

Cahier des charges de la filière REP TLC 2022-2027

Contribution du collectif

EN MODE CLIMAT

Mars 2022

Cette contribution est proposée au nom de En Mode Climat, une coalition de plus de 420 acteurs du textile (marques, mais aussi usines, organismes, médias...) qui demande des régulations rendant compatible le secteur avec les objectifs de l'accord de Paris sur le réchauffement climatique.

Partie 1	
Etat des lieux du secteur textile et habillement en France	3
L'émergence de la fast fashion	3
Les dégâts de la fast fashion	4
Les régulations actuelles sont insuffisantes	5
L'impuissance du consommateur	5
L'auto-régulation du secteur par les entreprises ne fonctionne pas	6
Les régulations actuelles sont insuffisantes	6
Quel avenir pour ce secteur ?	7
Quel est le rôle de la REP ?	7
L'urgence climatique	7
La réduction des GES est une prérogative de la REP	9
La REP est un outil juridiquement adapté pour appliquer une politique de la sobriété	9
La réduction des volumes : un effet bénéfique sur les externalités de la filière	10
Partie 2	
Nos propositions pour le cahier des charges REP	11
La réduction des déchets, le premier des objectifs	11
Augmenter significativement le montant des éco-contributions	13
Modifier les éco-modulations afin qu'elles pénalisent les pratiques de la fast fashion	13
Les critères actuels sont largement insuffisants	13
Des nouveaux critères	16
La durabilité non physique	16
Le score carbone	18
Pour une communication transparente aux particuliers	18
Obligation de communiquer sur le R de Réduction	18
Interdiction de communiquer sur une filière 100% circulaire	21
Créer un fonds de solidarité textile	22
Prioriser le traitement local des déchets	22
Re-prioriser les débouchés et soutenir la réparation	25
Soutien à la tonne pour les opérateurs	25
Fonds de réparation pour les consommateurs	26
Résumé des recommandations :	26
Conclusion :	26
Annexes	28
Annexe 1 - Note sur l'évolution de la conso textile	28
Annexe 2: Etude des gisements et des causes des invendus non alimentaires et de leurs voies d'écoulement	28
Annexe 3 - Les liens entre dette et fin de vie des TLC.	28

Partie 1

Etat des lieux du secteur textile et habillement en France

A. L'émergence de la fast fashion

Depuis les années 90, de nombreuses marques de fast fashion puis d'ultra fast-fashion se sont développées et ont rapidement conquis des parts de marché. Dans leur sillage, de nombreux metteurs en marché ont adopté, partiellement ou totalement, les recettes de leur succès économique. Les trois principales pratiques caractéristiques du modèle de fast fashion sont les suivantes :

- Délocalisations des usines de production dans des pays à bas coûts, entraînant la chute relative des prix des vêtements : les prix de l'habillement ont très peu augmenté sur la période 1993-2019 : +9% vs. +43% pour l'ensemble des prix¹. Aujourd'hui, produire localement est devenu l'exception : seuls 3% des vêtements vendus en France sont made in France²
- Renouvellement de plus en plus rapide des collections qui crée du désir et pousse à la consommation, couplé à une offre de plus en plus large (quelques centaines de références, 10 à 15 000 pour H&M ou Zara, plus de 500 000 références sur Shein³). Aujourd'hui, rares sont les marques qui s'en tiennent encore à deux collections par an et ne pratiquent ni drops, ni pré-collections, ni collabs ou autres manières de créer de la nouveauté.
- Augmentation du nombre de promotions qui pousse à la surconsommation (Black Friday, etc). Un peu plus de 20% du CA habillement était réalisé en soldes ou promotions en 2000 ([source](#)), c'est environ la moitié aujourd'hui ([source](#)). Une pratique qui culmine avec le développement des ventes privées ou de marques comme Wish, Shein ou Boohoo, qui donnent de très gros discounts et des temps limités pour acheter.

En plus de la généralisation des pratiques de la fast fashion, on a assisté ces dernières années à l'émergence du e-commerce, qui contribue à cette augmentation de la consommation textile. En effet, les achats en ligne sont plus simples à faire (les consommateurs ont la possibilité de faire leur courses depuis n'importe quel endroit, n'importe quel jour, à n'importe quelle heure) et peuvent pousser plus fortement à la consommation, via le reciblage publicitaire, une expérience client ultra-optimisée, des paiements différés et fractionnés, etc.

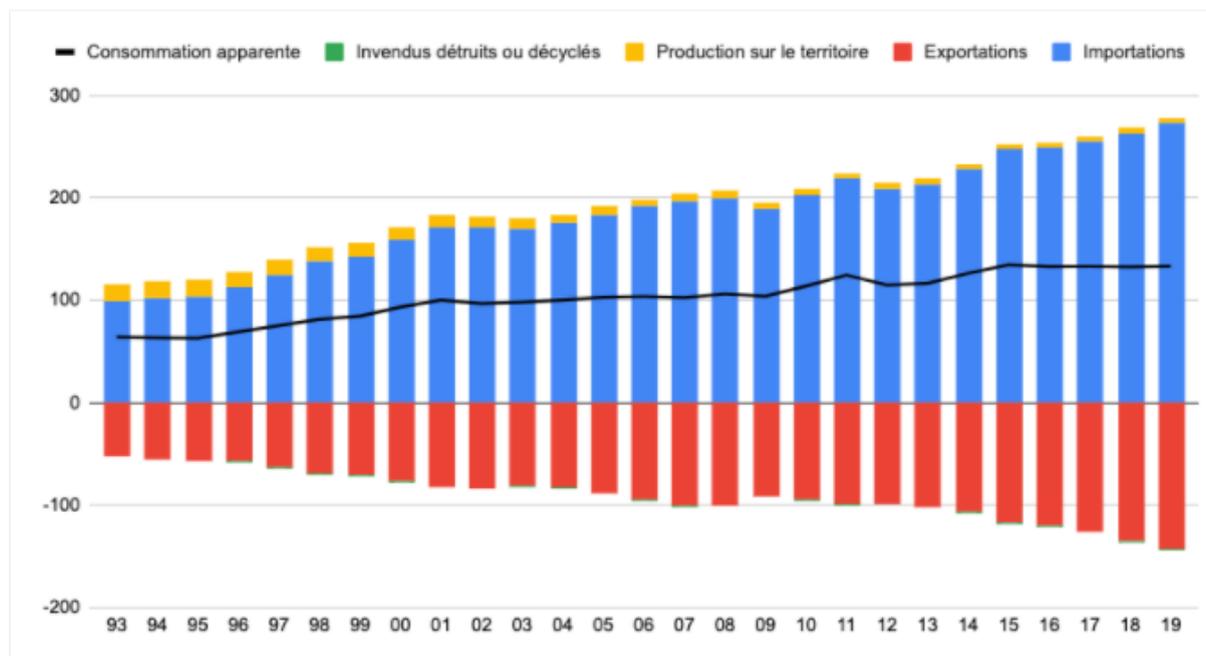
En conséquence de ce développement de la fast fashion et du e-commerce, en France, **le nombre de vêtements vendus a plus que doublé depuis le début des années 90** et a

¹ INSEE : indice prix habillement <https://www.insee.fr/fr/statistiques/serie/001764291> vs. indice prix à la consommation <https://www.insee.fr/fr/statistiques/serie/001769682>

² Source FIMIF : <https://www.fimif.fr/quisommesnous/>

³ Decoding the ultra fast SHEIN business model, 2021, blog.edited.com

continué à augmenter de façon presque constante jusqu'en 2019, année pré-covid (voir Annexe 1).



Consommation apparente de vêtements en France (courbe noire), en volume base 100 pour les importations en 1993

B. Les dégâts de la fast fashion

Si elle a permis l'émergence d'une poignée de géants économiques dans l'habillement, la fast fashion a provoqué des dégâts dans de nombreux domaines :

- D'abord, la croissance des volumes de production a fait mécaniquement augmenter les impacts environnementaux du textile, en premier lieu les émissions de gaz à effet de serre, mais pas seulement : destruction de la biodiversité et épuisement des sols avec la culture du coton conventionnel, épuisement des ressources fossiles lié à l'usage des matières synthétiques, rejets toxiques dans les eaux lors des phases de teinture et d'ennoblissement, épuisement des ressources en eau, etc...
- Cette production lointaine et délocalisée a également créé des drames sociaux. Parmi les scandales les plus marquants : le travail des enfants ou le recours aux sweatshops pour la marque Nike, l'effondrement du Rana Plaza en 2013 ou l'exploitation des Ouïghours dans le coton en Chine. Au-delà de ces catastrophes humaines, les ouvriers et ouvrières textiles à l'autre bout du monde sont insuffisamment payés et touchent moins que le salaire vital nécessaire pour vivre décemment⁴.
- En France, les délocalisations ayant permis l'émergence de la fast fashion ont divisé le nombre d'emplois dans l'industrie textile par trois : 325 000 emplois textile ont été

⁴ Collectif Ethique sur l'étiquette, "Salaire minimum vs salaire vital"
<https://ethique-sur-etiquette.org/Salaire-minimum-vs-salaire-vital-428>

détruits en France depuis 1990. Et la forte croissance des ventes internet de la fast-fashion et l'ultra fast-fashion commence à impacter fortement les emplois en magasins physiques. Le e-commerce a détruit 64 000 emplois dans le commerce de détail d'habillement, entre 2009 et 2018 ([source](#)). En 2020, au moins 3872 emplois⁵ ont été détruits du fait des fermetures de magasins d'habillement.

- Ce développement de la fast fashion tire les prix vers le bas et met en difficulté les marques plus traditionnelles. De nombreuses d'entre elles sont aujourd'hui en difficultés financières voire doivent mettre la clef sous la porte ([source](#)). Finalement, cette augmentation des volumes bénéficie à une poignée de marques de fast fashion mais la plupart des enseignes en pâtissent.
- La conséquence de ces délocalisations se ressent aussi dans notre balance commerciale : le textile-habillement creuse fortement le déficit commercial français. Avec plus de 12 milliards d'euros, il représente un tel volume qu'il est devenu notre 3e industrie la plus déficitaire, responsable à lui seul de plus de 20% du déficit global hors énergie ([source](#)).
- L'augmentation de ces volumes met en péril la rentabilité de la filière de tri en France : la "crème" des vêtements revendables en boutique de seconde main diminue en proportion d'année en année, alors qu'elle constitue la principale source de revenus des opérateurs de tris. En effet, les vêtements de la fast fashion sont si peu chers qu'ils n'ont plus de valeur sur le marché de la fripe.
- Enfin, cette hausse de la consommation se traduit aussi par une hausse des déchets textiles, qui finissent pour plus de la moitié d'entre eux dans des pays majoritairement africains, peu ou pas équipés pour traiter ces immenses volumes. Le Ghana par exemple, avec ses 30 millions d'habitants, reçoit 15 millions de vêtements chaque semaine, dont 40% finissent entassés dans des décharges à ciel ouvert. Elles débordent tellement que les vêtements partent dans les égouts et finissent par s'accumuler sur la plage et dans l'océan⁶.

C. Les régulations actuelles sont insuffisantes

Face à ce constat, le développement destructeur à tous les niveaux de la fast fashion ne connaît pas d'obstacle, ni de la part du consommateur, ni des entreprises, ni de l'Etat.

L'impuissance du consommateur

On pourrait penser que la récente prise de conscience écologique des Français les freinerait dans l'achat de vêtements neufs ou de fast fashion. Mais la connaissance des problèmes environnementaux de la fast fashion ne se traduit pas nécessairement dans les comportements d'achat. Comme l'explique la chercheuse Valérie Guillard : *"On parle beaucoup des problématiques de la fast fashion sur les réseaux sociaux ou dans le discours*

⁵ Sources articles de presse : 322 magasins fermés la Halle, 2166 emplois supprimés; 104 magasins Celio fermés 344 emplois supprimés; 50 magasins André fermés, 188 emplois supprimés; 121 magasins Camaieu fermés, 1200 emplois supprimés; 44 magasins Orchestra, 300 postes supprimés; 21 magasins Naf Naf, 226 postes supprimés

⁶ Source The Or Foundation, <https://theor.org/>

public. En revanche, (...) aujourd'hui, une minorité de consommateurs a atteint cette prise de conscience.” D’ailleurs, aucun autre secteur économique en France ne semble avoir connu une tendance de fond vers la sobriété, comme en témoignent (pré-Covid) la hausse continue des ventes de SUV ou la hausse continue du trafic aérien.

L’auto-régulation du secteur par les entreprises ne fonctionne pas

A date, les principaux engagements du textile français pour limiter ses émissions de gaz à effet de serre figurant dans le Fashion Pact (une coalition mondiale d’entreprises du textile formée lors du G7 de Biarritz en 2019) reposent sur deux formes d’actions⁷ :

- L’incorporation de matières dites éco-responsables : lyocell, coton bio, coton recyclé, lin, polyester recyclé...
- La diminution des émissions liées au fonctionnement interne (bureaux ou magasins).

Bien que nécessaires, ces actions sont insuffisantes. Par exemple, plus de 70%⁸ des émissions du secteur textile proviennent de l’énergie consommée par les machines qui transforment la matière en vêtement (filature, teinture, tissage, ennoblissement, lavage...) dans les lieux de production, notamment car la production a majoritairement lieu dans des pays d’Asie au mix énergétique fortement carboné. Les émissions liées aux matières premières, magasins et bureaux sont secondaires.

Les régulations actuelles sont insuffisantes

En l’absence de régulation, le marché favorise les marques ayant les pratiques les plus destructrices.

Pratiquer le dumping social et écologique en allant produire dans des pays moins-disant socialement et écologiquement permet de réduire ses coûts et de gagner en compétitivité. Depuis 30 ans, les marques qui se sont développées le plus vite sont celles qui ont délocalisé leur production en Asie. Ce mouvement continuera en l’absence de régulation.

Il en est de même pour les pratiques commerciales : ce sont les pratiques les moins vertueuses, de renouvellement ultra-rapide des collections, ou de promotions fortes et fréquentes, qui attireront le plus de clients. Patagonia, marque icône de la mode éthique, a atteint le chiffre d’affaires d’1 milliards de dollars presque 50 ans après sa création, quand Shein, marque d’ultra fast-fashion créée seulement en 2008, a déjà dépassé 10 milliards.

En somme, il existe aujourd’hui un avantage économique à produire de manière irresponsable, une “**prime au vice**” que nous dénonçons.

La seule réglementation dont on pourrait penser qu’elle s’oppose à la fast fashion est celle qui concerne l’interdiction de destruction des invendus. Mais cette régulation n’aura pas d’impact sur la fast fashion. D’abord, les invendus détruits représentent un volume négligeable comme le montre un rapport de l’ADEME (Annexe 2) : environ 1% des ventes.

⁷ Fashion Pact, First Steps to Transform Our Industry

⁸ <https://www.wri.org/research/roadmap-net-zero-delivering-science-based-targets-apparel-sector>

Ensuite, les marques de fast fashion ou d'ultra fast fashion, spécialisées dans les chaînes d'approvisionnement hyper rapides et optimisées, sont plus épargnées par ce problème d'inventus que les marques traditionnelles. Par exemple, la marque Shein, grâce à l'intelligence artificielle, produit en fonction de la demande, dans un délai de moins de dix jours ([source](#)).

D. Quel avenir pour ce secteur ?

Si aucune mesure régulatoire n'est prise, il est très probable que les tendances actuelles s'accroissent. Avec l'émergence de l'ultra-fast fashion, les volumes consommés continueront à augmenter et les conditions de fabrication ne changeront pas, ce qui aura pour conséquences :

- Une augmentation toujours plus forte des problèmes climatiques et environnementaux évoqués plus hauts ;
- L'impossibilité de recréer une industrie textile et de l'habillement en France et donc de créer des emplois ;
- Une balance commerciale française de plus en plus déficitaire ;
- Une disparition d'enseignes traditionnelles et une concentration du marché entre quelques géants de la fast fashion et de l'ultra fast fashion ;
- Une disparition de toujours plus d'emplois dans le secteur du retail ;
- Une diminution de la "crème" des vêtements récoltés en centres de tri et une mise en danger des acteurs de la filière.

Au contraire, si des mesures sont prises pour pénaliser les pratiques de la fast fashion, pour favoriser la réduction des volumes consommés et la relocalisation de l'industrie textile, un autre futur se dessine pour notre filière, qui permettrait à de nos nombreux acteurs économiques français de prospérer (marques, usines, acteurs du tri etc..), de préserver et de créer de l'emploi localement, et de réduire l'impact environnemental de ce secteur. De plus, la pénalisation de la fast fashion à travers une éco-contribution significative (voir partie 2.C) pourrait permettre de financer la transition de notre secteur.

Pour cela, les mesures réglementaires "anti fast fashion" doivent porter sur les aspects suivants :

- Réduire les volumes de vêtements neufs vendus chaque années ;
- Pénaliser les prix dérisoires ;
- Favoriser la relocalisation ;
- Pénaliser les incitations à consommer ;
- Favoriser la réparation.

E. Quel est le rôle de la REP ?

L'urgence climatique

Le dernier rapport du GIEC, sorti en mars 2022, fait un état des lieux extrêmement préoccupant des impacts et de la vulnérabilité des sociétés humaines et des écosystèmes au changement climatique. Nous souhaitons relever deux points :

- a) Un réchauffement mondial qui atteindrait +1.5°C à court terme entraînerait une augmentation inévitable de nombreux risques climatiques et présenterait des risques multiples pour les écosystèmes et les êtres humains. Des actions prises sur le court terme permettront de limiter les pertes et dommages, mais ne pourront pas toutes les éviter.
- b) L'ampleur et le rythme du changement climatique et des risques associés dépendent fortement des mesures d'atténuation et d'adaptation à court terme, et les effets néfastes prévus ainsi que les pertes et les dommages qui en découlent s'intensifient avec chaque augmentation du réchauffement climatique.

Selon les dernières recommandations du Haut Conseil sur le Climat de 2020, pour limiter le réchauffement planétaire à 1,5° C, il faut diviser les émissions de gaz à effet de serre importées par 3 d'ici 2050⁹. Si l'industrie textile veut faire sa part, elle doit donc également diviser ses émissions de gaz à effet de serre par 3 d'ici 2050¹⁰. En étape intermédiaire, de 30 % d'ici 2030.

L'augmentation de la part des énergies renouvelables et l'amélioration de l'efficacité énergétique des usines textiles contribueront à cette baisse des émissions. Mais cet objectif ne peut être atteint qu'en activant également les deux leviers suivants¹¹ :

- Relocalisation de la production là où l'énergie est moins carbonée ;
- Réduction des volumes de vêtements neufs fabriqués.

Les actions pour choisir des matières "éco-responsables", pourtant souvent mises en avant par les marques, sont malheureusement insuffisantes pour réduire significativement nos émissions de gaz à effet de serre : comme évoqué plus haut, plus de 70% des émissions du secteur textile proviennent de l'énergie consommée par les machines qui transforment la matière en vêtement (filature, teinture, tissage, ennoblissement, lavage...) dans les lieux de production, notamment car la production a majoritairement lieu dans des pays d'Asie au mix énergétique fortement carboné.

Devant cette urgence climatique, tous les outils réglementaires disponibles doivent être mis au service de la réduction des gaz à effet de serre : dans le secteur des TLC qui nous concerne, le cahier des charges de la filière REP ne fait pas exception. Grâce à sa capacité à agir sur le signal prix, il est même probablement l'outil le plus efficace que nous avons à disposition pour que notre secteur "fasse sa part".

⁹ Maîtriser l'empreinte carbone de la France, 2020, https://www.hautconseilclimat.fr/wp-content/uploads/2020/10/hcc_rapport_maitriser-lempreinte-carbone-de-la-france-1.pdf

¹⁰ C'est une vision certes simplifiée de la réalité, car certains secteurs économiques vitaux, comme l'industrie agro-alimentaire, ont des émissions parfois incompressibles. L'industrie textile devrait donc sans doute faire un effort encore plus gros.

¹¹ Source : <https://www.enmodeclimat.fr/la-science-derriere-nos-revendications>

La réduction des GES est une prérogative de la REP

L'objectif initial des filières REP n'est pas de lutter contre le changement climatique. Néanmoins, depuis la Loi Economie Circulaire, il est acté en France que les objectifs environnementaux poursuivis par les filières REP vont au-delà de la simple gestion des déchets.

*"Les contributions financières versées par les producteurs qui remplissent collectivement les obligations mentionnées à l'article L. 541-10 sont modulées, lorsque cela est possible au regard des meilleures techniques disponibles, pour chaque produit ou groupe de produits similaires, **en fonction de critères de performance environnementale**, parmi lesquels la quantité de matière utilisée, l'incorporation de matière recyclée, l'emploi de ressources renouvelables gérées durablement, la durabilité, la réparabilité, les possibilités de réemploi ou de réutilisation, la recyclabilité, **la visée publicitaire ou promotionnelle du produit, l'absence d'écotoxicité et la présence de substances dangereuses telles que définies par le décret prévu à l'article L. 541-9-1**".*

Le climat n'est pas explicitement mentionné en effet dans le texte néanmoins:

- a) Il est fait mention "d'absence d'écotoxicité". Or le réchauffement climatique est la 3ème cause d'érosion de la biodiversité (source : MTE [ici](#)) ;
- b) La liste des critères n'est pas exhaustive : le texte dit "parmi lesquels" et non "en fonction des critères de performance environnementale suivants" ;
- c) Il est fait mention de "la visée promotionnelle" : cela correspond à notre critère "d'incitation à la consommation".

Même avant l'adoption de la loi Economie circulaire, les critères d'éco-modulation dans la filière des meubles étaient déjà sans rapport direct avec le traitement des déchets, puisque les metteurs en marché obtiennent des bonus si le bois utilisé est certifié FSC - issus de forêts gérées durablement. Donc sans lien direct avec la facilité ou non de recycler les déchets.

Par ailleurs, le fait que le Gouvernement pense lui-même indexer l'éco-modulation textile sur l'affichage environnemental montre bien qu'ils entendent se servir de l'éco-modulation pour autre chose que le traitement des déchets, étant donné que la dimension recyclage ne sera qu'un des critères.

La REP est un outil juridiquement adapté pour appliquer une politique de la sobriété

La prévention des déchets fait bien partie des objectifs de la filière REP : art L. 541-10.-I. du code de l'environnement :

*"En application du principe de responsabilité élargie du producteur, il peut être fait obligation à toute personne physique ou morale qui élabore, fabrique, manipule, traite, vend ou importe des produits générateurs de déchets ou des éléments et matériaux entrant dans leur fabrication, dite producteur au sens de la présente sous-section, **de pourvoir ou de contribuer à la prévention et à la gestion des déchets** "*

Depuis la loi économie circulaire, le gouvernement doit fixer des objectifs de réduction, lorsque la nature des produits le justifie, ce qui est tout à fait le cas du textile. Les éco-modulations sont des moyens juridiques d'imposer des plafonnements des mises en marché à l'échelle de la filière, la chose la plus impactante pour le climat :

*“Les éco-organismes et les systèmes individuels sont agréés pour une durée maximale de six ans renouvelable s'ils établissent qu'ils disposent des capacités techniques, de la gouvernance et des moyens financiers et organisationnels pour répondre aux exigences d'un cahier des charges fixé par arrêté du ministre chargé de l'environnement, après avis de la commission inter-filières. **Ce cahier des charges** précise les objectifs et modalités de mise en œuvre des obligations mentionnées à la présente section, les projets sur lesquels la commission inter-filières est consultée ou informée et, **lorsque la nature des produits le justifie, fixe des objectifs distincts de réduction des déchets, de réemploi, de réutilisation, de réparation, d'intégration de matière recyclée, de recyclabilité et de recyclage**”.*

La réduction des volumes : un effet bénéfique sur toutes les externalités de la filière

L'augmentation de l'impact environnemental du textile ne provient pas de l'augmentation de la pollution *par vêtement*. Elle provient de l'augmentation *du nombre de vêtements produits*. C'est donc avant tout la surproduction qui est à l'origine de l'explosion et de la multiplication des problèmes écologiques de la filière textile. Que l'on parle d'eutrophisation, d'éco-toxicité, de consommation d'eau, de ressources, de microplastiques, de pollution textile en Afrique, de pollution chimique en Asie ou de gestions des déchets en France, une politique de sobriété et de réduction des volumes de production de neufs aura des effets bénéfiques.

Une réglementation au service de la sobriété aurait également un effet bénéfique au-delà des aspects environnementaux :

- En oeuvrant en faveur d'un entrepreneuriat plus responsable ;
- En favorisant l'essor de nouvelles industries locales (relocalisation, réemploi, réparation, recyclage) ;
- En créant de nombreux emplois pour accompagner ces nouvelles industries ;
- En développant une vie économique prospère et compatible avec les défis environnementaux et climatiques de notre époque.

Partie 2

Nos propositions pour le cahier des charges REP

A. La réduction des déchets, le premier des objectifs

Avant de parler de gestion des déchets, il faut d'abord chercher à les réduire. Le meilleur déchet, c'est celui qu'on ne produit pas. Comme nous venons de le voir, le premier des leviers pour réduire les externalités négatives aussi bien écologiques qu'économiques de notre secteur, c'est de réduire les volumes. Au niveau de la REP, cela se traduit donc par des objectifs et des moyens au service de cette réduction.

Dans la présentation qui a été faite le 18 février dernier, cet objectif de prévention des déchets a d'ailleurs été évoqué plusieurs fois :

 **Refondation des filières REP**

Principe de Responsabilité élargie du producteur renforcé :

- Pourvoir ou contribuer à la **prévention** et à la gestion des déchets
- Favoriser et soutenir l'éco-conception, l'allongement de la durée de vie des produits (réparation, réemploi, réutilisation)
- Soutenir les réseaux de réemploi et de réparation, notamment ceux de l'ESS, favoriser l'insertion par l'emploi

Gouvernance des éco-organismes :

- Mise en place d'un comité des parties prenantes, les associant à certaines décisions (contributions financières, modulations, marchés passés par l'éco-organisme)

Garantir pour les activités agréées des éco-organismes, la transparence, l'intérêt général, sans but lucratif

Direction de la prévention des risques 5

  **Les obligations du cahier des charges** (Arrêté du 3 avril 2014)

Chapitre 1^{er}

Mission 1	Contribuer financièrement au tri des déchets de TLC en vue de leur valorisation
Mission 2	Veiller au déploiement harmonisé de la collecte et du tri des déchets de TLC sur le territoire
Mission 3	Objectifs nationaux de la filière pour la période 2014-2019
Mission 4	Favoriser la prévention de la production des déchets TLC
Mission 5	Informier, sensibiliser et communiquer sur la filière des TLC
Mission 6	Mener et soutenir des études et des projets de recherche et développement

OBJECTIFS NATIONAUX

- 1 COLLECTE** = 50 % des mises en marché détournées des Ordures Ménagères résiduelles
- 2 VALORISATION** = au moins 95 % de valorisation matière et un maximum de 2 % de déchets éliminés

Direction de Supervision des filières REP 7 18/02/2022

D'autre part, il est rappelé sur cette présentation que la REP doit garantir l'intérêt général. Or, il a été démontré dans la première partie de ce rapport que c'est la réduction des déchets (et donc des mises en marché) qui sert le mieux l'intérêt général. En y renonçant, la REP a failli à sa mission, en privilégiant l'intérêt des metteurs sur le marché.

Notre première recommandation est donc avant tout de fixer des objectifs de réduction ambitieux de déchets TLC. Afin que cet objectif de réduction ne soit pas atteint en renonçant à collecter une partie des textiles usagés (par exemple en retirant des bornes de collecte), cet objectif doit s'appliquer aux nombres de pièces TLC mises en marché.

Nous proposons de fixer comme objectif un niveau de mises en marché qui correspond à une consommation de vêtements par Français "pré fast fashion", c'est-à-dire environ deux fois moins qu'aujourd'hui (cf. analyse de la première partie). Comme la consommation est de 42 pièces / personne / an, il convient donc d'atteindre environ 21 pièces / personne / an. En tenant compte de l'augmentation de la population française d'ici 2050 (passage de 67 à 74 millions d'habitants), **cela signifie que le nombre de pièces mises sur le marché devrait passer de 2,8 milliards (chiffre Refashion 2019) à 1,5 milliards en 2050, ce qui représente une baisse des mises sur le marché d'environ 2% / an.**

En 2050, la consommation française correspondrait ainsi à environ 1% de la consommation mondiale actuelle de vêtements, à hauteur de ce que représente la population française dans la population mondiale.

Si on fait l'hypothèse que les mises sur le marché 2022 atteindront le niveau pré-covid de 2019 de 2,8 milliards de pièces, voici la trajectoire que devra avoir la courbe des mises sur le marché entre 2022 et 2027, période couverte pour le prochain cahier des charges de la filière REP textile :

	2022	2023	2024	2025	2026	2027
Nombre de pièces mises en marché (en milliards)	2,80	2,74	2,68	2,62	2,56	2,50

Cette baisse des mises sur le marché pourrait permettre au textile français de faire sa part pour atteindre l'accord de Paris sur le climat. En effet, nous devons diviser par trois les émissions de gaz à effet de serre du secteur d'ici 2050. Une partie de cette réduction sera atteinte grâce à l'amélioration de l'efficacité énergétique des usines textiles et à l'augmentation de la part des énergies renouvelables dans les mix électriques des pays de fabrication, mais ces deux leviers doivent être complétés avec la baisse des volumes de production.

Afin d'atteindre ces objectifs, divers moyens doivent être mis en place.

B. Augmenter significativement le montant des éco-contributions

Actuellement, les éco-contributions sont trop faibles pour être réellement incitatives ou dissuasives.

Dans un tout autre domaine, celui de l'automobile, le malus écologique peut atteindre jusqu'à 40 000 euros pour les véhicules les plus polluants¹², donc plusieurs dizaines de % du prix d'un véhicule. C'est une indication de l'ordre de grandeur nécessaire pour orienter réellement les choix de fabrication des metteurs sur le marché, et les comportements d'achats des consommateurs.

Il est nécessaire de revoir à la hausse ces éco-contributions de manière à leur permettre d'atteindre les objectifs fixés à la filière. L'augmentation des pénalités peut être progressive afin de laisser le temps aux acteurs de s'adapter.

La proposition de l'ADEME de fixer à 30 centimes l'éco-modulation malussée nous paraît bien trop faible pour provoquer une réelle incitation pour les metteurs en marché mais aussi pour les consommateurs. Pour les pires pratiques, nous proposons de fixer l'éco-contribution malussée à 1 euro en 2023 pouvant augmenter régulièrement jusqu'à 5 euros en 2027, si les objectifs fixés à la filière pour 2027, réévalués chaque année, ne sont pas en voie d'être atteints. Cette proposition nous paraît constituer un point d'équilibre raisonnable, entre la nécessité de réduire rapidement l'impact climatique et environnemental de la filière, tout en stimulant les créations d'emplois importantes via la relocalisation de la production (critères mix énergétique et qualité de l'éco-modulation), et le besoin de limiter l'inflation trop prononcée du prix des vêtements pour ne pas produire des impacts sociaux trop négatifs.

C. Modifier les éco-modulations afin qu'elles pénalisent les pratiques de la fast fashion

Les critères actuels sont largement insuffisants

Les deux critères actuels d'éco-modulation sont insuffisants, car ils ne servent pas la rentabilité de la filière et favorisent le modèle de la fast fashion.

Le premier critère est celui de **l'intégration de matière recyclée** dans les TLC neufs mis sur le marché.

La diminution de l'impact environnemental du textile grâce à l'intégration de matières recyclées est incertaine :

- L'intégration de matière recyclée dégrade la durabilité physique des TLC, car les fibres sont raccourcies par l'effilochage. Par exemple, les Tissages de Charlieu

¹² <https://www.caroom.fr/guide/administratif/carte-grise/bonus-malus>

réservent l'utilisation de leur fil recyclé à des sacs de caisse et autres emballages, là où la durabilité physique n'est pas importante. Or la durabilité est l'élément le plus déterminant dans l'impact environnemental d'un vêtement : c'est son dénominateur. Si on porte un vêtement deux fois moins longtemps, son impact environnemental sera deux fois plus élevé (si on exclut la phase d'entretien).

- Consommation d'énergie : comme évoqué plus haut, l'énergie consommée pour créer des vêtements à base de matières recyclées est très proche de l'énergie consommée à base de matières premières neuves. Si on atteignait le chiffre très élevé de 40% de fibres recyclées, la réduction d'émissions de gaz à effet de serre ne serait que 5,9%¹³.
- Il existe des risques d'effet rebond sur la consommation comme évoqué plus haut si on laisse penser aux consommateurs que leurs achats peuvent être sans impact.

Et il est peu probable que les fils fabriqués à partir de fibres recyclées en France ou même en Europe soient réintégrés dans les vêtements mis sur le marché en France. La grande majorité des mailles et tissus utilisés dans les vêtements vendus en France proviennent d'usines situées à l'étranger, et il est très peu probable qu'elles choisissent de sourcer leurs fils en France. D'abord pour des questions géographiques, mais également de prix : le prix d'un fil français en matière recyclée sera toujours bien plus cher qu'un même fil produit au Maghreb, en Europe de l'Est ou en Asie. Ainsi, l'éco-modulation sur l'intégration de matière recyclée n'a pas comme conséquence d'offrir un débouché à la filière française. Au contraire, elle risque de favoriser le développement des industries de fils recyclés peu chers produits à l'étranger, accentuant ainsi une concurrence déloyale pour la filière française.

Le second critère, **celui de la durabilité physique** peut sembler à première vue pertinent, car :

1. Plus un vêtement est résistant, plus il a de chance d'être gardé longtemps par les consommateurs.
2. Plus un vêtement est résistant, plus il a de chance d'avoir une seconde vie sur le marché du réemploi.

Ces deux suppositions étaient sans doute vraies jusque dans les années 80 mais ne le sont plus actuellement, pour plusieurs raisons.

L'hypothèse sous-jacente de la première affirmation serait que la qualité est le seul déterminant du nombre de jours de port d'un vêtement. C'est une vision très partielle de la réalité. Deux autres paramètres sont encore plus déterminants (voir annexe 3) pour prédire le nombre de jours de port d'un vêtement :

- Le "bien-être" d'abord ;
- Mais surtout la "lassitude" ou "l'envie d'acheter d'autres vêtements".

Nous en voulons pour preuve la part des TLC destinés au réemploi sur l'ensemble des vêtements collectés en 2021 : presque 60% de ce qui est trié est ré-employé. Cela veut dire

13

https://quantis-intl.com/wp-content/uploads/2018/03/measuringfashion_globalimpactstudy_full-report_quantis_cwf_2018a.pdf

que c'est la durabilité émotionnelle qui détermine la durée de vie du vêtement chez les individus dans au moins 3 cas sur 5.



Revenons maintenant sur la deuxième affirmation justifiant l'éco-modulation sur la durabilité physique "plus un vêtement est résistant, plus il a de chance d'avoir une seconde vie sur le marché du réemploi."

En visitant le centre de tri du Relais Val de Seine, nous avons constaté que cette affirmation était largement fautive : les vêtements triés comme la "crème" ne le sont souvent pas sur la base de leur bon état mais de leur valeur potentielle sur le marché de la seconde main, deux critères qui peuvent parfois être antagonistes.

Par exemple, un t-shirt en coton Petit Bateau dont les coutures ont vrillé pourra se retrouver dans la crème, alors qu'un t-shirt 100% polyester intact de la marque Shein sera écarté : l'éligibilité à la catégorie "crème" a peu, voire rien à voir avec la durabilité physique, mais avec la valeur potentielle sur le marché de la seconde main. C'est pour cette raison qu'on y trouve peu ou pas de pièces de la fast fashion : leurs prix neufs sont si dérisoires qu'il n'est pas intéressant de les acheter en seconde main.

Ce critère vient sans doute en réponse à une affirmation qu'on entend souvent : il y aurait une baisse de **la qualité des vêtements depuis l'arrivée de la fast fashion, qui aurait forcé les gens à acheter plus souvent**. C'est peu probable. D'abord, il est difficile d'objectiver une réelle baisse de qualité des vêtements depuis les années 80, aucune étude n'ayant été réalisée sur le sujet. Certes, la recherche du bas prix a certainement pu tirer la qualité vers le bas (matières plus fines, grammages en baisse, confection moins soignée avec moins d'attention portée aux coutures...). Mais en parallèle, les procédés industriels de fabrication se sont améliorés (utilisation croissante de matières synthétiques qui tiennent plus longtemps, filature "compact" pour des fils plus robustes, amélioration des techniques de teinture, etc.). Lors de ses tests laboratoire entre différents types de vêtements¹⁴, la marque Loom constate souvent des niveaux de qualité supérieurs pour les marques dites de fast fashion (Uniqlo, Inditex...) vs. des marques plus chères, notamment pour des tests de solidité des couleurs, de boulochage ou de résistance à l'abrasion. Il est donc possible que la qualité moyenne des vêtements ait baissé ces dernières décennies, mais il est peu probable que cela explique à ce point l'explosion des ventes de vêtements.

¹⁴ La marque Loom a réalisé plus de 300 tests laboratoires entre 2018 et 2021, sur différentes marques, différentes pièces et différents types de tests, notamment NF EN ISO 12947-2 05-2017 Résistance à l'abrasion des étoffes Méthode Martindale, NF EN ISO 12945-2 10-2000 Détermination de la propension à l'ébouriffage et au boulochage Méthode Martindale modifié, NF EN ISO 105-C06 06-2010 Solidité teinture au lavage domestique et industriel

Le critère de la durabilité physique est donc peu à même de favoriser l'allongement de la durée de vie du vêtement ou son réemploi. Il pourrait même avoir l'effet contre-productif de favoriser les matières synthétiques, par nature plus résistantes, largement utilisées par les marques de fast fashion.

Des nouveaux critères

Les éco-modulations doivent être au service de l'allongement de la durée de vie du vêtement mais également de la rentabilité de la filière en permettant d'augmenter la proportion de "crème" parmi les vêtements collectés.

La durabilité non physique

Au-delà de la qualité intrinsèque, nous avons vu qu'il y a donc deux facteurs déterminants du nombre de jours de port d'un vêtement :

- D'abord la propension d'un vêtement à perdre son bien-aller dans le temps ;
- Et surtout la probabilité qu'on se lasse d'un vêtement ou qu'on ait envie d'en acheter d'autres.

Malheureusement, il est très difficile pour une marque d'avoir un véritable impact sur le bien-aller d'un vêtement sur le long terme. Certes, on pourrait envisager de jouer sur l'élasticité voire l'adaptabilité de certains vêtements : par exemple ceinture réglable, présence d'élasthanne... Mais il y a au moins deux limites :

- Cette adaptabilité du design peut éventuellement concerner certaines pièces comme les pantalons. Beaucoup de types de vêtements peuvent difficilement avoir d'autres types de design : chemises, t-shirts, pulls...
- Cette adaptabilité ne peut jouer qu'à la marge : pour un enfant qui grandit ou une personne qui prend beaucoup de poids, aucun design ne permettra de prolonger la durée de vie du vêtement.

Pénaliser ou favoriser tel ou tel vêtement en fonction de leur bien-aller dans l'affichage environnemental ne paraît pas être une solution pertinente. Pour prolonger la durée de vie de ces vêtements, mieux vaut encourager les circuits de réparation et de réemploi.

En ce qui concerne la durabilité non physique, la principale chose sur laquelle une marque a un impact, c'est la probabilité que sa clientèle se lasse de ses vêtements ou qu'elle ait envie d'en acheter de nouveaux.

Pour un vêtement *spécifique*, il est très difficile d'évaluer la probabilité de lassitude ou d'envie d'achat de nouveauté. D'abord parce que ce sentiment dépend fortement de la sensibilité des consommateurs vis-à-vis de tel ou tel vêtement. Mais surtout parce que cette probabilité est rarement *intrinsèque* à un vêtement. Elle est avant tout augmentée par des facteurs externes : renouvellement rapide des collections en magasins, bas prix, promotions fortes et fréquentes, publicités, marketing qui pousse à la consommation, etc.

Ce sont donc les pratiques de production et de commercialisation *au niveau marque* qu'il faut ajouter dans les critères d'éco-modulation, en pénalisant celles qui poussent à la consommation et en encourageant les plus vertueuses. Voici trois pratiques à la fois objectivables et ayant un impact fort sur la sur-consommation :

- **Rythme de renouvellement des collections.** Un bonus-malus pourrait être appliqué en fonction de la durée de vie moyenne de commercialisation des références d'une marque. Par exemple, une marque dont les références sont commercialisées pendant deux mois, en moyenne sur l'année passée, pourrait être pénalisée par rapport à une marque qui les commercialise pendant six mois en moyenne.
- **Fréquence et intensité des promotions.** Un bonus-malus pourrait être appliqué en fonction de la décote moyenne à laquelle sont vendus les vêtements d'une marque. Par exemple, une marque dont les produits sont vendus à une décote moyenne de 30% serait pénalisée par rapport à une marque dont les produits sont vendus à une décote moyenne de 10%. Précisions :
 - Cette décote doit inclure également les vêtements vendus par lot, qui est également une forme d'incitation à la consommation : si un t-shirt est vendu individuellement 20 euros et qu'il est vendu 40 par lot de 3, la décote résultante est de 33,3%.
 - Les mécanismes de pré-commandes comportent certes des décotes mais obligent en retour les consommateurs à attendre plusieurs mois leurs vêtements. Elles sous-tendent donc un mode de consommation plus raisonné. Ces décotes pourraient donc ne pas être incluses dans les décotes moyennes des marques.
- **Incitation à la réparation des vêtements déjà existants.** Il pourrait être envisagé de fixer des seuils de prix en dessous desquels on considère qu'un consommateur va préférer acheter un nouveau vêtement que réparer son vêtement existant, ou garder son vêtement même un peu abîmé. Exemple : 5€ pour un t-shirt, 30€ pour un jean, 20€ pour une chemise... Plus le prix serait dérisoire, plus le malus serait élevé. Cette dernière éco modulation permettrait de favoriser les vêtements éligibles à la "crème" sur le marché de la seconde main.

Ces 3 critères permettent d'objectiver le niveau d'incitation à la consommation pratiqué par les marques. En cela, ils rejoignent le premier levier d'action pour accompagner le consommateur identifié par l'ADEME.

Comment réduire les impacts environnementaux de la filière TLC ?

1. **Développer massivement l'écoconception** afin de réduire l'impact environnemental des produits mis sur le marché (durabilité, nocivité, etc)
2. Accompagner le consommateur :
 - **Ne pas l'inciter à la surconsommation** et promouvoir le « Consommer moins mais mieux ».
 - **L'informer sur l'impact environnemental** des produits (labels et/ou futur Affichage Environnemental/PEF)
 - Le conseiller pour allonger sa durée de vie de ses produits (conditions d'entretiens)
 - Faciliter la réparation et les pratiques de réemploi
 - L'éduquer au geste de tri pour détourner les TLC des OMR
 - L'informer des impacts de la filière REP
3. Accélérer la collecte et la valorisation des TLC usagés:
 - **Assurer un maillage territorial** sur l'ensemble du territorial pour **détourner les TLC usagés des OMR**
 - **Industrialiser le recyclage des TLC usagés non réutilisables** en France et en Europe afin de remplacer des matières vierges par des matières secondaires

Le score carbone

L'impact carbone des vêtements est fortement lié aux lieux de production : au moins 70% vient de l'énergie consommée pendant la phase industrielle de fabrication et non des matières premières¹⁵. Or les pays dont le mix électrique est le plus carboné sont aussi ceux vers qui l'industrie a été délocalisée ces dernières années (Chine, Bangladesh, Pakistan...). Indexer l'éco-modulation sur le score carbone des produits permettrait donc de favoriser la relocalisation.

Il pourrait être pertinent de s'affranchir des catégories de produit et de calculer un score carbone unique. Cela permettrait d'avoir une éco-contribution proportionnelle à l'impact environnemental réel d'un vêtement. Par exemple : un manteau a un score carbone plus élevé qu'un t-shirt, il est donc légitime que son éco-contribution soit supérieure. Ce qui est d'ailleurs déjà le cas avec les catégories "petites pièces" / "grosses pièces" de l'éco-contribution.

A moyen terme, le score carbone pourra se baser sur la note de l'affichage environnemental de chaque produit, lorsqu'elle sera rendue obligatoire.

D. Pour une communication transparente aux particuliers

Obligation de communiquer sur le R de Réduction

La réduction de la consommation textile est le premier des leviers pour prévenir les déchets qui en découlent, pourtant Refashion a longtemps axé sa communication sur les 3R

¹⁵ <https://www.wri.org/research/roadmap-net-zero-delivering-science-based-targets-apparel-sector>

(Réparer - Réutiliser- Recycler), en oubliant le R de Réduire. Or selon Refashion, un Français sur 4 a été touché par la campagne RRR ([source](#)) : des ressources considérables ont donc été dédiées à passer un message qui n'est pas le bon, voire contreproductif.

C'est seulement depuis 2020 et sous la pression d'une centaine de marques (qui préfigurent le collectif En Mode Climat) que l'organisme Refashion a intégré la notion de réduction dans certaines de ses campagnes.



Julia FAURE · 1st
Co-fondatrice de Loom
1yr · 

Messsage urgent de **Loom** et **1083** (coucou **Thomas Huriez**) à tous les acteurs engagés du textile : Vous êtes une marque, une asso, une structure dans le domaine du textile et vous voulez faire partie des signataires ? Commentez sous ce post avant 15h pour que nous vous intégrions au communiqué de presse.

L'histoire :
En réfléchissant à la campagne **#RRR** pour Réparer, Réutiliser et Recycler de **Refashion (Eco TLC)**, on s'est dit qu'il manquait le R de Réduire. Nous avons donc décidé de nous préparer à la relayer en l'augmentant d'un 4ème R avec le **#RRRplusR**.
"Réparer, Réutiliser, Recycler c'est super important.
Mais Réparer, Réutiliser, Recycler, c'est insuffisant.
Avec les ressources de la planète qui s'épuisent, nous devons avant tout Réduire. Notre collectif d'acteurs engagés du textile appellent à augmenter la campagne RRR et à l'enrichir d'un 4ème R pour rappeler à quel point il est primordial de Réduire la production et la consommation de vêtements.
Consommons moins, et mieux. Rejoignez le mouvement avec le hashtag **#rrrplusr** du 2 au 10 octobre 2020 "
Signataires : 1083, Loom, VOUS ?"

Merci à tous et à toutes,
Julia et Thomas
ps : n'hésitez pas à taguer les marques/organismes qui pourraient être intéressés

[See translation](#)

   504

236 comments · 25 shares

 Like  Comment  Share  Send

 **Julia FAURE** · 1st
Co-fondatrice de Loom
1yr · 🌐

Ca y est, la campagne #RRRplusR est terminée et le bilan est dingue : en quelques heures, plus de 200 acteurs engagés du textile ont signé l'appel à #Réduire la production et la consommation de vêtements.
Grâce au succès de cette campagne, nous (coucou **Thomas Huriez**) sommes invités à participer au prochain "comité communication" de Refashion pour proposer ce R supplémentaire qui fait tellement sens. Merci à toutes ceux et celles qui se sont mobilisés !
Et si vous voulez être tenu.e informé.e de la suite, inscrivez-vous ici : <https://lnkd.in/edsNJ5w>

[See translation](#)

 **WeDressFair**
3 octobre, 10:30 · 🌐

Cette semaine c'est la semaine #RRR lancé par Refashion :
Re_parons, Re_utilisons, Re_cyclons !
Car la première alternative pour réduire son impact, c'est d'utiliser ce que l'on a déjà.
Mais est-ce que réparer, réutiliser et recycler, ce n'est pas aussi RÉDUIRE la production et la consommation de vêtements ? Et produire des vêtements qui durent ? ... [Afficher la suite](#)



 241 19 comments · 5 shares

Nous rappelons également que l'Union Européenne recommande que la réduction des déchets soit le premier pilier de toutes les lois en matière de gestion des déchets ([Waste Framework Directive](#), 2008).

Nous proposons donc que le message **de réduction de la consommation de vêtements neufs devienne obligatoire dans toutes les communications à destination des**

particuliers, et soit plus mis en valeur que les autres recommandations de recyclage, réparation ou ré-utilisation.

Cette communication honnête est nécessaire, car les récents reportages mettant en lumière la réalité du traitement des déchets ont rompu la confiance avec les consommateurs. Rien qu'en 2021, quatre émissions à large audience ont montré la réalité du recyclage, dans l'habillement et ailleurs : "La Face Cachée du Recyclage", émission sur le Front; "Déchets : la Grande Illusion", émission Cash Investigation; "Les Grands Mensonges du Recyclage", émission Zone Interdite; "Victimes de la Mode", émission de Martin Weill. Et d'autres reportages continueront à le faire à l'avenir. Devant cette réalité, si nous voulons encourager les citoyens à adopter un comportement plus écologique, les éco-organismes doivent d'abord rétablir la confiance avec les citoyens, en communiquant avec honnêteté et transparence.

Bonjour,
Je me permets de vous contacter, je ne sais pas si vous aurez un temps pour me répondre ?
Je m'appête à regrouper quelques affaires qui vraiment ne peuvent plus avoir de seconde vie digne (décolorés, déformés, détendus). Je voudrais les faire recycler mais à l'écoute de l'émission à laquelle Julia Faure a participé sur France Inter, j'hésite à placer mes vêtements dans l'une des bornes de [Ti Tang Récup](#) (Ile de la Réunion) : je crains que ces vêtements ne soient pas recyclés mais envoyés dans un pays étranger pour finir dans une décharge. Auriez-vous un conseil, des idées pour que je trouve la solution la plus clean possible, sachant que j'ai assez de chiffons pour ma part ? J'ai envoyé une demande à Ti Tang Récup mais est-ce que leur réponse sera vraie ??
Je vous remercie pour vos conseils.

Bonne journée,
Marianne

Exemple de question que les marques d'En Mode Climat reçoivent régulièrement.

Interdiction de communiquer sur une filière 100% circulaire

D'autre part, il est important d'interdire la communication sur la possibilité d'une complète circularité de la filière habillement, avec des promesses intenable et dangereuses telles que "boucle fermée" ou "filière 100% circulaire", actuel credo de Refashion.

D'abord, la circularité des matériaux n'existe pas et n'existera jamais, pour des raisons techniques (par exemple difficulté à séparer les matières des unes des autres dans les vêtements à composition complexe) mais également des raisons physiques (notamment dispersion des matériaux).

Ensuite, même si on atteignait une boucle fermée pour l'utilisation des matériaux, ces promesses occultent totalement la dimension de consommation d'énergie. L'énergie consommée pour créer des vêtements à base de matières recyclées est très proche de l'énergie consommée à base de matières premières neuves¹⁶. Le recyclage ne résout donc que très partiellement les problématiques des émissions de gaz à effet de serre.

¹⁶ Rapport Quantis 2018, Measuring Fashion

En revanche, promettre une filière “100% circulaire” peut maintenir les consommateurs dans l’illusion que leur consommation peut être sans impact et donc créer un dangereux effet rebond de consommation, très problématique pour les impacts environnementaux sur de la filière.

E. Créer un fonds de solidarité textile

Afin de compenser la perte de pouvoir d’achat que peut représenter l’augmentation des éco-modulations, un fonds de solidarité textile, alimenté par les éco-contributions, pourrait être dédié aux personnes et foyers les moins aisés, afin de permettre qu’un “chèque textile” correspondant à cette perte de pouvoir d’achat puisse leur être remis chaque année. Ce chèque pourrait être utilisable non seulement sur les achats (neuf et seconde main), mais également pour les réparations.

On pourrait également envisager l’accès à des vêtements gratuits pour toutes les personnes précaires concernées, à choisir parmi ceux collectés et hors “crème” : après tout, les particuliers mettent les vêtements dans les bennes en pensant qu’ils seront donnés à des personnes dans le besoin.

F. Prioriser le traitement local des déchets

Il est important d’inscrire dans le cahier des charges de notre filière des objectifs de traitement des TLC locaux. En effet, comme l’ont illustré de nombreux reportages, dont 2 récemment [sur France 5](#) et [TMC](#), notre système d’exportation de TLC vers des pays moins riches pose de nombreuses questions.

Tout d’abord, il est important d’assurer la qualité du tri : ces documentaires donnent plusieurs exemples de balles contenant des TLC exportées en Afrique alors qu’elles auraient dû être recyclés ou incinérés, mettant en péril l’équilibre économique des revendeurs locaux déjà lourdement endettés (voir annexe 4). Si cette critique a pu sembler injuste à certains opérateurs de tri qui mettent particulièrement d’efforts à assurer la qualité du tri, elle souligne la nécessité de contrôles réguliers, de la part de Refashion, sur la qualité des tris effectués.

Mais cette question de la qualité du tri est secondaire, quand on la compare à celle des volumes : nous exportons chaque semaine environ 10 millions de vêtements¹⁷, car nous serions bien incapables de traiter ces déchets localement. En les envoyant à l’étranger, nous déplaçons dans le temps et dans l’espace le traitement de ces déchets. Certes, ces tonnages sont initialement destinés au réemploi. Mais les chiffres montrent que 40% d’entre eux vont directement dans les décharges à réception des pays, pour une raison simple : ces vêtements sont trop nombreux pour être absorbés par le marché intérieur des pays récepteurs. Or ces pays n’ont ni les infrastructures ni les moyens pour développer des écosystèmes permettant de gérer la fin de vie des TLC qu’on y envoie. En conséquence, ces déchets s’accumulent dans la nature de ces pays, en témoignent les images choquantes de montagnes textiles dans tous les pays récepteurs.

¹⁷ Les collectes de TLC s’élevaient à environ 1 milliard de pièces en 2019, or 50% de ces vêtements finissent par être exportés (chiffres Le Relais)

Cette réalité est profondément choquante pour les citoyens et citoyennes, comme le témoigne le soutien à [cette pétition](#) que nous avons lancé suite à la diffusion d'un de ces documentaires : presque 45 000 signatures ont été récoltées pour demander de mettre fin à cette situation. Le message est clair : les Français et les Françaises ne veulent pas que leurs dons dans les bennes finissent par empoisonner la vie et la nature d'autres pays.

Rappelons que la REP doit assurer la traçabilité des déchets collectés. Or, cette traçabilité est perdue dès lors qu'il y a exportation.



Traçabilité des déchets

Traçabilité des déchets collectés dans le cadre de la REP par les éco-organismes

- Traçabilité jusqu'à leur traitement final
- Obligation de déclaration la quantité et la destination des déchets exportés en dehors du territoire national

Transparence et critères de passation des marchés

Transparence et non-discrimination dans le cadre des marchés passés par l'éco-organisme (lorsqu'il pourvoit à la collecte, traitement, recyclage) relevant des activités agréées de l'éco-organisme

- Obligation pour les éco-organismes de passer des marchés selon des procédures d'appels d'offres non discriminatoires et transparentes avec un allotissement favorisant la concurrence.
- Publicité des marchés, candidats retenus
- Critères tenant compte du principe de proximité et du recours à l'emploi de personnes bénéficiant du dispositif d'insertion

Direction de la prévention des risques 12

De plus, au vu de l'actuelle instabilité géopolitique, il est important de diminuer notre extrême dépendance aux débouchés situés dans les pays tiers : si demain, nous sommes empêchés d'exporter nos TLC, nous devons pouvoir les gérer localement. Cet enjeu a d'ailleurs été clairement identifié par l'Ademe.

Enjeux de la REP

- **Développer le maillage territorial et détourner davantage de TLC usagés des OMR**
- **Réduire la dépendance de la filière à l'export** en assurant une augmentation du réemploi/réutilisation en France et en industrialisant la filière de recyclage
- **Augmenter les capacités de tri** pour que 100% des flux collectés soit triés par des centres de tri conventionnés avec l'EO
- **Accélérer l'écoconception des TLC** notamment via des éco-modulations ambitieuses et incitatives
- **S'assurer de la traçabilité** des flux triés jusqu'au dernier repreneur
- **Fédérer l'ensemble des acteurs** autour d'un projet d'économie circulaire commun avec pour but la réduction de l'impact environnemental de la filière

D'autre part, nous rappelons que l'export de déchets non dangereux est interdit. Les montagnes de textiles peuvent voyager jusqu'en Afrique car il s'agit, juridiquement, d'un marché de la seconde main et non du traitement des déchets. Au regard de la proportion importante de vêtements qui sont finalement jetés après être arrivés en Afrique, nous pensons qu'il y a matière à contester la caractérisation de ces vêtements : ils devraient prendre le statut de déchets dès lors qu'ils ne sont pas valorisés en Europe. Et dans ce cas, leur export devrait être interdit.

Notons d'ailleurs une contradiction évidente : lorsqu'un projet d'usine d'effilochage est proposé, les vêtements usés qui servent de matière première ont, à l'inverse, un statut de déchets. On peut donc légitimement s'interroger sur le fait que les vêtements usés aient statut de déchets s'ils vont vers une usine d'effilochage en France, et pas s'ils partent en Afrique où ils finissent pourtant à la décharge.

En cela, les objectifs de réemplois qui ne différencient pas les débouchés locaux ou internationaux alimentent un système vicieux. C'est pourquoi nous proposons de fixer un objectif chiffré et ambitieux de réemploi national textile : de 2022 à 2027, un taux de réemploi sur le territoire national de 30 % des vêtements collectés annuellement devrait être atteint contre environ 6% aujourd'hui ([source](#)).

Nous proposons également que notre filière se fixe comme objectif à terme de limiter au maximum les exportations et de développer les infrastructures et débouchés pour traiter localement ces TLC.

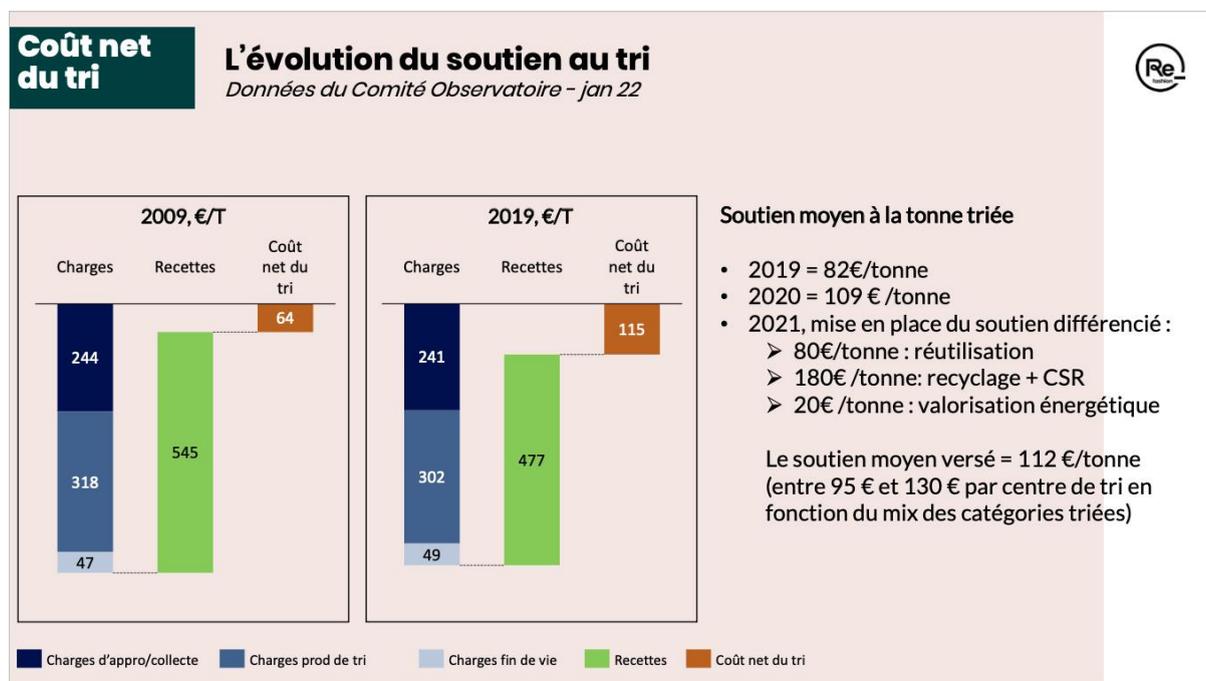
Enfin, nous proposons qu'une partie des éco-contributions soient destinées à soutenir les infrastructures de gestion de la fin de vie de nos vêtements en Afrique, et dans les autres pays récepteurs.

G. Re-prioriser les débouchés et soutenir la réparation

Il est important de rappeler qu'il existe une hiérarchie qui doit régir la manière dont sont traités les TLC, et tous les déchets en général :

- a) Réduire
- b) Réemployer
- c) Réparer
- d) Recycler

Cette hiérarchie doit se retrouver dans la stratégie de notre filière REP et dans le montant des soutiens. Le recyclage doit donc être le dernier recours, quand tous les autres sont impossibles. Ainsi, le soutien actuel attribué à la tonne pour le recyclage détourne des volumes qui pourraient être réparés ou réemployés. De plus, il peut être hasardeux de focaliser autant la stratégie de la filière sur le recyclage, quand les débouchés des produits qui en sortiront sont encore incertains, pour les raisons évoquées plus haut : dégradation de la qualité, concurrence étrangère moins chère.



Soutien à la tonne pour les opérateurs

Il faudrait que le soutien à la tonne destinée à la réparation soit bien plus important, afin de permettre la création d'un réel débouché pour cette voie, et cela en plus du fonds de réparation. Aujourd'hui, aucune contrainte technologique ou de construction ne freine la réparation des vêtements, contrairement à ce qu'on retrouve dans l'électronique, où l'on parle de réparabilité. En réalité, l'immense majorité des vêtements sont réparables. Le véritable obstacle à la réparation est économique : les opérateurs ne réparent aujourd'hui pas les vêtements parce que les coûts de réparation sont supérieurs à leur prix de revente potentiel. Le soutien à la filière de réparation, qui devra être développée en aval de la collecte, doit permettre de rendre ces réparations économiquement rentables pour eux.

Fonds de réparation pour les consommateurs

Le fonds réparation pour le textile doit prendre en charge une partie significative du prix des retouches sur les vêtements. En effet, de trop nombreux produits textiles ne sont pas réparés car une intervention coûte autant que le prix des produits neufs. Les prix du neuf sont par ailleurs en baisse du fait du développement du e-commerce et du low cost. Le fonds de réparation pourrait commencer par prendre en charge 20% du prix des retouches. Si cette prise en charge de 20% se révélait insuffisante à stimuler l'acte de réparation vu le coût en baisse des produits neufs, la possibilité de porter la prise en charge de 30% à 50% devra être étudiée deux ans après la mise en place du fonds réparation dans le textile.

Résumé des recommandations :

- 1) Fixer des objectifs de baisse des mises sur le marché d'environ 2% / an jusqu'en 2050 ;
- 2) Augmenter les éco-contributions : pour les pires pratiques, un maximum de 1€ en 2023, 5€ en 2027 ;
- 3) Indexer les éco-modulations sur le score carbone et la durabilité non-physique ;
- 4) Sensibiliser les particuliers à l'importance de réduire leur consommation de vêtements neufs ;
- 5) Créer un fond de solidarité pour les plus précaires ;
- 6) Mettre en place des contrôles réguliers sur la qualité des tris destinés à l'export ;
- 7) Fixer un objectif chiffré et ambitieux de réemploi national : 30% de 2022 à 2027 ;
- 8) Établir une trajectoire de limitation des exportations des déchets TLC ;
- 9) Soutenir les infrastructures de gestion de la fin de vie de nos vêtements dans les autres pays récepteurs, en particulier africains ;
- 10) Soutenir la réparation par un prix à la tonne et un fond de réparation.

Conclusion :

Les changements que nous proposons d'apporter au fonctionnement de la filière REP sont importants. Il peut être tentant de les considérer trop radicaux et de les écarter sous ce prétexte. Pourtant, c'est bien d'une refonte complète du fonctionnement de la filière REP dont nous avons besoin, et non d'un ajustement à la marge.

Sans cela, nous devons subir des dégâts sociaux et environnementaux toujours plus importants : augmentation de la quantité de déchets textiles, disparition des enseignes traditionnelles, destruction des emplois, déséquilibre économique de la filière de tri, augmentation des pollutions en tout genre... Au premier rang de ces risques environnementaux figure l'urgence climatique, le dernier rapport du GIEC ayant encore sonné l'alarme sur la situation sans précédent que nous vivons.

Grâce à son impact sur le signal prix des vêtements, l'outil REP est sans doute le plus puissant pour que notre secteur face sa part dans la lutte contre ce réchauffement

climatique. Allons-nous continuer à fermer les yeux sur l'urgence sociale et environnementale en faisant des ajustements à la marge, ou allons-nous enfin assumer nos responsabilités et prendre des mesures nécessaires et courageuses ? Telle est la première question à laquelle nous devons répondre avant d'établir ce nouveau cahier des charges.

Annexes

Annexe 1 - Note sur l'évolution de la conso textile

En Mode Climat montre dans [cette note](#) que les volumes de ventes ont plus que doublé depuis l'arrivée de la fast fashion au début des années 90 et ont continué à augmenter de façon presque constante jusqu'en 2019, année pré-covid

Annexe 2: Etude des gisements et des causes des invendus non alimentaires et de leurs voies d'écoulement

En se basant sur une étude de 61 marques, le rapport¹⁸ montre que les invendus bruts représentent 4,1% du chiffre d'affaires du secteur des vêtements et chaussures. 65% de ces invendus sont ensuite revendus à des destockeurs, 20% sont donnés à des associations, 10% sont recyclés-réparés, 5% sont détruits. Donc sur ces vêtements déclarés comme invendus, on peut considérer que 80% vont finir par être portés et qu'un maximum de 20% vont être détruits ou "décyclés" (si on considère qu'une partie des dons aux associations finissent ainsi). Au final, on fait l'hypothèse que les invendus détruits représentent environ 1% des ventes ($20\% \times 4,1\% = 0,8\%$).

Annexe 3 - Les liens entre dette et fin de vie des TLC.

[Texte de the OR foundation](#) - "What Does Debt Have To Do With Waste?"

"Everything. Retailers spend a lot of money to purchase bales of secondhand clothing, anywhere from \$75 to \$500 and they buy these bales blind to the quality of goods inside. They do not have the ability to return a bale if it is moldy or full of garments in unsellable condition. Our research found that less than 20% make a profit on the average bale, with most retailers taking out loans to pay off other loans.

Most of the clothing that leaves Kantamanto as "waste" may not be high quality, but it is wearable in the most basic of senses. Clothing leaves Kantamanto as waste because fossil fuel fast fashion has turned clothing into a disposable commodity, thereby driving down the value so much that secondhand retailers no longer make enough money to invest in the rehabilitation of lower quality items through washing, mending or tailoring. Retailers have to pay rent to store the clothing that they cannot sell and at some point they can no longer afford to keep the clothing lying around taking up space in their stalls.

With debts to pay off retailers must send unsold clothing to "The Away" (burn piles and the ocean), while they continue to gamble on the next bale, hoping that it will yield enough high quality garments for them to pay off past bales. Such hopes are rarely realized.

¹⁸ ADEME, étude des gisements et des causes des invendus non alimentaires et de leurs voies d'écoulement, novembre 2021

When we say that Kantamanto is on the front lines of fashion's waste crisis, we mean that everyone working in Kantamanto exists in a constant state of crisis, laboring in survival mode. The more debt, the more waste. "

Debt relief is key to ensuring that Kantamanto as a model of circularity can continue to resist the advancing frontier of disposable fashion. Debt relief is not where the work ends, but these funds allow retailers, tailors and kayayei the headspace to work towards long term solutions including new business models."