



...réalisées dans des conteneurs de collecte en libre accès
en magasin ou sur parking (**41%**)



...de manière permanente (**57%**) plutôt que ponctuelle



... sans contrepartie financière (**54%**)

Quelle visibilité pour ces actions ?

1/3 des metteurs en marché sensibilisent leurs **clients** et/ou leurs **collaborateurs**

Base Ensemble = 159 répondants / Entreprises sensibilisant leurs clients = 54 répondants

IMAGE



Positif

44%

Négatif

4%

VENTES



Positif

28%

Négatif

2%

Le **BILAN** de ces actions auprès de leurs clients et des collaborateurs est jugé **POSITIF** tant en termes d'**IMAGE** que de **VENTES**

Les autres répondants n'ont pas su s'exprimer ou bien en ont fait un bilan neutre

Les évolutions les plus importantes attendues : **LE RECYCLAGE DES TLC USAGÉS**



Au travers de la **RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT** pour le recyclage des matières (**91%** d'importance)



En se recentrant sur les **DÉBOUCHÉS** du recyclage (**88%** d'importance)

Les attentes des entreprises pour l'avenir de la filière (suite)

Il s'agit, en 1^{er} lieu, de se recentrer sur les débouchés du recyclage (80%).

Se centrer sur la Recherche et le Développement industriel pour recycler les matières

91%

Se recentrer sur les débouchés du recyclage

88%

Afficher des règles de fonctionnement claires

87%

Travailler sur une meilleure valorisation des différentes actions d'économie circulaire

85%

S'ouvrir aux initiatives des pays étrangers

80%

Élargir son cercle d'acteurs au-delà du textile et de la chaussure

71%



En conclusion

1 Un **engagement des metteurs en marché** en faveur de l'économie circulaire de la filière des Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures **lié à la taille de l'entreprise**.
À l'heure actuelle, les metteurs en marché **les plus importants sont plus engagés et plus impliqués**.

2 Mais **des objectifs restant à définir et des actions à structurer** en termes d'indicateurs clés de performance (seuls 4% en suivent) et d'actions activées (2,2 en moyenne).



En conclusion

3 Une **attente forte** de la part des metteurs en marché qui tient en un mot : **le recyclage**, plus spécifiquement la Recherche & Développement pour le recyclage des Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures et leurs débouchés.

4 Un engagement qui doit passer par l'**implication des collaborateurs** et par une **sensibilisation accrue des clients**.

5 **Des résultats à suivre dans le temps** pour apprécier les évolutions.



L'éco-organisme du textile • du linge • de la chaussure

4, cité Paradis • 75010 PARIS

Tél. 01 85 08 42 38

www.ecotlc.fr • www.lafibredutri.fr