



World Forum for a Responsible Economy

12^e édition 2018

Atelier

**Textile et économie circulaire, de
nouvelles perspectives pour les
territoires**

Lille, le 17 octobre 2018





Participants

Pauline PAQUIER, Réseau Alliances

Isabelle CORNU ANTON, IDKIDS

Léa DHÉLIN et Mathilde MANYA, Green is the New Black

Anna BALEZ, Tale me

Jeanne MEILLIER, UpTex

Pauline PAQUIER

Les différents intervenants apporteront leur témoignage. Jeanne sera notre grand témoin.

Jeanne MEILLIER

La mission du pôle de compétitivité UpTex est d'accompagner les entreprises du textile dans le domaine de l'innovation.

Nous accompagnons un projet d'économie circulaire dans le cadre des fonds européens, France, Wallonie, Flandre. Les objectifs de ce projet sont de réduire les déchets textiles et d'identifier des solutions d'écoconception. Nous avons commencé à monter des chaînes de valeur, à partir de chutes de coton, de coton en fin de vie et de chutes de polyester, en vue de proposer des textiles professionnels. D'autres chaînes de valeur devraient être mises en place.

Isabelle CORNU ANTON

IDKIDS est une communauté de marques, bénéfiques et militantes, au service de l'enfant. L'homme génère par an 2,5 tonnes de déchets. En France, 600 000 tonnes de textiles sont mises sur le marché. Seulement 25 à 30 % des tonnes sont collectées.

Le Groupe est engagé dans le développement durable, depuis toujours. Nos valeurs sont les suivantes : le respect, le partage et le progrès.

L'économie circulaire propose de repenser nos modes de production et de consommation afin d'optimiser l'utilisation des ressources naturelles et de limiter les déchets.

Notre première ressource est le coton, produit dans des pays lointains. Compte tenu de la forte croissance de la population, se posera la question de l'accès à la ressource. Les pays devront choisir entre nourrir la population ou continuer à exporter du coton. Le prix du coton risque ainsi de s'envoler.

La culture conventionnelle du coton est très impactante sur l'environnement. Le textile utilise beaucoup de pesticides. Il consomme beaucoup d'eau. Le stress hydrique est déjà important dans les pays producteurs de coton.

Nous constatons en outre une demande croissante pour les produits locaux.

Par ailleurs, nous devons intégrer les défis sociaux du territoire. Nous faisons face à des enjeux d'emploi. Notre siège historique est implanté à Roubaix (certains quartiers de cette ville affichent un taux de chômage de 40 %).

Comment construire un projet qui intègre l'ensemble de ces enjeux ?

Nous avons examiné l'état de l'art du marché en matière de recyclage du coton. Nous avons défini le projet Cotton-Up. Notre objectif est de récupérer des textiles usagés, auprès des



collecteurs trieurs, afin de pouvoir produire du fil. Des solutions technologiques ont été identifiées afin d'obtenir une longueur de fibre suffisante. La semaine dernière, nous avons réussi à produire du fil.

Par ailleurs, nous devons faire en sorte que les collecteurs-trieurs puissent sélectionner les textiles usagés de manière automatique. Des recherches sont réalisées à ce sujet. Pour que ce projet soit pérenne, nous devons réussir à limiter le coût de production de fil.

Nos objectifs sont les suivants :

- diminuer significativement le coût du recyclage ;
- réduire les émissions de CO2 ;
- réduire la consommation d'eau ;
- réduire les textiles mis en décharge ;
- générer un impact positif sur l'emploi local...

Nous menons d'autres projets au service de l'économie circulaire.

Jeanne MEILLIER

Ce projet est vertueux. Il intègre de plus une approche sociale.

Il existe encore un verrou technologique, mais des travaux sont menés sur l'automatisation du tri. Par ailleurs, il conviendra d'examiner la manière de valoriser les textiles qui ne sont pas sélectionnés pour la production du fil. Nous devons travailler avec l'ensemble des acteurs, afin d'identifier davantage de débouchés pour les collecteurs trieurs et afin que le modèle économique proposé soit intéressant.

En outre, il convient de repenser en amont la conception des produits, afin de favoriser les produits mono-matière, plus aisés à recycler.

Léa DHÉLIN

Mathilde et moi-même sommes des étudiantes de l'IESEG.

Nous avons constaté que l'industrie textile est la deuxième industrie la plus polluante. Nous avons décidé de consacrer notre année de césure à la découverte d'autres manières de produire.

Nous sommes parties en Asie pendant six mois, à la rencontre d'une cinquantaine de producteurs. Nous avons réalisé des études de cas.

Mathilde MANYA

Nos objectifs étaient les suivants :

- sensibiliser les consommateurs ;
- inspirer les producteurs pour la mise en œuvre d'un modèle de développement durable ;
- relier les différents producteurs.



Léa DHÉLIN

Nous avons rencontré un Indien, qui a construit une usine responsable, dans le respect de la nature et des hommes.

Mathilde MANYA

Cette usine a trois types d'approvisionnement :

- le coton biologique, produit par des fermiers locaux ;
- de vieux draps en coton, venus d'Europe ;
- des bouteilles en plastique (le polyester est recyclé).

Les chutes de coton sont utilisées pour produire des cartons et des cartes de visite.

Léa DHÉLIN

L'utilisation de matières bio ou recyclées permet de réduire l'impact sur l'environnement. Par ailleurs, l'usine ne produit pas de déchets. En outre, l'eau utilisée est traitée avant d'être rejetée. La société indienne souhaite avoir un impact écologique positif, à travers la plantation d'arbres.

Mathilde MANYA

L'usine a aussi une dimension sociale. 10 % des profits de l'usine sont reversés aux fermiers qui cultivent le coton. L'éducation est favorisée. Le salaire versé est supérieur au salaire moyen de l'Inde. En outre, l'entrepreneur a créé un partenariat avec une ONG, en vue de proposer des cours de finance, une sensibilisation sur la santé, ainsi qu'une sensibilisation sur la sécurité.

Léa DHÉLIN

L'usine, âgée de cinq ans, est rentable depuis deux ans. Elle emploie 272 personnes et travaille avec 3 800 fermiers.

L'usine recherche de nouveaux clients, dans la mesure où ses capacités de production ne sont pour l'instant utilisées qu'à hauteur de 60 %.

Mathilde MANYA

Nous avons rencontré Thao, une Vietnamienne, qui insiste sur le rôle des entreprises dans la transition vers le développement durable.

L'interview de Thao est projetée.

De la salle

Le principe d'importation de draps européens n'est-il pas absurde ?

Jeanne MEILLIER

Non. Les déchets qui ne sont pas utilisés en France sont de toute façon envoyés en Inde.

De la salle

Les consommateurs devraient être éduqués afin d'accepter de payer plus cher des produits éthiques.



Isabelle CORNU ANTON

La valeur du travail n'est pas prise en compte. L'humain ne se respecte pas.

De la salle

Quelle est la part du coût de la matière dans le coût du produit fini ? L'éthique pourrait tout à fait être mise en avant afin d'inciter les consommateurs à payer plus cher les produits concernés.

Isabelle CORNU ANTON

Chez du Pareil Au Même, le coût de la main-d'œuvre représente la moitié du prix de revient ; le coût des matières, l'autre moitié.

Jeanne MEILLIER

Nous devons réveiller les consciences des consommateurs.

Anna BALEZ

J'ai créé Tale me il y a quatre ans. Nous avons créé un marché. Nous avons en effet proposé la location de vêtements pour enfants et futures mamans. Désormais, le marché de location de vêtements se développe. Grâce à la location, les personnes peuvent souvent changer de vêtements, tout en limitant les impacts environnementaux. Les vêtements que nous louons sont fabriqués localement. La plupart des vêtements sont en coton biologique.

J'ai récemment quitté Tale me, mais je continue à porter le message de cette entreprise. J'ai créé une nouvelle entreprise *no honor*, dans le domaine de la logistique. De grandes marques considèrent qu'elles doivent changer de business model, compte tenu des nouveaux besoins de la génération Z. Certaines sont prêtes à permettre à de petites entreprises de mettre en location leurs produits. De très beaux partenariats sont en train d'être noués.

De la salle

Je m'interroge sur la durée de vie des vêtements pour les enfants. En effet, certains vêtements sont usagés après qu'ils aient été portés deux ou trois fois.

Jeanne MEILLIER

Les produits proposés à la location sont nécessairement des produits écoconçus.

Anna BALEZ

Nous sélectionnons des produits résistants.

De la salle

Même si les produits sont résistants, ils peuvent être tachés.

Anna BALEZ

3 % seulement du stock est revenu taché.

De la salle

Les produits sont-ils loués sur internet ?



Anna BALEZ

Oui.

De la salle

Pour que le modèle de la location fonctionne, il est nécessaire de remettre en cause le concept de la mode.

Anna BALEZ

Non. Une nouvelle mode pourrait émerger, mais la mode ne disparaîtra pas.

De la salle

A terme, les magasins pourraient disparaître, compte tenu du développement des ventes sur internet.

De la salle

Actuellement, 70 % des dépenses sont réalisées en magasin.

Annick

Je travaille pour Mode Créa. A Roubaix, nous avons mis en place les plateaux fertiles. Nous sommes en train de tester la fabrication de produits à la demande. Les produits sont fabriqués localement.

De la salle

Nous organisons également le forum *Fashion Green Days* dont l'objectif est d'appliquer les principes de l'économie circulaire au secteur de la mode.

Une étudiante de l'ENSAT

J'ai rejoint l'ENSAT il y a un an. Il y a encore un an et demi, je n'avais pas conscience de l'impact de la production de vêtements. Je pense que de nombreuses personnes n'ont pas connaissance de cet impact. Il s'agit ainsi d'une question d'éducation.

Anna BALEZ

Est-il nécessaire que le grand public ait conscience de cet impact pour modifier son mode de consommation ? Si nous parvenons à répondre à ses besoins, pas forcément.

De la salle

Pour impulser un changement, chacun doit tout de même avoir conscience des impacts des modes de production actuels.

De la salle

Malheureusement, des dirigeants d'entreprise sont incapables de changer de paradigme.

De la salle

De toute façon, le modèle économique des entreprises du textile actuel ne fonctionne plus. Nous devons ainsi rechercher ensemble des solutions. Nous devons aussi informer les consommateurs.



Document rédigé par la société Ubiquis – Tél. 01 44 14 15 16 – www.ubiquis.fr – infofrance@ubiquis.com