



Club Métiers Économie circulaire et Textiles

22 juin 2023, 9h30 – 12h

ORDRE DU JOUR

RÈGLEMENTATION EUROPÉENNE, LOI AGECE, LOI CLIMAT ET RÉSILIENCE

Adèle ROUTHIAU, Responsable écoconception, Re_Fashion

QUELS POINT CLÉS POUR UNE DÉMARCHE D'ÉCOCONCEPTION RÉUSSIE ?

Adèle ROUTHIAU, Responsable écoconception, Re_Fashion

RETOUR D'EXPÉRIENCE - MULLIEZ-FLORY, ÉCOCONCEPTION DES VÊTEMENTS PROFESSIONNELS

Claire BLAIZE, Responsable Communication et Marketing, Mulliez-Flory

RETOUR D'EXPÉRIENCE - SNCF ET ARMOR, DÉMARCHE D'ÉCOCONCEPTION DES VÊTEMENTS PROFESSIONNELS

Benoît DEPOUTOT, Chef de projet Economie Circulaire, SNCF

Yannick POULIQUEN, Armor

GUIDE ORÉE ÉCOCONCEPTION DES VÊTEMENTS PROFESSIONNELS & POINT FREPI

Michel LOPEZ, Président du Club Métiers Économie circulaire et Textiles, ORÉE

- Comment mettre en place une démarche d'écoconception dans les structures qui dotent leur personnel de vêtements professionnels ?
- Comment favoriser le déploiement de l'écoconception chez les fournisseurs de vêtements professionnels ?



**Adèle ROUTHIAU, Responsable écoconception -
Re_Fashion**



Re_fashion

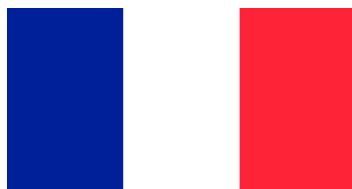
Club Métiers Textile

ORÉE

22 juin 2023

Point réglementaire

Cadre réglementaire : où en sommes-nous ?



Loi AGEC – Promulguée en février 2020

- Interdiction de détruire les invendus
En vigueur depuis le 1^{er} janvier 2022

- Signalétique Info-tri / Triman
Obligatoire depuis le 1^{er} février 2023



- Info consommateur qualités et caractéristiques environnementales
Obligatoire à partir du 1^{er} janvier 23/24/25 (selon le CA de l'entreprise et le nbre de produits vendus)

- Plan de prévention et d'éco-conception
Obligatoire depuis février 2020, à remettre à Refashion pour le 31 juillet 2023

Loi Climat et Résilience – Promulguée en Août 2021

Affichage environnemental
En cours d'expérimentation, décret d'application prévu pour fin 2023 avec une entrée en vigueur volontaire début 2024



Stratégie Textile Durable - Adoptée en mars 2022

(Communication = non contraignant)

Révision de la directive éco-conception en Règlement éco-conception

Objectif : adoption du règlement au 1^{er} semestre 2024

Thématiques : interdiction détruire invendus, durabilité, matières recyclées, passeport produit digital, etc.

Puis actes délégués (notamment sur le textile)

Directive Substantiating Green Claims

Objectif : adoption fin 2024

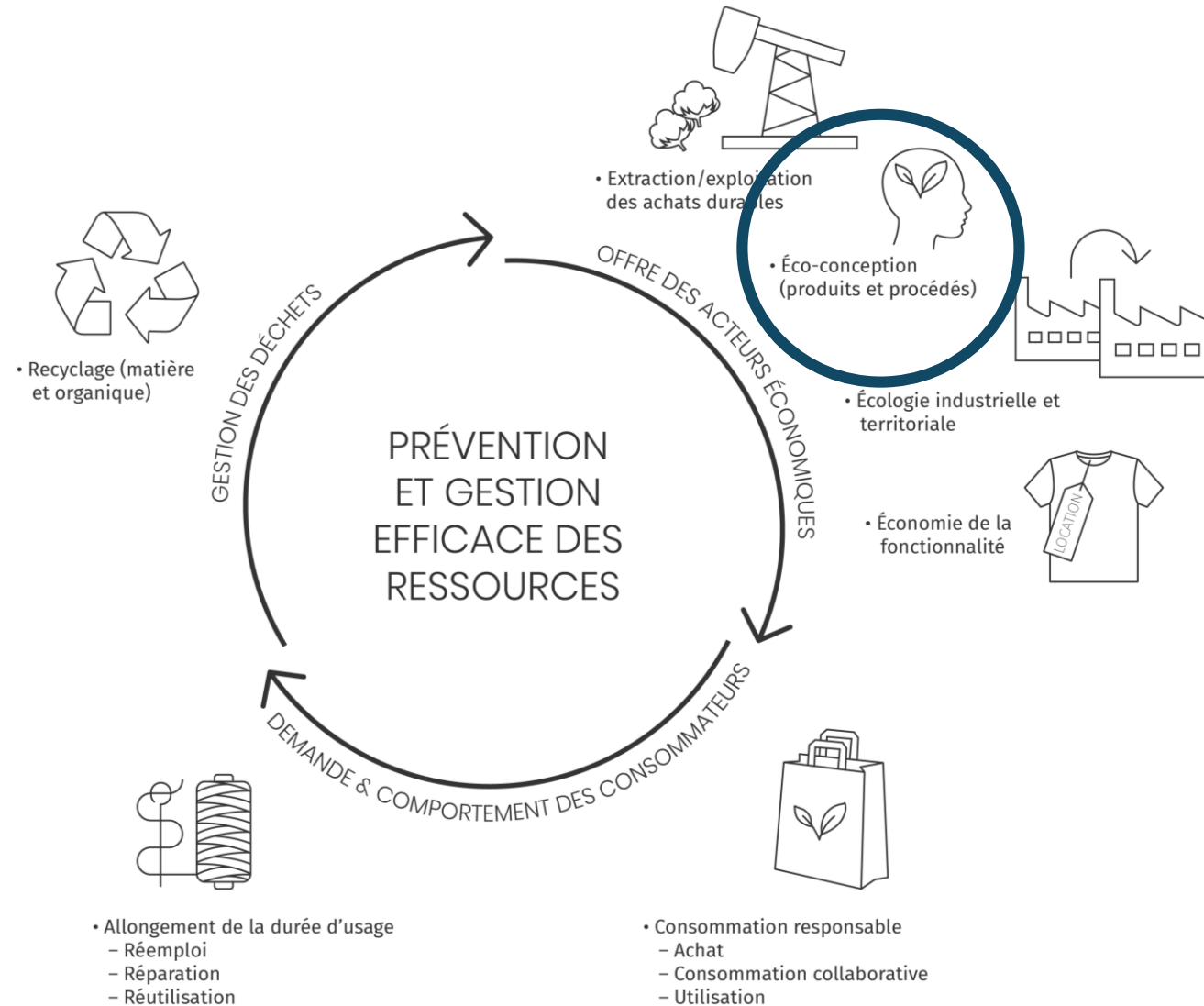
Thématiques : affichage environnemental, étayer les allégations environnementales

Nos ressources pour aller plus loin

- ✓ Page web dédiée à la Loi AGEC :
<https://refashion.fr/pro/fr/tout-savoir-sur-la-loi-agec>
- ✓ Nos replays de webinaires (général Loi AGEC, invendus, Triman, affichage environnemental, etc.) :
<https://refashion.fr/pro/fr/webinaires>
- ✓ [L'essentiel de la Loi AGEC](#)
- ✓ [FAQ](#)

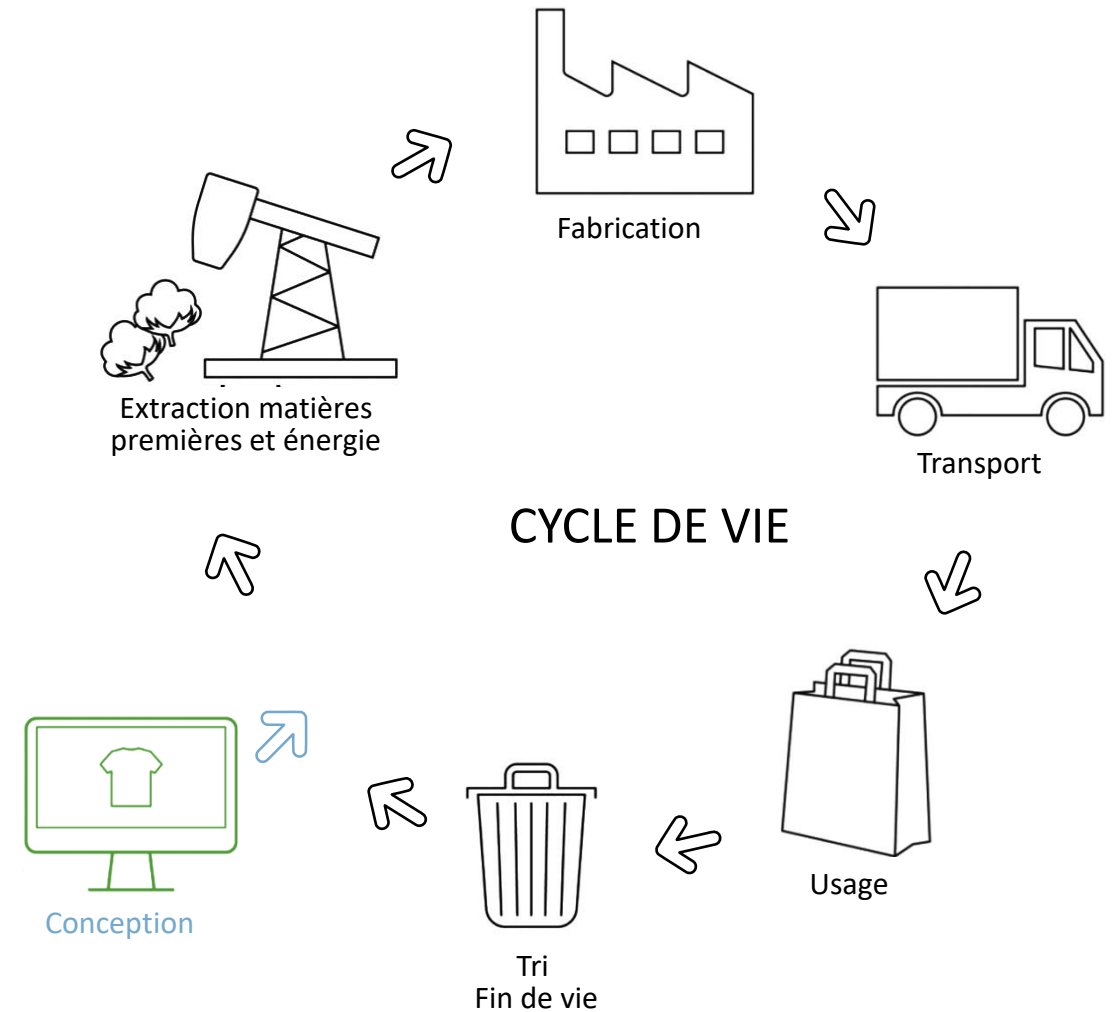
Points clés pour réussir une démarche d'éco-conception

Pilier de l'économie circulaire



Définition

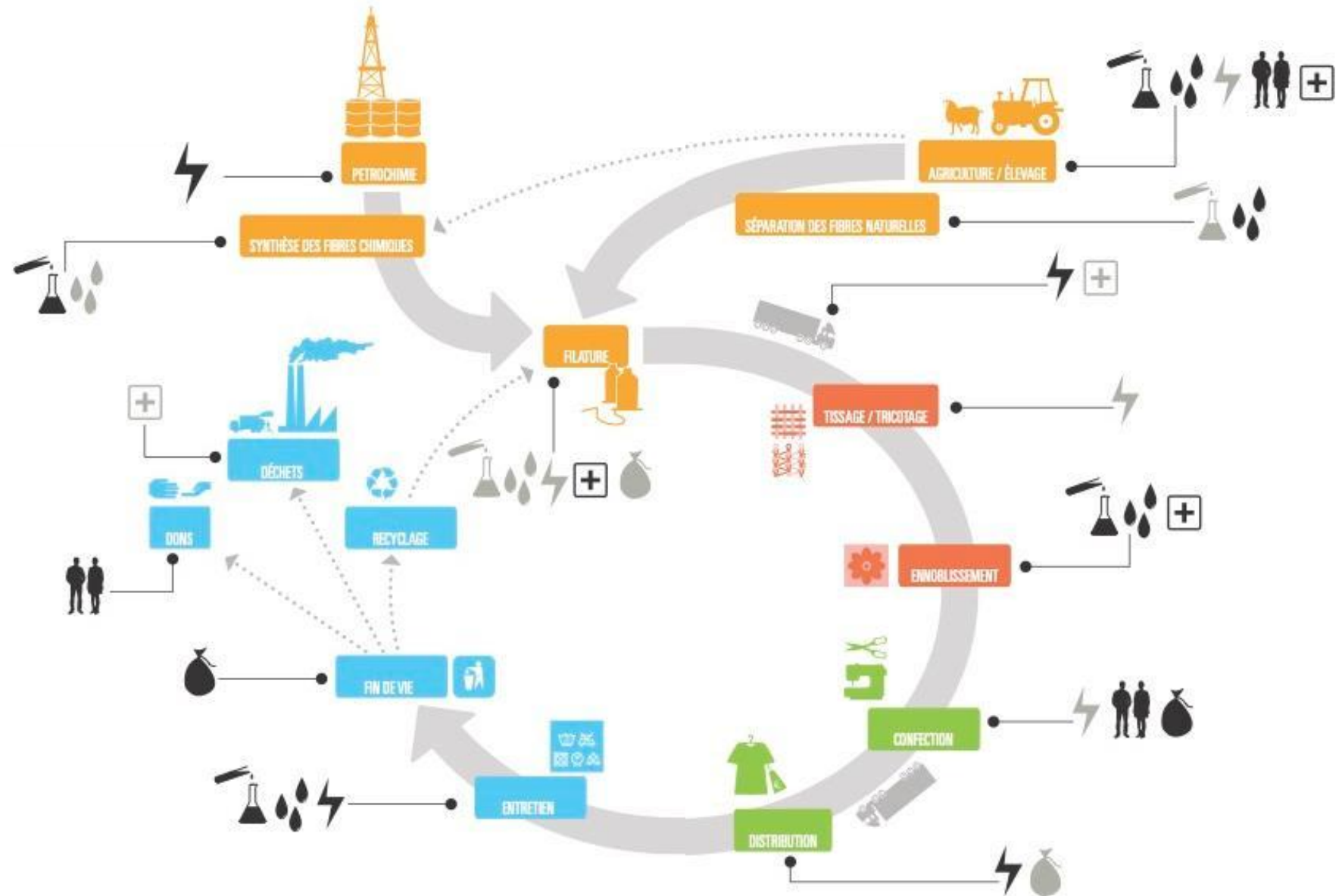
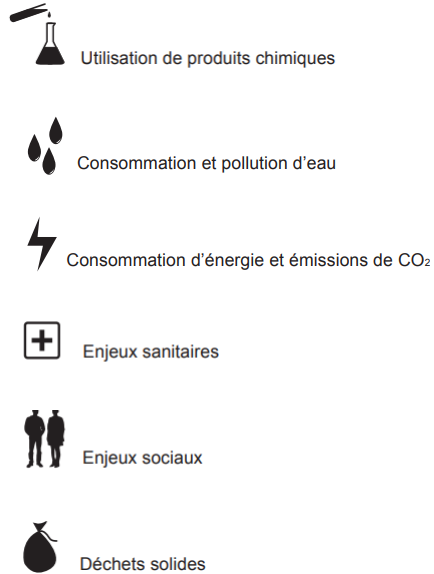
« L'éco-conception vise, dès la conception d'un procédé, d'un bien ou d'un service, à prendre en compte l'ensemble de son cycle de vie (confection, transport, entretien, fin de vie ...) pour minimiser les impacts environnementaux. »



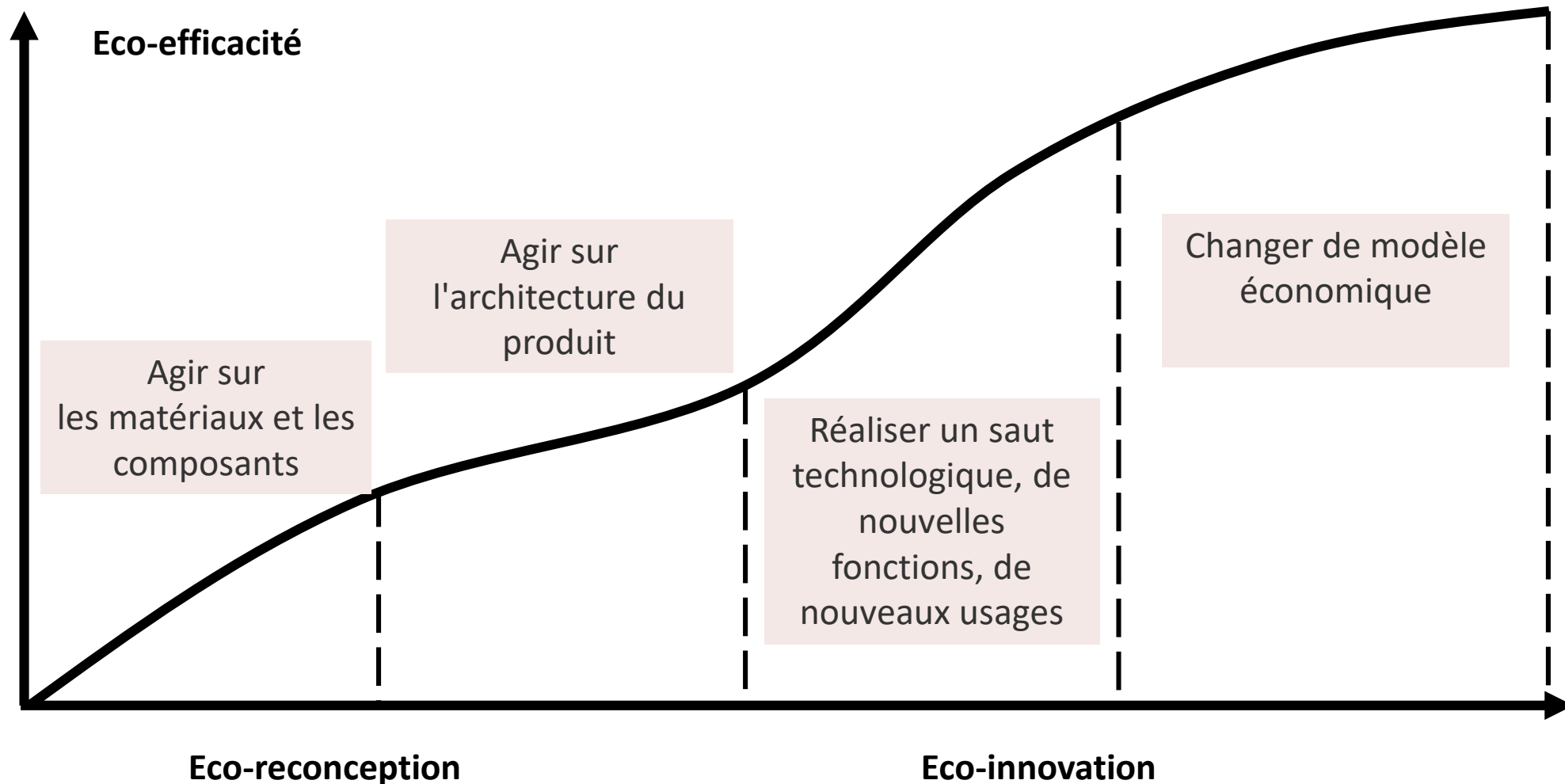
Une approche multi-étapes

Source : WWF France – Guide d'éco-conception des produits textiles habillement – 2011

... et multi-critères !



Les niveaux d'éco-conception



Structurer sa démarche

Eco-concevoir pour allonger la durée de vie		Eco-concevoir pour plus de circularité		
Eco-concevoir pour durer	Eco-concevoir pour réparer	Eco-concevoir pour faciliter le désassemblage	Eco-concevoir pour faciliter le recyclage	Eco-concevoir pour faciliter la biodégradabilité

Source : Circular Design Toolbox – Global Fashion Agenda

Faire des compromis

Identité de la marque – Offre produits - Faisabilité technique – Coûts – Temps – Attentes clients ...

Réussir sa démarche d'éco-conception

- ✓ Avoir une vision démarche et pas seulement produit : rédiger sa stratégie, faire des compromis, former les équipes internes, s'outiller, dédier un budget, etc.
- ✓ Questionner son modèle économique (linéaire VS circulaire / location / seconde main)
- ✓ Embarquer toutes les parties prenantes internes et externes : direction, équipes produit, équipe support, magasins, fournisseurs, consommateurs, etc.

Re_fashion

Pour une filière 100% circulaire



**Claire BLAIZE, Responsable Communication et
Marketing - Mulliez-Flory**

EXPERT TEXTILE PROFESSIONNEL

Mulliez-Flory

FAIRE DU TEXTILE UNE SOURCE DE FIERTE



Mulliez-Flory en chiffres



CA : 66 millions d'€
en 2022

11,6 millions de pièces
livrées par an



**230 planches
et 1650 figurines**
de styles créées



110 000 commandes
par an

2330 prototypes
créés par an



4000 personnes
en production maîtrisée
800 employés, dont 230
en France



Notre Mission

Accompagner nos clients dans toutes les problématiques textiles :

- Le style
- La confection
- Le stockage
- La livraison
- La sécurité
- La communication
- Le développement durable
- L'innovation
- Le recyclage



« FAIRE DU TEXTILE UNE SOURCE DE FIERTÉ »



1. Compréhension de le fin de vie des produits: comment je construis pour plus facilement recycler

10 ans de travail et de réflexion



2. Compréhension des éléments impactants dans la construction d'un vêtement: tissu, lieu de production...



L'impact environnemental des T-shirts **Norauto**

ECONOMIES RÉALISÉES PAR KG



6,717
litres d'eau



10 kg
de CO2



23 bouteilles
plastiques



0,5 kg
de produits
chimiques



25 kwh



0,5 kg
de déchets
textiles

2. Compréhension des éléments impactants dans la construction d'un vêtement: tissu, lieu de production...

Création de Renaissance textile



+ de 400 ans d'histoire

Savoir-faire industriel textile
(filature, tissage, confection)

Vêtement professionnel
Vêtement & Textile Santé
Prêt à porter
Packaging

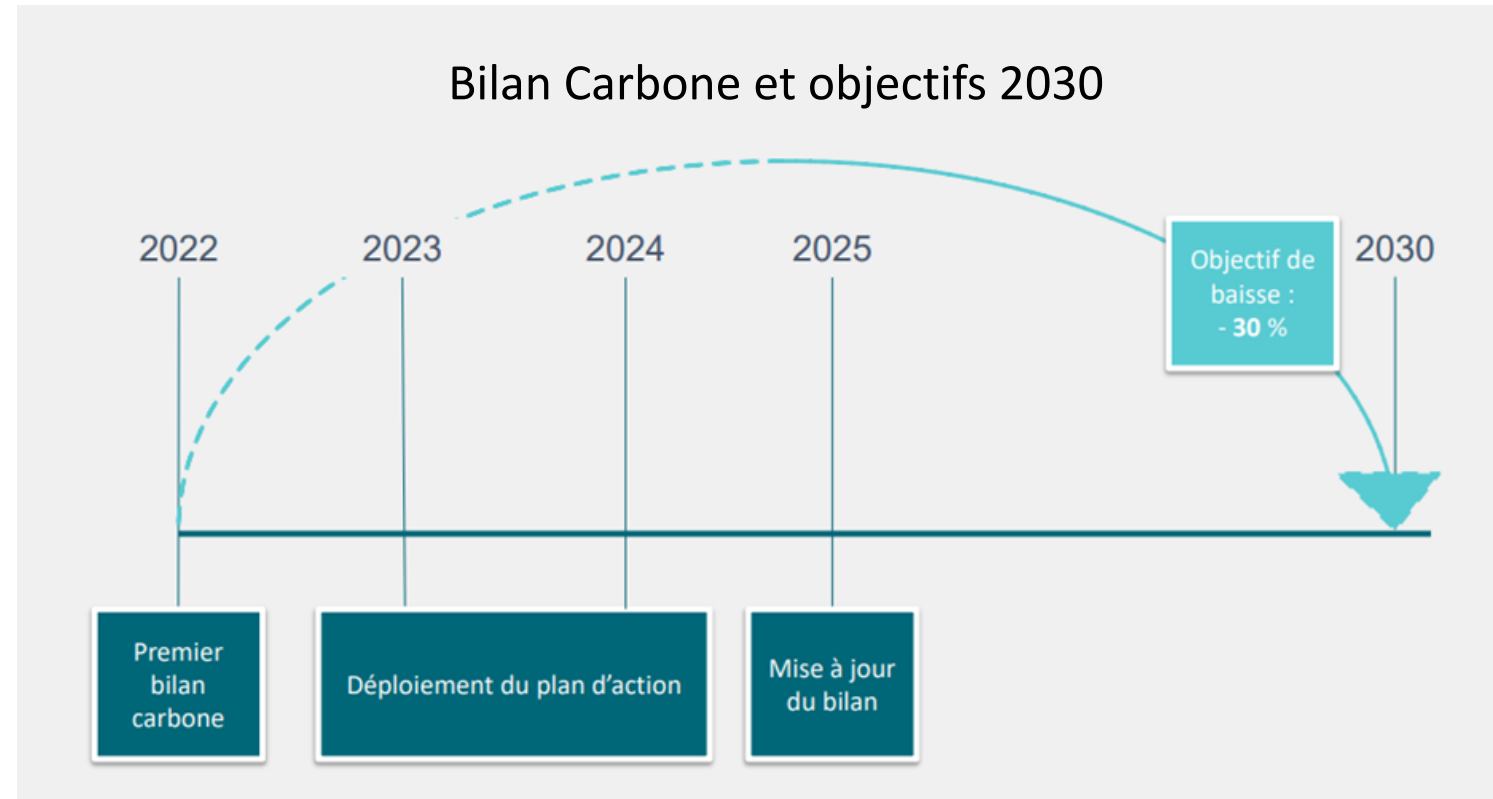
Engagement RSE
Valeurs partagées



- Une usine de 12000m2
- 3 000 tonnes pour commencer
- **12 000 tonnes prévues d'ici 4 ans**

La production de fibres permettra la création de
42 millions de vêtements par an

2. Compréhension des éléments impactants dans la construction d'un vêtement: tissu, lieu de production...



MATIÈRES PREMIÈRES
Acheter des matières premières bas carbone



FABRICATION
S'orienter vers des lieux de fabrication européens



EMBALLAGES
Réduire ses emballages



Diminuer les consommations énergétiques en Tunisie

-30% d'ici 2030



Diminuer les consommations énergétiques en France

-30% d'ici 2030



Promouvoir le covoiturage pour les trajets domicile-travail

100% du personnel concerné d'ici 2030



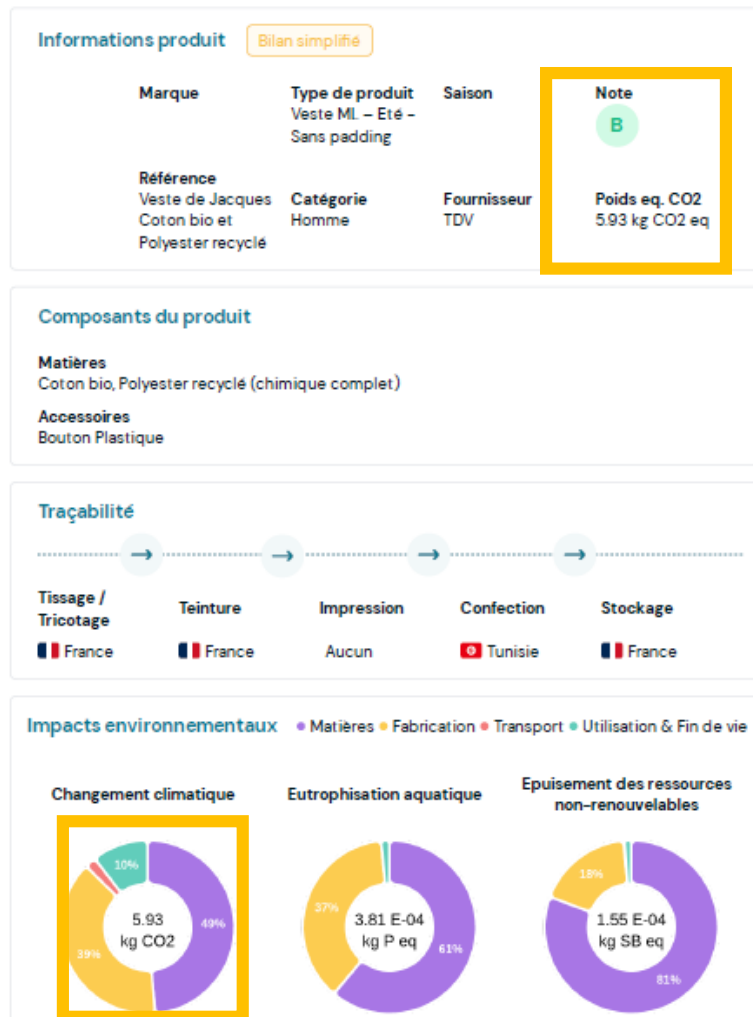
2. Compréhension des éléments impactants dans la construction d'un vêtement: tissu, lieu de production...

Calculer pour mieux agir

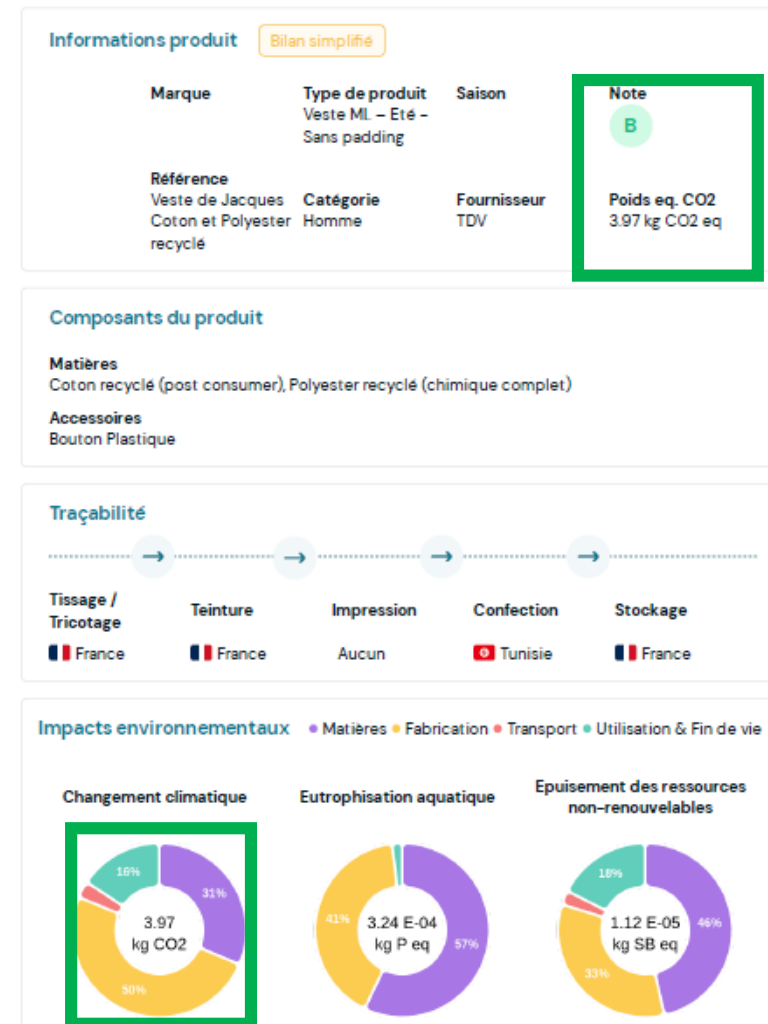
Coton/polyester conventionnel



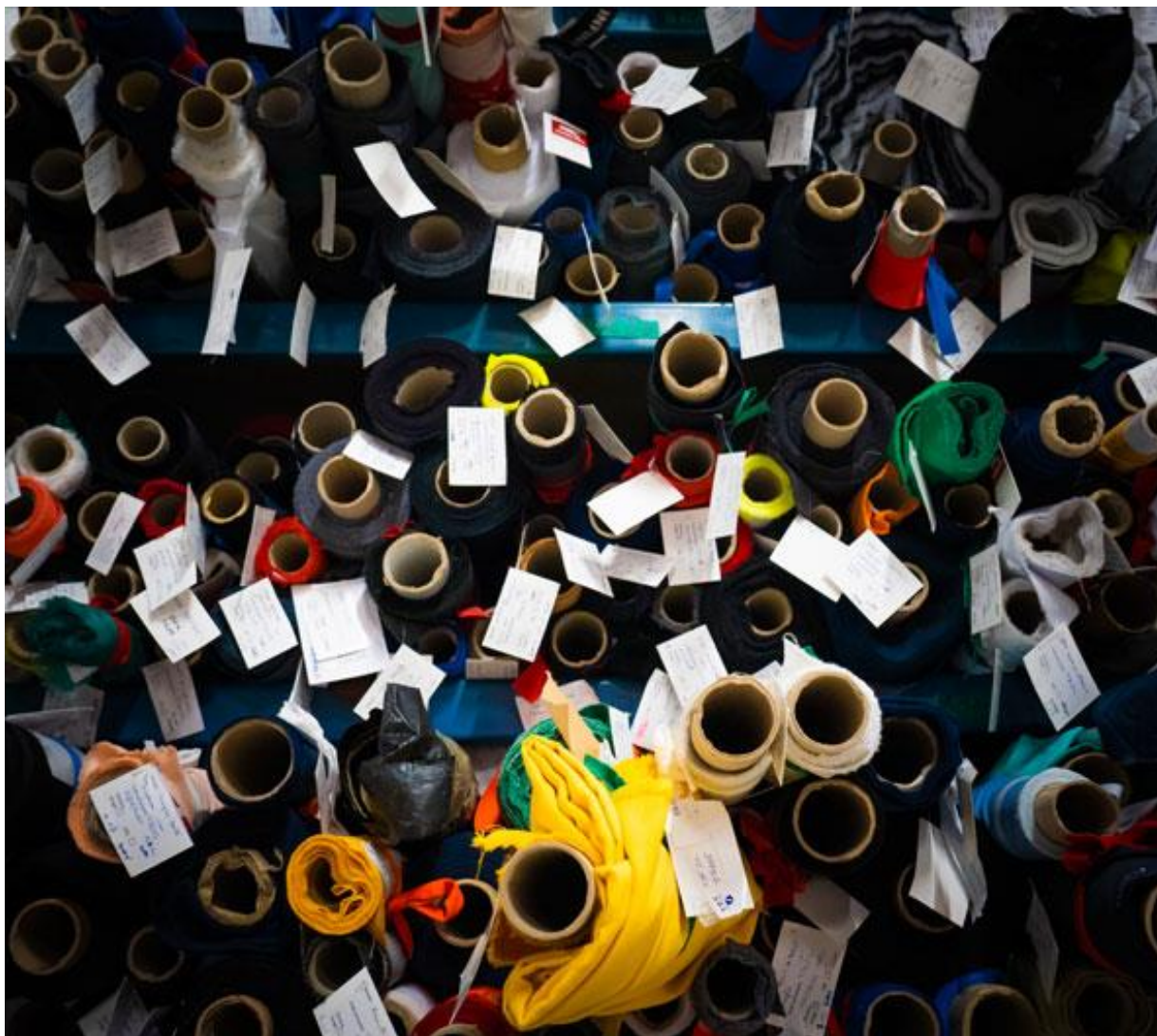
Coton bio/Polyester recyclé



Coton recyclé/Polyester recyclé



3. Rationalisation: réduire les stocks dormants tissus et produits finis



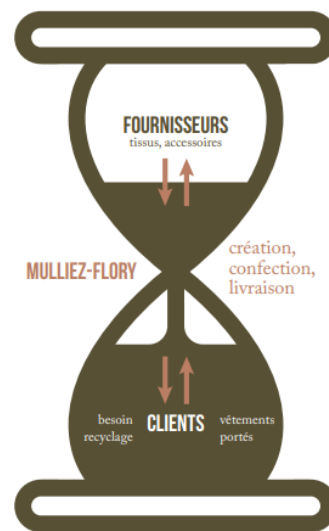
4. Embarquer tous les collaborateurs (formation, compréhension...)

Comment créer un vêtement ayant le moins d'impact possible sur l'environnement, durable dans le temps malgré les lavages répétés, et facilement recyclable une fois arrivé en fin de vie?

Comment accompagner nos clients vers une meilleure définition de leur collection en privilégiant les pièces les plus utiles, en **rationalisant les gammes** et en **évitant de sur stocker** pour **éviter de jeter des articles neufs**?

Le guide d'éco-conception créé par le groupe permet une meilleure prise en compte de ces questions en interne.

Toute la chaîne de valeurs du groupe a son rôle à jouer dans une meilleure prise en compte du cycle de vie du produit de sa création, à sa livraison jusqu'à son démantèlement.



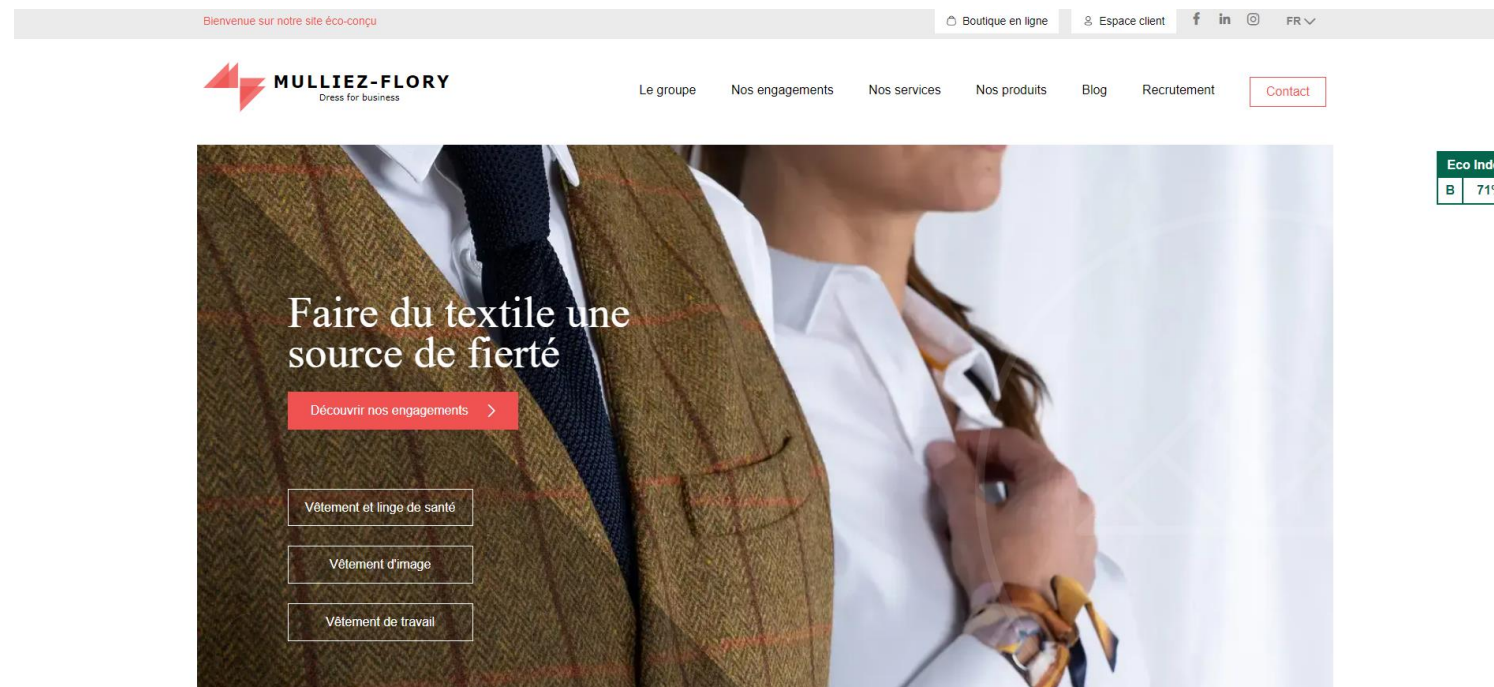
5. Être cohérent et communiquer

En externe

- Affichage environnemental
- Aide à la sensibilisation auprès de nos clients

Au sein du groupe

- Cohérent sur tous les niveaux de la chaîne
- Une communication apportant du sens



- 1.Compréhension de le fin de vie des produits**
- 2.Compréhension des éléments impactants dans la construction d'un vêtement**
- 3.Rationalisation**
- 4.Embarquer tous les collaborateurs**
- 5.Être cohérent et communiquer**



**Benoît DEPOUTOT, Chef de projet Economie Circulaire –
SNCF
Yannick POULIQUEN - Armor**

• RETOUR D'EXPÉRIENCE

Mettre en place une démarche d'écoconception des vêtements, en embarquant ses fournisseurs

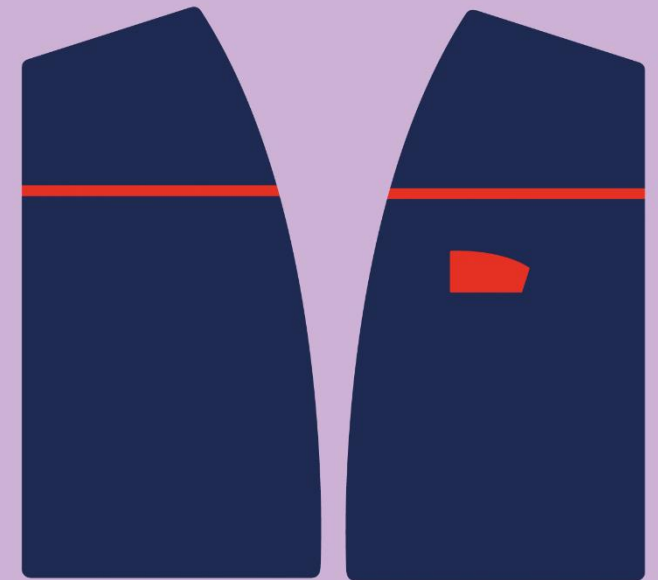
Armor·lux

GROUPE  SNCF

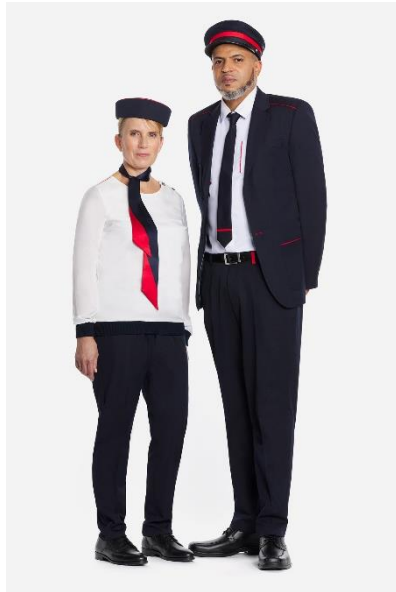
Les tenues professionnelles

Un volume important à renouveler chaque année et un symbole fort

- + de 24 000 agents au contact de la clientèle
- **250 000 pièces usagées**, retirées de la circulation après un certain nombre de lavages en conformité avec la réglementation/ sécurité/ santé au travail
- Des vêtements qui véhiculent l'image de la SNCF
- Des vêtements qui ne peuvent être collectés dans les bacs de la filière textile grand public



Exemples de tenues SNCF



Définition :

L'éco-conception consiste à intégrer la protection de l'environnement dès la conception des biens. Elle a pour objectif de réduire les impacts environnementaux des produits et services **tout au long de leur cycle de vie** :



Objectif :

Limiter l'impact environnemental des tenues tout au long du cycle de vie

1. Choix d'un fournisseur répondant à des critères ambitieux en terme d'écoconception des vêtements
2. Organisation de la collecte des vêtements usagés
3. Appui à la création d'une filière de recyclage française

1- Choix d'un fournisseur répondant à des critères ambitieux en terme d'écoconception des vêtements

Les critères du cahier des charges

Le poids de la note RSE dans l'appel d'offres est de 20% de la note globale, dont 16% pour des critères liés à l'écoconception des produits et du service associé

Contribution à l'éco-conception & la recyclabilité
Choix des matières et écoconception
Matières bio, recyclées et/ou recyclables : respect de la production de deux références en matière recyclée et a minima une référence dans la sous-famille « Coiffe »
Proposition en terme d'éco-conception (à minima pour la Parka) : mono matière, points durs, matière des fournitures...
Intégration de la notion d'éco-conception dans le reste de la gamme
Mise en place d'un plan de progrès afin d'améliorer la durabilité (fiche matière) et la recyclabilité des produits en cours de marché

Qualité du coton
Précise si le coton utilisé dans son offre est de qualité biologique , en totalité ou en partie (préciser la part), est ou non transgénique,
Préconise une alternative au coton, le cas échéant,
Fournit tout élément d'information ou certificat permettant d'attester sa conformité sur les informations qu'il communiquera : label EcoCert, Skal, etc. (ou équivalent).

Les critères du cahier des charges

Gestion logistique et impacts environnementaux
Environnement et traitement des eaux de rejet (ennoblissement)
Présentation du dispositif de traitement des eaux usées
Présentation du dispositif de stockage et d'élimination des déchets dangereux
Traçabilité et sécurité d'approvisionnement
fournir la traçabilité de la chaine de production , a minima sur les étapes majeures d'approvisionnement et de production,
À mettre à jour ces données pendant toute la durée du marché

Gestion des emballages
Présentation de la politique de gestion responsable des emballages
Empreinte Carbone
Estimation de la quantité de CO2 lié au transport des produits (amont et aval de tous les produits de la collection)
Profondeur de la filière : limiter le nombre d'intermédiaires et ainsi éviter le nombre de km parcourus

Les critères du cahier des charges

Traitement des produits en fin de vie
Gestion/ élimination des vêtements en fin de vie
Organisation logistique pour récupérer et valoriser les vêtements de la Tenue Image (ancienne et nouvelle collection) lorsqu'elle sera en fin de vie,
Solutions en matière de filière de traitement des vêtements en fin de vie .

Armor·lux



WEBINAIRE Orée
22 Juin 2023

- | | | |
|----|-------------------------------|---------------|
| 1. | L'entreprise | Page 3 |
| 2. | Le contrat d'habillement SNCF | Page 7 |

1. L'entreprise

1.1 Chiffres clefs



85
Ans
d'existence



3
Usines
en France



600
Salariés



5 000 000
de produits vendus
chaque année



90
Boutiques



Des ventes e-commerce
en forte croissance

Chiffre d'Affaires

40%
Vêtements
Professionnels



60%
Vêtements
Grand public
dont **14%** e-commerce

1. L'entreprise

1.2 Principaux savoir-faire

Armor·lux

1. L'entreprise

1.3 Engagements RSE

► Nos principaux engagements



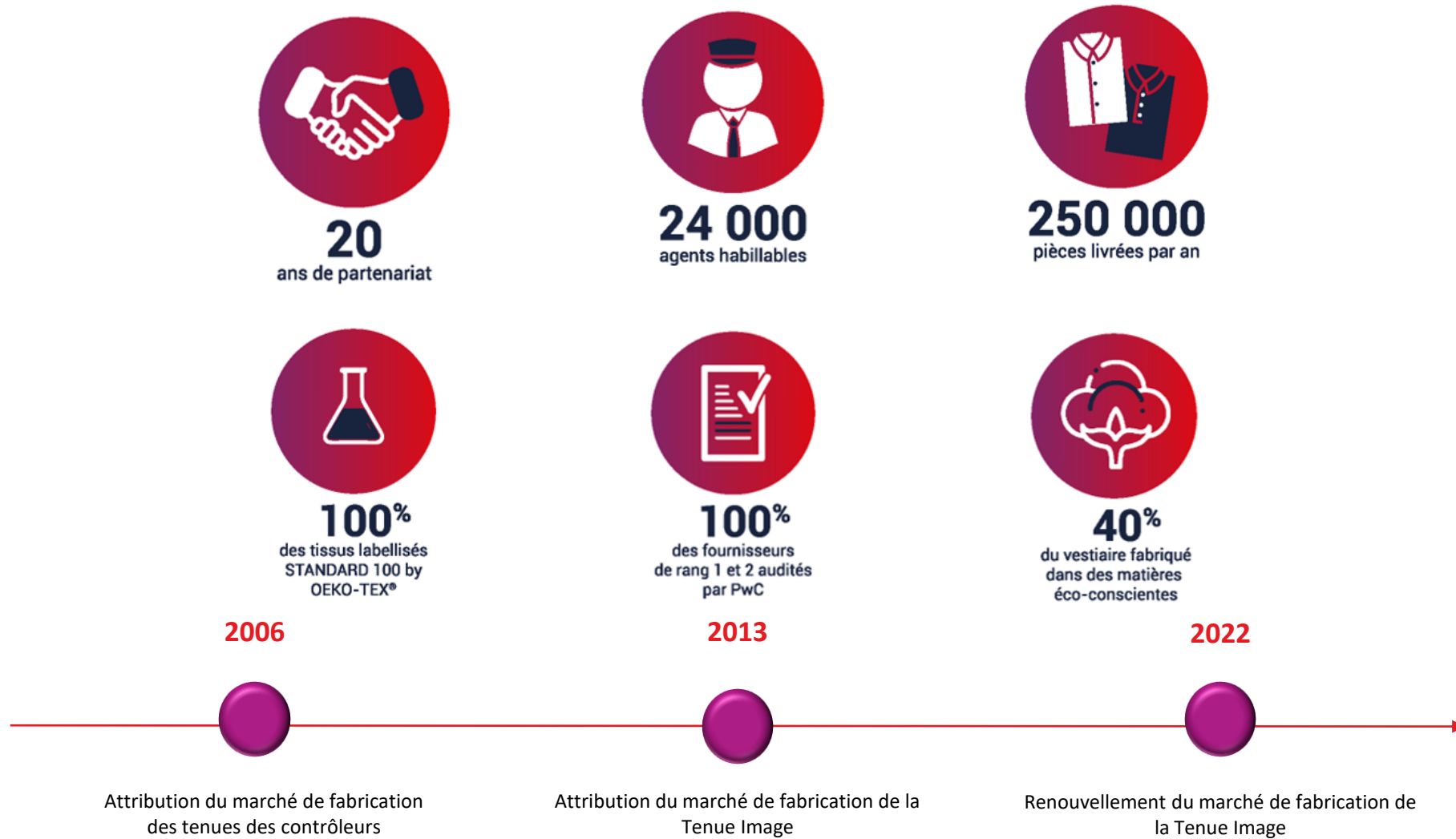
► Nos principaux labels et certifications



- | | | |
|----|--------------------------------------|---------------|
| 1. | L'entreprise | Page 3 |
| 2. | Le contrat d'habillement SNCF | Page 7 |

2. Le contrat d'habillement SNCF

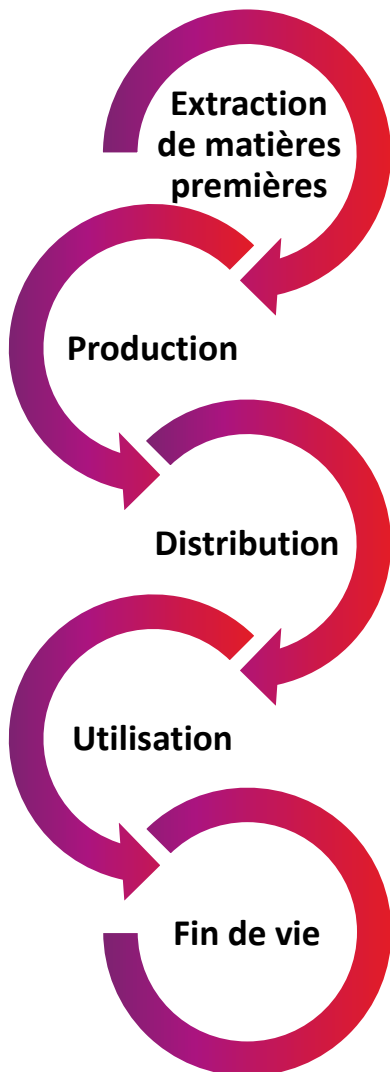
2.1 Chiffres clefs



2. Le contrat d'habillement SNCF

2.2 Eco-conception de la tenue

ETAPES DU CYCLE DE VIE



ACTIONS MISES EN ŒUVRE SUR LA TENUE SNCF

UN CHOIX DE MATIERES ECO-CONSCIENTES POUR 40% DU VESTIAIRE

- Polyester recyclé ;
- Coton bio, recyclé, ou alternatives au coton.

BAISSE DES EMISSIONS DE CO2

- Une part encore plus importante des productions en France et dans le bassin Euromed. Accompagnement de SNCF dans sa volonté d'alléger son impact climatique (- 30% de GES émis par les activités de transport d'ici 2030).

REDUCTION DES EMBALLAGES

- Plan de progrès ambitieux pour limiter la consommation de sachets plastiques à usage unique.

AUGMENTATION DE LA DUREE DE VIE DES PRODUITS

- Amélioration des solidités coloris, approuvés par des tests en laboratoire et au porté.

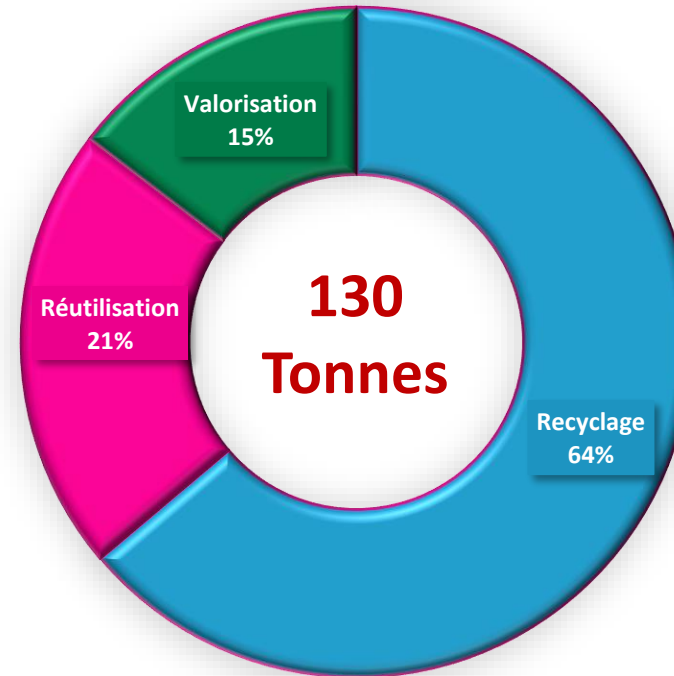
FACILITER LA SECONDE VIE DU PRODUIT

- Composition de fournitures basées sur la composition du produit, limitation des points durs, marquages limités.

2. Le contrat d'habillement SNCF

2.3 Bilan de la valorisation des tenues SNCF en fin de vie

- ▶ 130 Tonnes de vêtements collectés et valorisés avec SNCF depuis le début de la collaboration avec SNCF



2- Organisation de la collecte des vêtements usagés

OBJECTIFS

Sûreté : empêcher toute utilisation malveillante de la tenue professionnelle

Image : empêcher le risque image et éviter que les tenues ne soient portées de manière inappropriée.

Démarche éco-responsable : favoriser la valorisation des vêtements usagés et réduire les déchets.

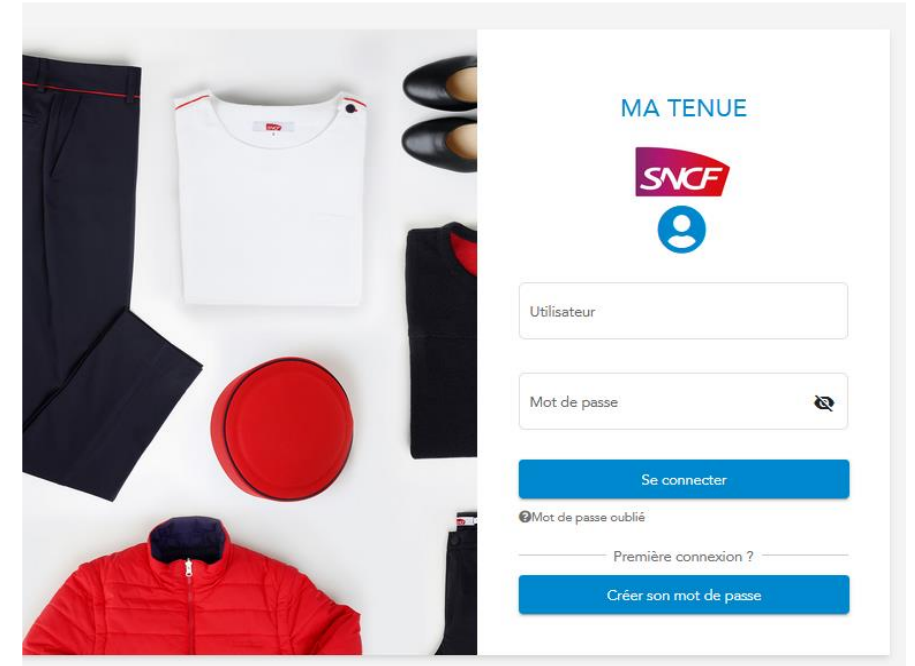
L'ORGANISATION

LES SITES SNCF

- Campagne annuelle d'environ 3 mois
- Tous les produits de la tenue commerciale sont concernés par la collecte, sauf les chaussures, les ceintures, les gants et la bagagerie
- Environ 80 points de collectes répartis sur le territoire
- Activités :
TER / TGV / Transilien / Intercités / Gares & Connexions

LE SITE INTERNET

- Le dispositif de collecte s'appuie sur la logistique Armor-Lux
- Le site <https://tenues.sncf.fr> permet de commander les contenants nécessaires à la collecte sur le périmètre et de déclencher des enlèvements (ramassages par un transporteur)



PROCESS

- Choisir les contenants adaptés (carton individuel, carton-palette)
- Estimer les besoins de contenants
- Commander les besoins en contenants
- Passation de la commande
- Déclencher l'enlèvement (à l'initiative de l'établissement)



Que deviennent les vêtements collectés ,

La filière de recyclage : Nouvelles Fibres

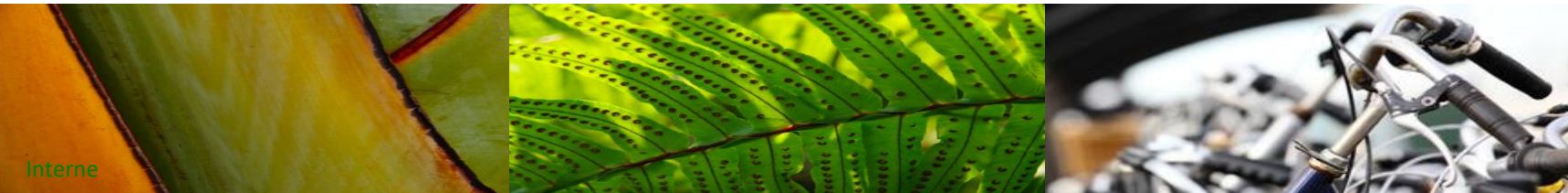




Michel LOPEZ, Président du Club Métiers ORÉE
Économie Circulaire et Textiles

LE TOUR DE TABLE A DATE

- Les structures déjà engagées à date :
- Bouygues ; La Poste ; SNCF ; GRDF ; ESF ; RG Group ; Armor ; Betrancourt ; Mulliez-Flory ; Cepovett ; ADEME ; Ministère de l'Intérieur ; Vinci ; Veolia ; Coverguard ; Epi ;
- Les discussions en cours : ONF ; ADP ; Eiffage ; T2S
- Planning :
 - D'ici fin juin 2023 : Rassembler les partenaires et le budget,
 - Envoyer une lettre d'engagement à chaque partenaire,
 - Été : préparation du dossier ORMAT pour l'Ademe,
 - Sept/Déc. 2023 : Rédaction du cahier des charges des tests,
 - Janvier 2024 : désignation des laboratoires de tests
 - Janvier à juin 2024 : campagne de tests
 - Septembre à novembre : écriture du rapport
 - Fin d'année 2024 : clôture et présentation des résultats



FREPI

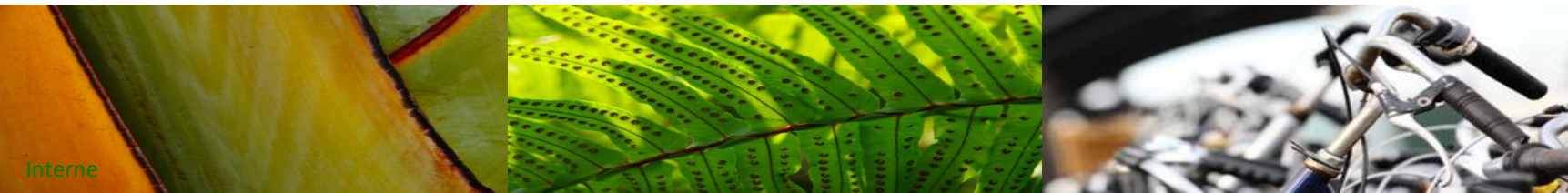
FILIÈRE DE RECYCLAGE DES EQUIPEMENTS
DE PROTECTION INDIVIDUELS
CIBLE : TENUES HAUTE VISIBILITÉ T H V

Contacts Orée :

Juliette ALLIONE : allione@oree.org

Sylvie FOURN : fourn@oree.org

Michel LOPEZ : michel.lopez@itech.fr





Merci pour votre participation !

Prochaine session :

Le 17 octobre, au matin – en visioconférence



Merci pour votre participation !

Prochain événement :

Terrasse Party - le mardi 4 juillet à partir de 18h -

42 Rue du Faubourg Poissonnière, 75010 Paris