

# Économie circulaire, mode et textile :

l'Île-de-France  
sous toutes ses coutures



**DRIEAT Île-de-France**  
Direction régionale et interdépartementale  
de l'environnement, de l'aménagement  
et des transports



Le Comité francilien  
de l'économie circulaire

présente

# Économie circulaire, mode et textile :

l'Île-de-France  
sous toutes ses coutures

## Comité francilien de l'économie circulaire

Novembre 2023

### Contact ORÉE

42, rue du Faubourg Poissonnière  
75010 Paris

Tél. : (+33) 01 48 24 04 00

E-mail : [oree@oree.org](mailto:oree@oree.org)

Site Internet : [www.oree.org](http://www.oree.org)

LinkedIn : @ORÉE

Twitter : @assoOREE

### Crédits photos

Couverture (de haut en bas) : Couverture (de haut en bas) ; Loom ; Chaussettes Solidaires ; Les Pincés à Linge

Intérieur : Loom ; H.A.W.A au féminin ; Loom ; Pauline Chevalier, Tacante, Jardy 2023 ; Mode Estime ; Chaussettes Solidaires ; Patrice Quillet, La Manufacture ; Les Pincés à Linge ; La Refile ; Les Pincés à Linge ; Société Maximum ; Triethic ; Chaussettes Solidaires.

Imprimé sur du papier recyclé FSC.

Imprimerie AZ-PRINT s.a. Rue de l'informatique 6 – 4460 Grâce-Hollogne (Z.I.)

# Le Comité francilien

## 13 partenaires pour impulser l'économie circulaire en Île-de-France

Initié depuis 2013 et animé par ORÉE, le Comité francilien de l'économie circulaire est un **groupe de réflexion, de collaboration et d'action pour promouvoir l'économie circulaire en Île-de-France**. Il réunit des responsables de l'ADEME Île-de-France, les Canaux, la CCI Paris Île-de-France, le CEREMA, la CRESS, le Conseil Régional d'Île-de-France, la DRIEETS Île-de-France, la DRIEAT Île-de-France, l'Institut Paris Region, la Métropole du Grand Paris, ORÉE, le TEDDIF et la Ville de Paris. Sont au cœur du projet du Comité francilien de l'économie circulaire :

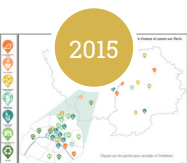
- **La mutualisation des compétences et des ressources** pour consolider une vision globale sur la transition de l'Île-de-France vers une économie circulaire ;
- **Le développement d'outils transversaux et d'actions multipartites** pour dynamiser les politiques des territoires franciliens en faveur d'une économie circulaire ;
- **La valorisation des actions des entreprises, des associations et des collectivités d'Île-de-France** engagées dans des modèles d'économie circulaire.

## Les travaux du Comité francilien de l'économie circulaire



Les travaux du Comité francilien de l'économie circulaire ont permis l'élaboration de fiches « Renforcer la compétitivité et l'attractivité de votre territoire grâce à une démarche d'écologie industrielle et territoriale ».

À télécharger ici : [http://bit.ly/F\\_EIT\\_1](http://bit.ly/F_EIT_1) et [http://bit.ly/F\\_EIT\\_2](http://bit.ly/F_EIT_2)



Le Comité francilien a présenté le « Recueil cartographique des initiatives franciliennes d'économie circulaire » qui distingue 87 initiatives – actions ou business modèles incarnant dans les territoires franciliens les 7 piliers définissant l'économie circulaire.

À télécharger ici : <http://bit.ly/CARTO1>



Le Comité francilien de l'économie circulaire a réalisé le guide « Sur la route de l'économie circulaire : 20 découvertes insolites en Île-de-France », qui présente 20 initiatives – actions ou modèles d'affaires – en économie circulaire, pour donner envie à d'autres de se lancer.

À télécharger ici : [http://bit.ly/SLR\\_1](http://bit.ly/SLR_1)



Le recueil des initiatives franciliennes est publié pour la **seconde fois**. Actualisé, il recense 112 initiatives. Il offre une vision des initiatives les plus représentatives de la région en économie circulaire.

À télécharger ici : <http://bit.ly/CARTO2>



Le Comité francilien a édité « **Économie circulaire : Qui fait Quoi ?** » présentant les dispositifs d'accompagnement des projets d'économie circulaire proposés par les membres du Comité sur le territoire francilien.

À télécharger ici : [http://bit.ly/QFQ\\_2018](http://bit.ly/QFQ_2018)

Le Comité francilien a enrichi annuellement la collection des « Sur la route » avec des publications thématiques :

- « Économie circulaire et économie sociale et solidaire : des valeurs croisées pour entreprendre en Île-de-France » (2018)

À télécharger ici : [http://bit.ly/ESS\\_EC](http://bit.ly/ESS_EC)



- « Économie circulaire et alimentation : des initiatives franciliennes pour tous les goûts » (2019)

À télécharger ici : [http://bit.ly/EC\\_Alim](http://bit.ly/EC_Alim)

- « Économie circulaire et nouveaux modèles économiques : innover pour réinventer l'économie francilienne » (2020)

À télécharger ici : [https://bit.ly/NME\\_EC\\_20](https://bit.ly/NME_EC_20)

- « Économie circulaire et culture : concilier création artistique et préservation des ressources » (2021)

À télécharger ici : [https://bit.ly/EC\\_et\\_Culture](https://bit.ly/EC_et_Culture)



- « Économie circulaire et sport : s'entraîner à de nouvelles pratiques » (2022)

À télécharger ici : [https://bit.ly/EC\\_et\\_Sport](https://bit.ly/EC_et_Sport)



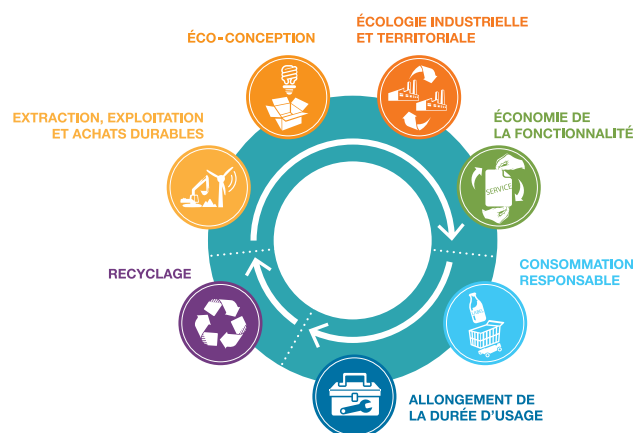
# Économie circulaire Mode et textile Rappels !

## L'économie circulaire (EC)

Bien que les définitions de l'économie circulaire varient, son essence est de passer de modèles économiques linéaires « fabriquer et jeter », à un « système économique d'échange et de production qui, à tous les stades du cycle de vie des produits, vise à augmenter l'efficacité de l'utilisation des ressources et à diminuer l'impact sur l'environnement tout en permettant le bien-être des individus »<sup>1</sup>.

Dans un contexte de raréfaction des ressources et d'accroissement de la production de déchets, l'économie circulaire a pour but de mettre en œuvre des modèles qui prennent en compte la nécessité d'une gestion sobre des ressources, la durabilité dans la fabrication des produits (éco-conception), la longévité, le réemploi, la réutilisation, la réparation, le recyclage, afin de réduire la consommation et l'usage de matériaux, d'énergies et la production de déchets et d'émissions. Pour ce faire, elle s'appuie sur de nouveaux modèles économiques spécifiques, notamment l'économie de la fonctionnalité et l'écologie industrielle et territoriale, tout en rassemblant l'ensemble des acteurs concernés : collectivités, entreprises, associations et citoyens.

### Les 7 piliers de l'économie circulaire



Son principe de fonctionnement en boucles fermées permet de développer des écosystèmes territoriaux sobres, efficaces et durables. Les 7 piliers définis par l'ADEME (voir schéma ci-contre) sont autant d'outils pour atteindre cet objectif. L'économie circulaire est dorénavant une thématique incontournable dans l'élaboration des politiques globales de lutte contre le changement climatique et de préservation des ressources

Afin d'atteindre ces objectifs, la France a renforcé son cadre législatif, notamment par la Feuille de route nationale sur l'économie circulaire en 2018, la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (loi AGEC) en 2020, dont de nombreux décrets ont été publiés en 2021 et 2022, et la loi Climat et Résilience de 2021 (plusieurs de ses articles venant compléter la loi AGEC). Enfin, le 30 mars 2022, l'Union européenne a proposé un paquet de mesures en faveur de l'économie circulaire, afin de « faire des produits durables la norme »<sup>2</sup>. Depuis, la Commission européenne a organisé une consultation début 2023 pour construire sa future proposition en matière d'écoconception et de produits durables. L'objectif est d'identifier les catégories de nouveaux produits à réglementer en priorité, comme par exemple les textiles et les chaussures.

## Le textile et la mode

Le textile est un matériau composé de fibres naturelles (lin, coton, laine, chanvre, etc.) ou de fibres synthétiques (polyamide, polyester, acrylique, élasthanne, etc.). Il est généralement divisé en deux catégories : les textiles traditionnels qui mettent l'accent sur l'esthétisme et le confort (habillement et ameublement), et les textiles techniques qui se concentrent sur des caractéristiques spécifiques pour une application déterminée (isolation, résistance mécanique, conductivité électrique, etc.).

Au cœur de cette industrie, la mode désigne la façon de se vêtir en fonction des époques et des lieux. Mode et secteur textile entretiennent une relation d'interdépendance : ils évoluent ensemble, s'influencent et s'inspirent continuellement en fonction des techniques existantes.

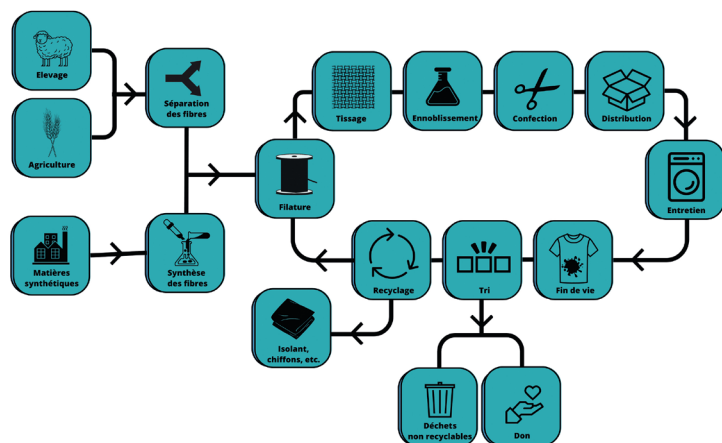
Depuis l'ère industrielle, il est observé un véritable dépassement de la fonction utilitaire du vêtement. La mondialisation et le développement de la société de consommation sont venus soutenir la croissance exponentielle du secteur. Aujourd'hui, ce sont plus de 100 milliards de vêtements qui sont vendus chaque année dans le monde, la production ayant doublé entre 2000 et 2014<sup>3</sup>. Ces chiffres s'expliquent notamment par la montée en puissance de la « fast fashion » : la multiplication d'entreprises qui proposent une production à bas coût, des collections à un rythme accéléré, des articles de faible qualité et des investissements publicitaires massifs.

2. Commission européenne (2022), « De nouvelles propositions pour faire des produits durables la norme ».

3. Timeout for fast fashion, Greenpeace, 2014

Fabriquer un vêtement nécessite de suivre plusieurs étapes (cf. schéma ci-dessous).

### LE CYCLE DE VIE DU VÊTEMENT



\*Schéma inspiré de celui de l'ADEME dans le document "Revers de mon look" de juillet 2022

D'abord, il faut choisir la matière première (naturelle ou synthétique). Les fibres sont ensuite transformées en fils grâce à un ensemble de procédés industriels appelés « filature ». Puis vient la phase de tissage (entrecroisement de fils) ou de tricotage (technique de nœuds avec un seul fil). La méthode diffère en fonction du produit et des caractéristiques attendues. Les tissus subissent plusieurs traitements lors de la phase d'ennoblement (teinture, impression, blanchiment, etc.). Enfin, les différentes pièces de tissu sont assemblées pendant l'étape de confection pour arriver au produit fini.

L'Île-de France, région sur laquelle porte ce recueil, est un lieu à haut potentiel. Il accueille de nombreux sièges sociaux de marques textiles, des écoles de mode et de design, des ateliers de stylistes, des personnalités de la haute couture, etc. En revanche, la production de textile reste limitée et constitue un enjeu important du territoire.

Selon une étude réalisée par l'INSEE en 2018<sup>4</sup>, ce sont près de 19 200 personnes qui travaillent dans l'industrie textile en Île-de-France. La région se positionne ainsi deuxième au niveau national dans le classement des territoires avec le plus grand nombre de travailleurs dans ce secteur (juste derrière la région Auvergne-Rhône-Alpes et devant les régions Pays de la Loire et les Hauts-de-France). Il existe de nombreuses initiatives franciliennes engagées dans une démarche environnementale et qui disposent d'un savoir-faire, de créativité et de solutions qui ne demandent qu'à se déployer.

## Le textile, la mode et l'économie circulaire

L'industrie textile est considérée comme l'une des industries les plus polluantes au monde, devant les vols internationaux et le trafic maritime réunis, avec plus de 4 milliards de tonnes d'équivalent CO<sub>2</sub> émis par an (vêtements et chaussures compris)<sup>5</sup>. Depuis le début des années 2000, l'essor de la mode éphémère est venu amplifier et empirer ces impacts environnementaux. Les conséquences sont multiples et s'étalent sur l'ensemble du cycle de vie des produits.

D'abord, l'extraction de matières premières demande une quantité importante de ressources (renouvelables ou non). La fabrication de fibres naturelles, issues de matières végétales ou animales, consomme de l'eau, des produits chimiques (pesticides et intrants) et de l'espace foncier. Quant aux fibres synthétiques, 70% d'entre elles proviennent du pétrole.

La fabrication des produits textiles se fait en grande partie en dehors de l'Europe : la Chine est le premier pays exportateur au niveau mondial. Pour teindre les habits, des substances dangereuses pour l'homme et l'environnement sont manipulées. De nombreux moyens de transport sont ensuite utilisés pour livrer les entreprises partout dans le monde.

Une fois acheté, le vêtement est lavé plusieurs fois pendant sa phase d'utilisation, ce qui demande une quantité non négligeable d'eau potable. Lorsque le produit est conçu avec des matières synthétiques, des microfibres plastiques sont également libérées à chaque lavage. Entre 18 000 et 46 000 tonnes de microfibres textiles sont rejetées tous les ans au niveau européen, créant une pollution importante des cours d'eau et des océans<sup>6</sup>.

4. Étude de l'INSEE « Part de l'industrie textile dans l'emploi régional en 2018, effectifs et évolution entre 2008 et 2018 »

5. Étude de l'ADEME de juin 2018 « Mode sans dessus-dessous »

6. Rapport n° 217 (2020-2021) de Mme Angèle PRÉVILLE et M. Philippe BOLO, le 10 décembre 2020

## Économie circulaire, textile et mode

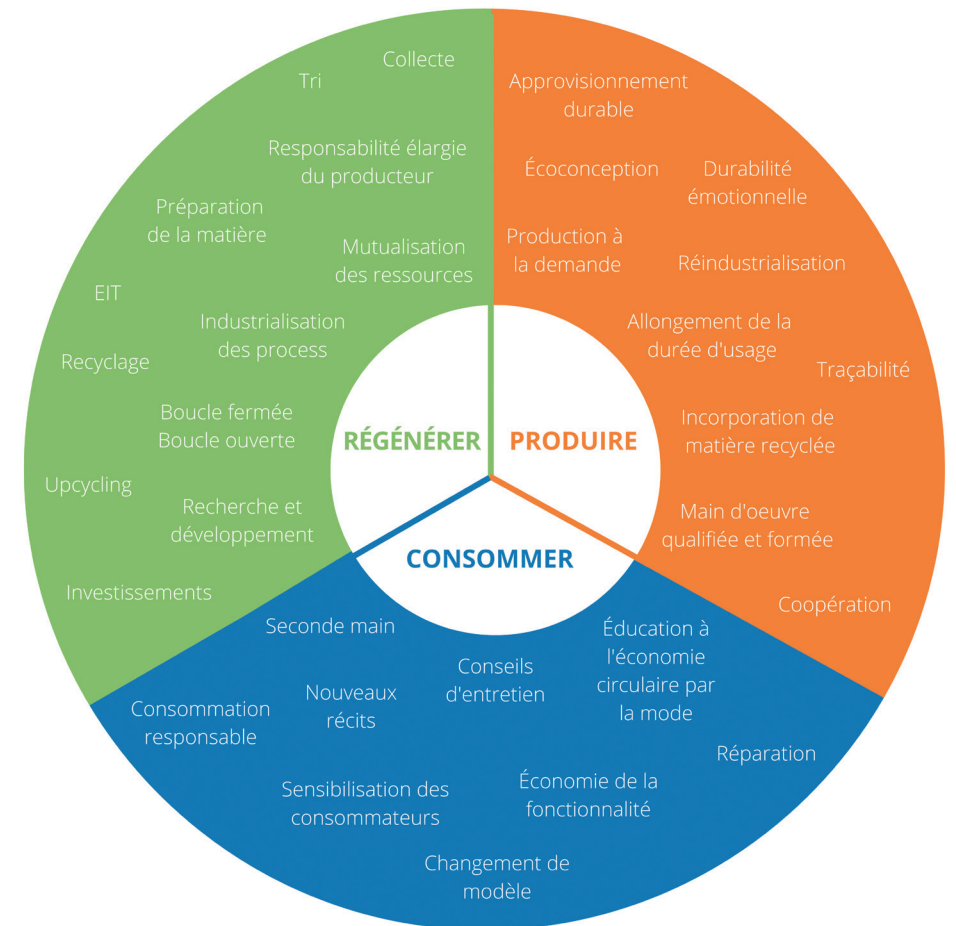
Concernant la fin de vie des produits textiles, 31% sont collectés en France en 2022, et seulement 31,3% de cette quantité sont recyclés (ce qui représente *in fine* environ 9,6% des produits mis sur le marché). De plus, on constate une diminution de la qualité des matières utilisées dans la production textile, ce qui rend le réemploi et le recyclage de plus en plus complexes.

L'Union européenne, avec notamment sa stratégie pour des textiles durables, et l'État français, avec l'adoption de la loi AGECE, tentent de limiter la linéarité de ce système. Le concept d'économie circulaire est un véritable levier à développer pour réduire les impacts environnementaux identifiés. Il offre des solutions complètes et adaptées à chaque initiative : approvisionnement durable (matières issues du recyclage, fibres naturelles biologiques, etc.), éco-conception des vêtements (optimisation du design, choix des tissus, accessoires, etc.), écologie industrielle et territoriale (mutualisation des solutions, achats locaux, etc.), économie de la fonctionnalité (innovation, location, etc.), sensibilisation à la consommation responsable (seconde main, ateliers, etc.), allongement de la durée d'usage (réemploi, réparation, durabilité émotionnelle, conseils d'entretien, etc.) et gestion de la fin de vie (revalorisation, recyclage, etc.).

Les initiatives se multiplient au sein des différentes structures de la mode et du textile et le secteur s'organise autour de ces nouveaux enjeux et solutions. Le présent livrable s'attache à présenter des illustrations concrètes d'application de l'économie circulaire dans des projets franciliens selon les 3 phases importantes de la vie du produit :

- **La production ;**
- **La consommation ;**
- **La régénération.**

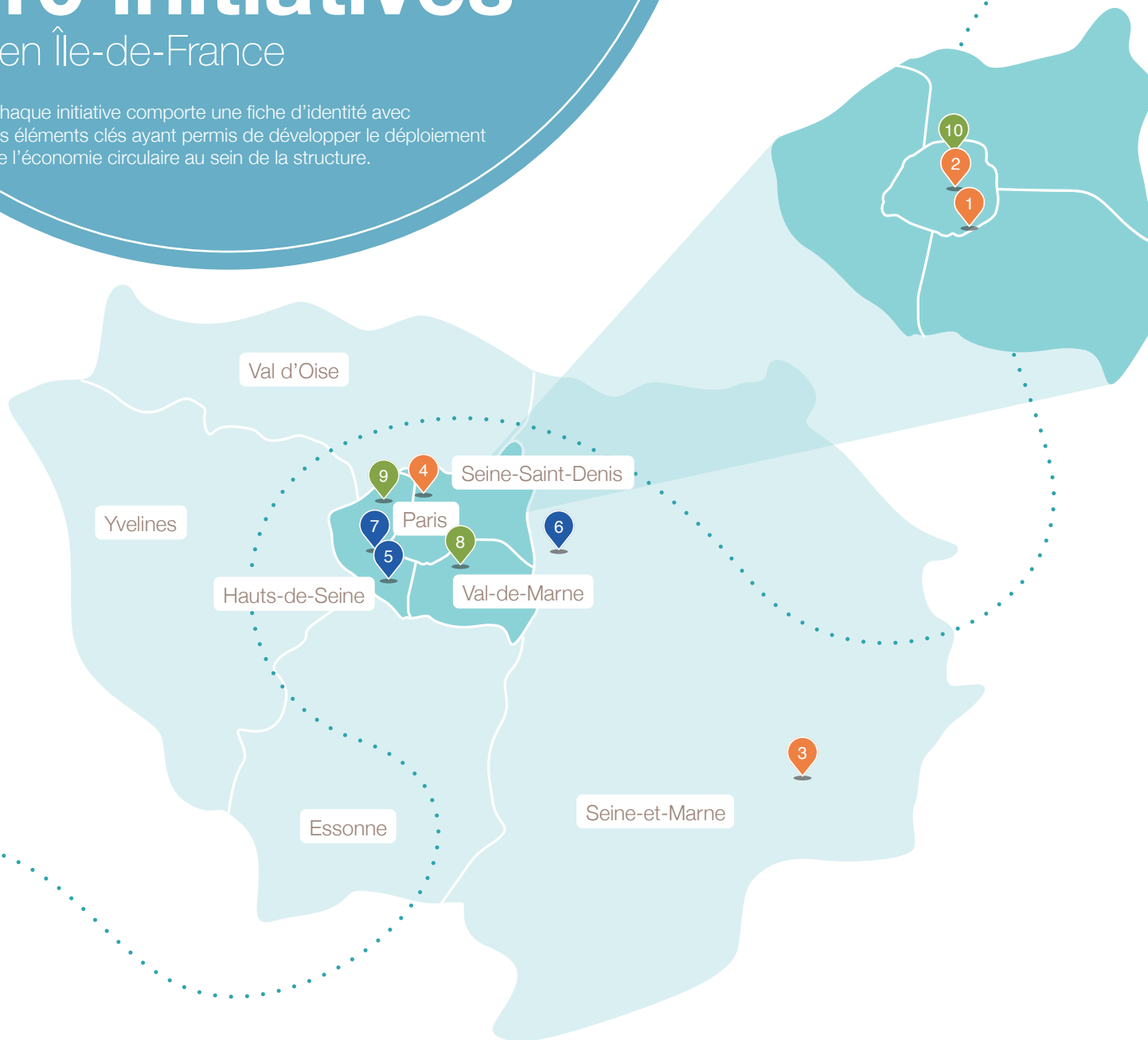
Le schéma ci-après synthétise les différents leviers recommandés par les experts interrogés et les diverses actions mises en place par les initiatives présentées dans ce livrable. Répartis selon les trois sections mentionnées, les termes seront explicités au fur et à mesure de la lecture.



# 10 initiatives

en Île-de-France

Chaque initiative comporte une fiche d'identité avec les éléments clés ayant permis de développer le déploiement de l'économie circulaire au sein de la structure.



## PRODUCTION

- 1 H.A.W.A au féminin p 17
- 2 Loom p 20
- 3 Tacante p 23
- 4 Mode Estime p 28

## CONSOMMATION

- 5 La Manufacture p 34
- 6 Les Pincés à Linge p 37
- 7 La Refile p 40

## RÉGÉNÉRATION

- 8 Tissium p 48
- 8 Triethic p 51
- 10 Chaussettes Solidaires p 54

# Production



## EXPERTE :

### Annick JÉHANNE – Fashion Green Hub

Annick JÉHANNE est présidente de l'association Fashion Green Hub France. Avec plus de 450 membres au niveau national, la structure accompagne la transition écologique de la mode et du textile en proposant des solutions collectives, locales et innovantes (événements, formations, groupe de travail, etc.). Créée à Roubaix, l'association est également installée à Paris, dans la Manufacture Berlier, lieu emblématique de la mode circulaire et solidaire.

Forte d'une carrière entièrement dédiée à la mode, Annick partage ses connaissances et son expertise pour aider les acteurs à se transformer. Elle est également co-fondatrice de Fashion Green Seed, un fonds de dotation qui a pour objectif de financer les actions visant à décarboner la mode et à promouvoir la diversité au sein de la filière en France.

## État des lieux du déploiement de l'économie circulaire pour la partie production

L'Île-de-France accueille de nombreux sièges de marques et constitue un lieu privilégié pour la conception des produits textiles. Cependant, la production y est peu développée. Loin des grands volumes produits à l'échelle mondiale, les initiatives existantes sont souvent artisanales, spécialisées dans un domaine particulier (upcycling, transformation, réparation, etc.), et interviennent rarement aux premières étapes du cycle de vie d'un vêtement : extraction de matières premières, création du textile, fabrication de l'article.

Au niveau national, les acteurs publics et les entreprises prennent progressivement conscience, depuis plusieurs années, des opportunités apportées par la mise en place de modèles circulaires : création d'emplois, amélioration de la traçabilité, réduction des impacts environnementaux, économies de ressources, etc. Ces réflexions, associées à la mise en œuvre d'actions opérationnelles (écoconception, approvisionnement durable, etc.) facilitent la sensibilisation auprès des consommateurs et constituent

un terrain favorable au développement de filières plus respectueuses de l'environnement.

Les projets s'inscrivent davantage dans des dynamiques locales et visent une certaine autonomie nationale, qui reste encore à relativiser avec la part toujours conséquente des importations dans le secteur (environ 90% des textiles achetés par les Français sont importés). Avec le déploiement de l'économie circulaire, accéléré par la loi AGEC de 2020, la production textile se réorganise pour mettre en place une meilleure gestion des ressources et incorporer des matières recyclées.

## Quels freins identifiez-vous à ce développement ?

En France, la production de textile souffre d'un manque de filatures (lieux consacrés à la transformation de matière première en fil). Ces usines demandent peu de capital humain, mais requièrent des financements importants pour l'acquisition des machines, ce qui peut freiner les investisseurs.

Favoriser la production locale demande également une certaine maîtrise de la chaîne de valeur par les distributeurs. Considéré comme technique et chrono-

phage dans une économie mondialisée, cet exercice permet pourtant aux distributeurs de repenser les relations avec leurs partenaires (sous-traitants, circuits de distribution, etc.).

Actuellement, les démarches d'écoconception des metteurs en marché de produits textiles se concentrent beaucoup sur le sujet des matières, mais ne traitent pas suffisamment des usages finaux des produits. Identifier les besoins réels des consommateurs est néanmoins essentiel pour correspondre au mieux à leurs attentes et ne pas risquer de développer des produits qui finiront rapidement jetés ou en surstock.

Enfin, on constate un manque de main d'œuvre qualifiée et formée pour les métiers de la production textile en France. Cette contrainte ralentit les tentatives de réindustrialisation et, a fortiori, le déploiement de l'économie circulaire dans le secteur.

## Quelles sont les solutions et les bonnes pratiques existantes ?

Concernant les matières utilisées pour la production, il est désormais possible techniquement de récupérer des objets textiles pour en refaire des vêtements. Le problème est que la majorité des produits sont composés d'un mélange de polyester et de coton, ce qui rend délicat la mise en place de certains procédés. Des alternatives ont été identifiées pour rendre la production de vêtements plus respectueuse de l'environnement : utiliser des végétaux adaptés aux conditions climatiques du pays et ne faisant pas concurrence à l'agriculture nourricière (comme les orties par exemple), ou encore des déchets du circuit alimentaire (mangue, banane, etc.). Il est nécessaire de soutenir et d'aider financièrement la recherche et le développement de ces solutions.

Une autre piste à investiguer serait de mettre davantage en place ce qu'on appelle « la mode à la demande ». Cette pratique consiste pour l'entreprise à fabriquer les produits une fois que les consommateurs les ont achetés, en développant un système de précommande. Adopter ce fonctionnement réduit considérablement les invendus et les surstocks. Il permet de lisser les productions en limitant

l'effet de saisonnalité pour les ateliers de production, qui sont habituellement très demandés sur certaines périodes de l'année. La « mode à la demande » se présente comme une solution pour baisser l'impact environnemental des entreprises tout en améliorant leur trésorerie. Elle agit sur tous les acteurs de la chaîne, en reconnectant les consommateurs à la valeur du produit et en luttant contre les achats impulsifs.

## Quelles sont les perspectives pour l'avenir ?

Le changement de modèle passe d'abord par une modification du cadre juridique français et européen. Selon Fashion Green Hub, l'un des objectifs est de mettre en place des normes environnementales et sociales plus développées pour éviter la destruction des industries nationales au profit de la *fast fashion* mondialisée, pour augmenter significativement la qualité et la durabilité des produits et pour permettre aux pouvoirs publics et aux citoyens d'orienter davantage leurs commandes vers des productions locales. L'échelon régional donne pleinement l'opportunité de raisonner en termes de circularité. Avec sa compétence économique, la Région est à même de structurer et de coordonner la filière.

Enfin, il serait nécessaire de promouvoir encore davantage le « made in France ». Les consommateurs sont de plus en plus sensibles à la provenance de leurs achats et comprennent les bénéfices qu'ils peuvent en tirer (environnementaux, économiques, sociaux, etc.). Les distributeurs doivent prendre du temps pour se questionner et se fixer des objectifs concrets à court terme (par exemple : « 10% de nos achats textiles seront fabriqués en France dans 5 années »). Pour rendre possible le retour d'une production nationale, des technologies devront également être utilisées dans les ateliers pour rendre plus rentable l'activité et faciliter le travail des ouvriers (communication des données, automatisation, etc.).



• **hawa**  
au féminin

• **LO  
OM**

• **TACANTE**



• **hawa.**  
au féminin

## H.A.W.A au féminin

- **Porteur** : H.A.W.A au féminin
- **Structure juridique** : Association Loi 1901
- **Date de création** : 2021
- **Chiffre d'affaires** : 326 000 € en 2023
- **Nombre de salariés** : 29



### Objectifs du projet

- **Créer une entreprise d'insertion en faveur du développement durable** autour de la thématique de la mode circulaire
- **Lutter contre le gaspillage vestimentaire** (acheter moins mais mieux)
- **Développer une boutique en ligne** basée sur la revalorisation des invendus
- **Favoriser l'accès à l'autonomie de femmes en situation de vulnérabilité**



### Point de départ et actions mises en place

H.A.W.A au féminin est une structure d'insertion qui utilise les invendus et les stocks dormants des marques de mode pour les transformer, les sublimer et les revendre. Elle propose un accompagnement social et professionnel innovant pour insérer durablement des femmes en situation de vulnérabilité.

C'est suite à la lecture d'un article sur la loi anti-gaspillage vestimentaire qu'Hawa Sangaré a souhaité participer à ce défi en créant sa propre structure.

Avec son équipe, elle a développé une boutique en ligne intitulée « #2ndeVie ». La plateforme était initialement pensée pour revendre les invendus des marques partenaires, mais elle s'est rapidement diversifiée pour proposer de la création de vêtements et de l'upcycling.

Les recrutements et les compétences en interne se sont alors multipliés : couture, logistique, distribution, marketing, communication, conseil, etc. Des stylistes ont pris part au projet et l'association a dû s'équiper avec des machines neuves et industrielles.

H.A.W.A au féminin intervient désormais à différentes étapes de la production textile : dessin, patron, modélisation, production, développement, vente en ligne, etc.

La structure s'adresse à un large public composé de professionnels et de consommateurs individuels. Elle s'appuie sur un bureau dans le centre de Paris et sur un atelier au sein de la Manufacture Berlier, lieu emblématique pour la filière textile solidaire et circulaire à Paris, qui accueille 5 autres structures de l'économie sociale et solidaire (ESS) dans le XIII<sup>e</sup> arrondissement de Paris (dont Fashion Green Hub cité précédemment).



## Étapes clés

- **2021** : lancement de l'association (10 salariés) et de la boutique en ligne #2ndeVie
- **2022** :
  - Embauche complémentaire de salariés pour arriver à 26 salariés en insertion
  - Ouverture de 2 sites à Paris intra-muros :
    - 1 bureau de style de mode circulaire dans le 11<sup>e</sup> arrondissement ;
    - 1 atelier de confection textile durable de 340 m<sup>2</sup> situé dans la manufacture Berlier.
  - Lauréat de 2 Trophées de l'Économie sociale et solidaire délivrés par la Ville de Paris (les trophées « Montée en échelle » et « Coup de cœur étudiant »).



## Retour d'expérience

### CLÉS DE SUCCÈS

H.A.W.A a pu se développer rapidement en se positionnant sur un créneau encore peu exploré : offrir un haut niveau de confection en France à partir d'inventus et de chutes de tissus (moyenne gamme, haut de gamme et luxe). Miser sur le textile dans son ensemble, notamment d'habillement - et pas simplement sur la fabrication d'accessoires - a permis à l'association de se différencier des autres initiatives dans le domaine de la mode circulaire. La structure a rapidement gagné en notoriété en développant plusieurs partenariats, en faisant preuve d'agilité et en proposant une certaine excellence opérationnelle (finitions de qualité, capacité à recruter, etc.). Son emplacement géographique constitue également un facteur clé de succès en étant proche de ses partenaires.

### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

Le projet initial, qui s'appuyait uniquement sur de la revente en ligne, a rapidement dû être modifié, notamment en raison de problèmes d'approvisionnement. Récupérer et vendre exclusivement des inventus nécessitait de sourcer, de contacter et de vendre dans des délais très courts, etc. Très vite, ce modèle a dû être repensé pour intégrer une nouvelle activité : la production et le développement de produits textiles au travers d'une activité d'upcycling fabricant des accessoires, goodies et vêtements pour la boutique en ligne de H.A.W.A et pour ses clients professionnels.

### Le chiffre clé

-  
**Environ 315 m<sup>2</sup>  
de tissus sauvés**

par la fabrication  
de 700 étuis d'ordinateurs

Bien que ce nouveau fonctionnement porte ses fruits, il reste difficile de stabiliser la trésorerie qui représente désormais la principale problématique de l'association.

### CONSEILS

- Échanger avec des initiatives similaires pour anticiper et surmonter les difficultés rencontrées ;
- Ne pas hésiter à demander de l'aide auprès des différentes structures existantes (conseils, subventions, accompagnement, etc.)
- Diversifier ses activités.



## Accompagnement

### FINANCIER

L'initiative a reçu le soutien de la Ville de Paris qui a accordé un financement d'investissement pour l'achat de matériel et un financement en lien avec l'insertion pour le démarrage du projet. Paris Initiative Entreprise (PIE) a aussi aidé la structure sur le plan économique en abondant la trésorerie.

### PARTENAIRES

- La marque de vêtements éthiques Bleu Tango donne de nombreux inventus à l'association depuis le lancement du projet et lui confie depuis peu une partie de la confection.
- L'entreprise de prêt-à-porter et de sacs de luxe Balmain passe régulièrement commande pour

soutenir et accompagner l'initiative. La marque épaula l'association avec des dons.

- La marque française de lingerie Ysé collabore avec la structure pour donner une seconde vie à ses maillots de bain (inventus ou défectueux). H.A.W.A au féminin s'occupe de les broder, de les raccommode avant de les renvoyer pour qu'ils soient remis sur le marché. Ysé donne également des tissus pour alimenter la collection de l'association.
- La Ville de Paris a sélectionné en 2022 l'initiative dans le cadre d'un marché pour revaloriser les élingues textiles (éléments de levage souples qui font le lien entre une machine et une charge à soulever) du chantier de l'Accord Arena.



## Perspectives de développement

H.A.W.A au féminin souhaite stabiliser sa trésorerie en développant une ou deux activités récurrentes (notamment en partenariat avec des hôtels). Pour renforcer la lutte contre le gaspillage vestimentaire, l'association prévoit également le lancement d'un programme « nouvelle vie pour les anciens uniformes » dont la finalité sera le recyclage et le réemploi des anciens uniformes. Une analyse d'impact est prévue pour ce projet.

### CONTACT

\*\*\*\*\*

#### Hawa Sangaré

Fondatrice de H.A.W.A au féminin  
et de l'initiative #2ndeVie  
15, rue Jean Baptiste Berlier  
75013 Paris

[www.hawaaufeminin.com](http://www.hawaaufeminin.com)  
[hawa.strategy@gmail.com](mailto:hawa.strategy@gmail.com)

## Loom

- **Porteur :** Loom
- **Structure juridique :** Société par actions simplifiée
- **Date de création :** 2016



### Objectifs du projet

- **Mettre sur le marché des vêtements conçus pour durer**
- **Sensibiliser les consommateurs** à l'achat raisonné de vêtements
- **Faire du plaidoyer** auprès des acteurs publics pour repenser l'industrie textile



### Point de départ et actions mises en place

Soucieux de proposer une alternative au modèle de la *fast fashion* pour les citoyens souhaitant s'habiller autrement, les fondateurs de Loom ont lancé leur propre marque de vêtements. Ils mettent l'accent sur la durabilité de leurs produits, d'une part pour la satisfaction des consommateurs (proposer des vêtements qui tiennent dans le temps), et d'autre part pour l'environnement (générer l'impact le plus faible possible).

Loom souhaite aussi promouvoir un mode de consommation responsable en ne faisant ni action promotionnelle, ni solde. L'entreprise décide de ne pas proposer de « collections », mais travaille sur des « générations » pour ne pas avoir un renouvellement permanent des pièces. L'objectif est de s'éloigner le plus possible du système de la « mode éphémère », qui pousse les entreprises à proposer jusqu'à 24 nouvelles collections par an et qui crée de nouveaux désirs artificiels auprès des consommateurs.

À l'inverse, raisonner en « génération » permet de se questionner sur les besoins réels de sa clientèle et de proposer des pièces intemporelles. L'utilisation de matières naturelles (coton, laine) est encouragée

(les matières synthétiques ne sont utilisées que si elles participent à l'allongement de durée d'usage du produit). La production est assurée principalement en France et au Portugal. Loom intervient dans la presse, sur les réseaux sociaux et sur leur blog pour informer les consommateurs et convaincre les décideurs de la nécessité de changer de modèle.

En 2021, Loom s'est réuni avec plusieurs autres marques pour former la coalition « En Mode Climat ». L'objectif de cette association est de porter plus haut les demandes d'une meilleure prise en compte des objectifs environnementaux dans le secteur textile. Pour diminuer les émissions de CO<sub>2</sub> du secteur de la mode En Mode Climat propose trois leviers : réduire la production de vêtements neufs, relocaliser et réparer.



### Étapes clés

- **2016 :** création de la marque par « Merci Alfred »
- **2017 :** recrutement d'une personne à plein temps sur le projet
- **2021 :** lancement de la coalition « En mode Climat »



### Retour d'expérience

#### CLÉS DE SUCCÈS

La forte ambition éthique des fondateurs a permis de construire une communauté importante et prête à soutenir le projet. D'un point de vue concurrentiel, Loom arrive à se démarquer comme une alternative pertinente face à la montée en puissance de la *fast fashion*. Elle a su se diversifier au-delà de la production de vêtements, en sensibilisant le grand public et les acteurs décisionnels (blog, lobbying, etc.). Elle gagne aussi en compétences en participant à des coalitions d'acteurs telles qu'En Mode Climat.

#### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

La recherche d'un modèle de financement adapté au projet a constitué un véritable défi pour la marque qui a dû tester plusieurs solutions avant de stabiliser son fonctionnement. Le fait d'avoir un profil différent des marques majoritairement rencontrées sur le marché n'a pas rendu simple les discussions avec les potentiels investisseurs, la volonté de Loom de ne pas avoir une croissance exponentielle ayant par exemple été questionnée.

Une autre difficulté pour Loom est de se développer, sans inciter à consommer. Il est par exemple compliqué de toucher une plus large audience sans stratégie publicitaire.

Pour minimiser le plus possible son impact environnemental et social, Loom met l'accent sur la traçabilité de la production, notamment en termes de matières. C'est un exercice complexe dans la mesure où les acteurs de l'industrie textile restent très nombreux et dispersés (cultivateurs, éleveurs, filateurs, fabricants de tissu, teinturiers, confecteurs, etc.).

### Le chiffre clé

Depuis 2019,  
**100% des nouveaux produits et réassorts sont en coton bio certifié GOTS**

(Global Organic Textile Standard)

La *fast fashion* exerce une pression importante sur le marché et représente un obstacle conséquent au développement d'alternatives positives. Loom essaie de participer au changement global de modèle en faisant preuve de transparence, en sensibilisant au mieux les consommateurs et en proposant des pistes pour un nouveau cadre juridique (exemple : proposition de réglementation en faveur de la réduction des émissions de gaz à effet de serre du textile, de la relocalisation, du réemploi et de la réparation lors d'un évènement au ministère de l'Économie en 2021).

#### CONSEILS

- Entreprendre pour les bonnes raisons (objectifs environnementaux et sociaux)
- Tester son projet à petite échelle
- Se rendre dans les usines de production pour comprendre précisément leur fonctionnement.



## Accompagnement

### FINANCIER

Au regard de sa taille et de sa raison d'être « produire moins, mais mieux », Loom a dû s'interroger sur le modèle économique à adopter et sur ses capacités à trouver des investissements.

En 2018, l'entreprise s'est développée mais a rencontré des problèmes de rupture de stocks liés à un manque de trésorerie. Pour y remédier, elle s'est tournée vers des modèles de financement traditionnels (banque et fonds d'investissement), mais cette approche ne s'est pas avérée fructueuse en raison d'un écart trop important entre le projet et les attentes des acteurs financiers.

En 2019, Loom a décidé alors de créer une levée de fonds sur LITA, une plateforme d'investissements permettant d'orienter l'épargne des citoyens vers des entreprises à impact social et environnemental. Le projet a réussi à rassembler l'ensemble des ressources économiques nécessaires en moins de 24 heures (700 000 €). L'entreprise s'était assurée auparavant d'envoyer un mail à sa communauté pour expliquer sa démarche et encourager les participations. Cet outil financier alternatif a permis à Loom de se stabiliser, de devenir rentable et de bénéficier d'une certaine indépendance financière et organisationnelle. Depuis, elle a pu se rapprocher d'une banque éthique, La Nef, pour décrocher un prêt.

### PARTENAIRES

En Mode Climat est une association qui réunit des marques (comme Loom), des usines et des acteurs économiques de la mode pour demander une meilleure régulation du secteur textile afin de diminuer drastiquement son impact environnemental.



## Perspectives de développement

Loom n'envisage pas de grands changements dans son fonctionnement pour les prochaines années. L'entreprise souhaite continuer à améliorer son impact environnemental et à développer des produits durables. Elle espère accélérer la mise en réseau des marques éthiques avec des initiatives comme En Mode Climat, et ambitionne de multiplier les actions de lobbying pour faire changer les lois, les fournisseurs et les consommateurs de l'industrie textile.

### CONTACT

Julia FAURE

Cofondatrice de Loom

4 Rue Barbette, 75003 Paris

[www.loom.fr/](http://www.loom.fr/)

[julia@loom.fr](mailto:julia@loom.fr)

Achetons  
moins.

Produisons  
mieux.

TACANTE

## Tacante

- **Porteur** : Tacante
- **Structure juridique** : Société par actions simplifiée
- **Date de création** : 2014



## Objectifs du projet

- **Produire des équipements équestres textiles, techniques et écoresponsables en France**
- **Sensibiliser** à une consommation responsable et aux enjeux environnementaux de la pratique équestre



## Point de départ et actions mises en place

Tacante est une marque de matériel d'équitation textile, technique et éco-responsable. Elle est née du constat de sa fondatrice, elle-même cavalière, Morgane CARCAILLET : le secteur équestre ne s'intéresse que très peu aux enjeux environnementaux et aux principes d'économie circulaire, contrairement à d'autres disciplines sportives comme par exemple les sports de montagne.

L'entreprise a commencé par développer un premier tapis de selle en 2015 : mono-matière et composé à 30% de polyester recyclé Newlife (polyester issu du recyclage de bouteilles plastiques). Au fil des années, Tacante a élargi sa gamme de produits, notamment en utilisant la technique du tricotage 3D.

La conception et la fabrication sont réalisées en France. Les matériaux sont sourcés en France ou en Europe. Les produits sont conçus pour durer dans le temps (résistance à l'usage et au lavage, pas de complément pour éviter l'usure et/ou les effets de mode).

Tacante propose la réparation de ses produits en travaillant avec des ateliers de couture et met sur le marché de l'occasion le matériel que des consommateurs ne souhaitent plus utiliser. La société réutilise également les produits considérés comme trop abimés et les chutes de production de sa dernière gamme pour créer d'autres objets (les tapis de selle peuvent par exemple être transformés en tapis pour chien).

Au-delà de son volet production, Tacante mène plusieurs actions de sensibilisation lors de stages en structures équestres ou au travers de différents événements. L'entreprise partage son expérience, explique sa démarche et présente les gestes simples pour réduire son impact environnemental (tutoriel de nettoyage écoresponsable, collecte de bouteilles en plastique, upcycling, etc.).



## Étapes clés

- **2014** : création de Tacante
- **2015** : lancement du premier produit (un tapis de selle technique et éco-responsable)
- **2020** : lancement de la gamme INFI KNIT (des produits tricotés en 3D)
- **2021** : lancement de la Gamme Course

## Retour d'expérience

### CLÉS DE SUCCÈS

La réussite de Tacante tient notamment à la qualité de ses produits. Combiner technicité et écoresponsabilité permet de toucher une cible plus large de consommateurs : aussi bien les cavaliers en recherche de performance que ceux soucieux de l'impact environnemental des produits.

L'innovation est une des clés du modèle de Tacante. Sur le marché, ils sont les seuls à proposer des bonnets et tapis de selle tricotés en 3D, ce qui leur apporte un réel avantage concurrentiel. L'entreprise a pu bénéficier de l'expertise du développement de textiles intelligents de l'industrie outdoor (trekking, escalade, hiking...) et adapter leurs usages à l'équitation.

Le fait de travailler directement avec des professionnels du secteur (des écuries, des haras, des centres de formation, etc.) a permis à Tacante de gagner rapidement en visibilité et de pouvoir être présent lors d'événements importants. L'entreprise adopte une approche globale et utilise un maximum de données (écoconception, analyse du cycle de vie, mesure d'impact, etc.) pour proposer la solution la plus vertueuse possible.

### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

Tacante fonctionne en autofinancement. Elle doit continuellement arbitrer entre les investissements dans la recherche et le développement (pour se différencier et proposer des produits innovants) et les investissements en marketing et communication (pour développer la notoriété de la marque).

### Le chiffre clé

**50% de matière recyclée**

utilisée pour la fabrication du tapis de selle de la gamme « Excel-anse »

En raison de la taille de l'entreprise, le lancement de chaque nouveau produit nécessite toujours de convaincre les partenaires de production de travailler avec des petits volumes et des moyens limités. Produire en France et de façon écoresponsable représente un coût important qui se répercute directement sur le prix du produit final.

L'entreprise doit évaluer toutes ces réalités pour pouvoir proposer, *in fine*, un prix en adéquation avec la qualité du produit et le pouvoir d'achat des consommateurs.

### CONSEILS

- Cibler avec précision ses premiers clients : se diriger vers les meilleures structures permet d'avoir des retours pertinents et de gagner du temps de développement
- Réfléchir sur le long terme pour changer les habitudes et imposer de nouveaux standards à son échelle
- Innover pour convaincre les différents partenaires et se différencier de structures ayant davantage de moyens économiques.



## Accompagnement

### FINANCIER

- L'ADEME a subventionné une étude de l'analyse du cycle de vie (ACV) et a apporté un soutien financier aux différents projets de réemploi et de réparation.
- WILLA (anciennement « Paris Pionnière ») a accompagné le projet (expertise, mentorat, réseau, etc.). Cet incubateur accélère le développement d'entreprises fondées ou cofondées par des femmes.
- BPI France apporte son soutien financier au projet, notamment pour la partie recherche et développement.

### PARTENAIRES

- Des institutions et cavaliers professionnels (comme l'Académie Delaveau, le Haras de la Cense, l'écurie Livio, les écurie Alexis Lemaire, Raphaël Cochet Eventing, Baptiste Coupérie Eiffel, Titouan Schumacher et Marie Gouëlle) se portent volontaires pour tester les produits de Tacante ;
- L'Institut Français du Cheval et de l'Équitation (IFCE) travaille avec l'entreprise sur des actions de communication axées sur le volet éco-responsable lors de différents événements.



## Perspectives de développement

Tacante travaille au développement du tricotage 3D. Ce procédé permet de produire de grandes quantités, de personnaliser le produit presque indéfiniment et ne nécessite pas d'espace de stockage. Ainsi les chutes de production, les contraintes d'économies d'échelle et les dépenses énergétiques sont considérablement amoindries. Cette innovation technique reste néanmoins délicate à mettre en place dans la mesure où il existe actuellement peu de machines en France.

La société travaille sur l'amélioration de sa stratégie 3R (réduire, réemployer, recycler). Tacante a identifié la nécessité pour les consommateurs de se déplacer en magasin comme un frein à ces trois actions. C'est pourquoi elle imagine un véhicule aménagé qui pourrait venir à leur rencontre dans les concours et centres équestres et ainsi répondre directement à leurs besoins. La mise en place de cette stratégie ayant fait l'objet d'un financement de l'ADEME, l'entreprise est désormais à la recherche d'un véhicule pour débiter cette activité.

### CONTACT

**Morgane CARCAILLET**  
Fondatrice de Tacante

Natural Grass  
21 Rue de la Nozaie, 77160 Provins

[www.tacante.com/fr](http://www.tacante.com/fr)  
[mcarcaillet@tacante.com](mailto:mcarcaillet@tacante.com)





# Mode Estime

- **Porteur :** Mode Estime
- **Structure juridique :** Association Loi 1901
- **Date de création :** 2011
- **Chiffre d'affaires :** 716 892 € en 2022
- **Nombre de salariés :** 6 encadrants permanents et 28 en insertion accueillis en 2022



## Objectifs du projet

- **Développer une filière textile d'économie circulaire** en proposant des solutions de confection transparentes et locales à faible impact environnemental
- **Transmettre des savoir-faire et des compétences** autour de la confection textile
- **Créer un atelier d'insertion** pour faciliter l'intégration professionnelle des salariés



## Point de départ et actions mises en place

Mode Estime est une association créée en 2011 et un atelier chantier d'insertion depuis 2014. Installée à L'Île-Saint-Denis au sein du PHARES (un lieu dédié à l'économie sociale et solidaire), la structure a pour objectif d'acquérir et de transmettre un savoir-faire textile manuel et local, à travers la confection de produits. La mode est utilisée à des fins d'insertion socio-professionnelles, comme un moyen pour retrouver l'estime de soi par le simple fait de s'habiller ou de pouvoir créer de ses propres mains.

L'entreprise s'adresse uniquement à des professionnels (marques de textile, collectivités territoriales ou entreprises) qui passent commande pour offrir des articles à leurs salariés ou pour de la revente. La fabrication se fait à partir de tous types de matériaux fournis ou donnés par les clients. Par exemple, Mode Estime a créé des trousseaux pour la Fédération Française de Football à partir des bâches utilisées au Stade de France.

Mode Estime intègre l'économie circulaire de la conception à la fabrication des produits en pratiquant l'upcycling, le recyclage et l'optimisation de la matière existante. L'association se concentre sur trois activités principales :

- Une production classique dans un premier atelier avec des articles simples à fabriquer comme des tote bags, des étuis ou des trousseaux de toilette ;
- Une production plus technique dans « Le Labo », un nouvel atelier de couture qui a ouvert en 2022 et qui emploie 6 salariés pour des confections plus complexes, comme le prêt-à-porter ;
- Une offre de formation (depuis 2022).



## Étapes clés

- **2011 :** création de l'association avec une dizaine de salariés
- **2014 :** obtention du statut d'atelier et chantier d'insertion (ACI)
- **2022 :** ouverture d'un nouvel atelier de couture à L'Île-Saint-Denis avec le recrutement de 6 salariés
- **2022 :** obtention de la certification QUALIOP17 : Mode Estime devient le premier centre de formation textile dédié aux profils en insertion



## Retour d'expérience

### CLÉS DE SUCCÈS

Mode Estime a bénéficié d'un contexte social et législatif favorable pour son activité : d'une part, les consommateurs sont de plus en plus soucieux des conditions de production de leurs achats, et d'autre part, le législateur français ayant adopté la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire<sup>8</sup>, toutes les entreprises qui avaient des gisements ont dû se questionner et se tourner vers des solutions telles que celles proposées par l'association (notamment l'upcycling).

La logistique a été facilitée en misant sur un ancrage territorial fort avec une production locale. Au-delà de la dimension environnementale du projet, le statut de chantier d'insertion a apporté une dimension solidaire et a permis de convaincre plus facilement les acteurs. Mode Estime a également pu compter sur le soutien important de ses financeurs (visibilité, commandes, etc.).

### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

Victime de son succès, Mode Estime déplore ne pas toujours avoir la force de production suffisante pour répondre aux demandes de commandes. Il est complexe d'accroître son activité avec des équipes mouvantes et parfois peu expérimentées en couture. C'est un véritable équilibre à trouver entre la nature associative d'ACI et l'activité de conception pour des clients exigeants.

## Le chiffre clé

**2 460 m<sup>2</sup> de bâches**

de la Fédération Française de Football et de la Sorbonne ont été réutilisés pour fabriquer 4 100 objets promotionnels de janvier à juin 2023

Cette contrainte se répercute sur l'équipe encadrante qui doit faire preuve d'une grande agilité.

Au regard de ce risque de saturation, Mode Estime doit également se questionner sur l'organisation des espaces dont elle dispose. D'un point de vue économique, la baisse des financements publics peut fragiliser l'équilibre de la structure, qui dépend en partie de subventions.

### CONSEILS

- S'équiper avec du matériel de bonne qualité et en quantité suffisante
- Rejoindre des collectifs pour échanger et participer à des projets de grandes échelles
- Accroître ses capacités productives : optimiser les commandes, cibler ses recherches, amortir les coûts de fabrication
- Répondre à des appels à projet pour pérenniser son activité.

7. Marque de certification qualité des prestataires de formation

8. Loi AGECE (anti-gaspillage pour une économie circulaire) adoptée en 2020



## Accompagnement

### FINANCIER

En complément des financements publics, l'initiative est soutenue par des dons ponctuels de structures privées. Pour le développement d'un projet à Lyon par exemple, elle a bénéficié d'un don de Google dans le cadre d'une campagne Goodeed (2022) et de subventions d'investissement de la fondation ERAM (2023).

### PARTENAIRES

- La Textilerie<sup>9</sup> vend une partie des créations de Mode Estime et participe à l'organisation d'ateliers pédagogiques pour transmettre des savoir-faire et des compétences autour de la confection textile.
- Fer et Refaire, La main fine et la Ressourcerie 2 mains se sont associés à Mode Estime pour la création du collectif CO-FILS (une production textile « 100% fabriquée en Seine-Saint-Denis par des salariés en insertion professionnelle »).



## Perspectives de développement

L'association souhaite développer le collectif CO-FILS avec ses partenaires, afin de répondre à sa problématique de capacité de production.

En parallèle, Mode Estime envisage d'ouvrir un lieu à Lyon tourné vers l'upcycling et la réparation. Ce projet pourrait être l'occasion de développer une mode inclusive en travaillant sur l'adaptabilité de modèles existants à des morphologies atypiques, des handicaps ou des pathologies.

9. Initiative interrogée par le Comité francilien de l'économie circulaire en 2018 dans le cadre du livret « [Économie circulaire et économie sociale et solidaire : des valeurs croisées pour entreprendre en Ile-de-France](#) ».

## CONTACT

.....

### Alice MERLE

Directrice de l'association Mode Estime

PHARES 6 rue Arnold Géraux,  
93450 Île Saint-Denis

[www.modeestime.fr](http://www.modeestime.fr)

[a.merle@modeestime.fr](mailto:a.merle@modeestime.fr)  
[contact@modeestime.fr](mailto:contact@modeestime.fr)



# Consommation

## EXPERTE : Anna BALEZ – Lizee



Anna BALEZ est fondatrice et CEO de Lizee, une start-up qui aide les marques, notamment d'habillement, à proposer leurs produits en location. Elle les accompagne sur la partie e-commerce ainsi que sur la logistique.

Ingénieure de formation et convaincue de l'importance du développement de la circularité des modèles économiques, Anna a également créé une première entreprise de location de vêtements pour les enfants et les femmes enceintes, Tale Me.

### État des lieux du déploiement de l'économie circulaire pour la partie consommation

La consommation de produits textiles connaît une croissance exponentielle depuis le début des années 2000. Un européen achète en moyenne 40% de vêtements de plus qu'il y a 15 ans et les conserve moitié moins longtemps<sup>10</sup>. En France, ce sont près de 3,3 milliards de textiles d'habillement, linge de maison et chaussures (TLC) qui ont été mis sur le marché en 2022, ce qui représente un volume évalué à 826 935 tonnes (soit environ 12,2 kg par an et par habitant)<sup>11</sup>. Une étude britannique publiée en 2019<sup>12</sup> estime qu'il faudrait se limiter à l'achat de trois vêtements neufs par an (hors sous-vêtements, chaussettes et chaussures) pour respecter l'objectif de limitation de l'augmentation de la température à 1,5 degrés.

Malgré de nombreuses avancées amorcées par la loi AGEC de 2020 (éco-conception, traçabilité, lutte contre le gaspillage vestimentaire, etc.), le secteur peine à proposer des solutions tournées vers la consommation responsable. Les alternatives à la *fast fashion* telles que la réparation, la seconde-main ou la location restent minoritaires dans le système économique actuel. Ces différentes démarches de circularité se heurtent à plusieurs problématiques et sont souvent considérées comme des innovations

marginales. L'enjeu actuel est de réussir à créer les conditions favorables à leur déploiement et à leur multiplication à l'échelle nationale pour avoir un impact environnemental effectif. Remplir moins et mieux nos placards oblige l'ensemble de la filière à se questionner : des producteurs aux consommateurs.

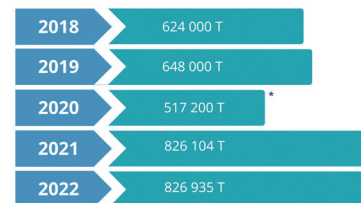
### Quels freins identifiez-vous à ce développement ?

L'économie circulaire dans le domaine textile est encore au stade de l'innovation et s'accompagne de freins propres à ce statut (imprévisibilité, investissement, expérimentation, etc.). Trois pratiques autour de la consommation sont pour l'instant privilégiées sur le marché : la réparation, la seconde main et la location.

Malgré les potentiels de rentabilité démontrés par de nouveaux modèles d'affaires, comme la location, les metteurs en marché traditionnels tardent à s'emparer des leviers présentés par l'économie circulaire. La complexité et les incertitudes inhérentes au changement de modèle ne facilitent pas le passage à l'acte des décideurs.

Présentée comme une opportunité pour limiter l'utilisation de nouvelles ressources, la seconde main ne s'est pourtant jamais accompagnée d'une réduction des achats de textile neuf en France (tableau ci-après).

Quantité de textile, linge de maison et chaussures (TLC) mis sur le marché chaque année en France (en tonnes)



\*Baisse ponctuelle due au COVID-19

Au contraire, le nombre de vêtements achetés chaque année dans le monde continue d'augmenter. Ce phénomène « d'effet rebond » montre que les solutions imaginées par l'économie circulaire doivent fonctionner en complémentarité sous peine de ne pas avoir l'impact escompté. Sans une sensibilisation générale auprès des citoyens sur l'importance de questionner nos besoins, la seconde main ne pourra pas enrayer la problématique de surconsommation.

Concernant la réparation, le secteur compte de moins en moins de personnes formées sur ce sujet. Pour prendre l'exemple des artisans cordonniers en France, ils sont passés de 45 000 en 1950, à seulement 3 000 aujourd'hui. Ce sont des métiers qui nécessitent une certaine modernisation dans les pratiques en raison des évolutions de la société (par exemple, de plus en plus de personnes portent des baskets mais peu de structures proposent leur réparation).

De plus, cette branche de l'industrie textile rencontre des difficultés avec la diminution de la qualité et de la réparabilité des produits. Il existe également plusieurs freins du côté des consommateurs : manque de connaissance des possibilités de réparation, manque de connaissance des prix et manque de confiance. Plusieurs dispositifs, dont le Fonds de Réparation<sup>13</sup> piloté par Refashion, sont mis en place pour développer cette pratique et dépasser ces problématiques mais ils ne pourront être véritablement efficaces qu'en multipliant les moyens humains pour les diffuser et

en fédérant les acteurs concernés.

En parallèle, la *fast fashion*, voire l'*ultra fast fashion*, se développe rapidement et inonde les marchés européens. Les marques qui adoptent ce fonctionnement attirent de nombreux consommateurs en proposant un rythme de production très rapide, à bas coût et en investissant massivement dans les publicités et le marketing. Pourtant, les produits qui en sont issus sont jugés de faible qualité et requièrent un renouvellement permanent des garde-robes, loin du concept de consommation raisonnée. Le poids de cette industrie entrave lourdement la progression de l'économie circulaire dans le secteur textile et empêche les quelques initiatives existantes de gagner en visibilité.

### Quelles sont les solutions et les bonnes pratiques existantes ?

Les acteurs du secteur textile peuvent directement s'inspirer de ce qui existe déjà sur le marché. De nombreux sports extérieurs, comme les sports de montagne, ont réfléchi depuis des années à des solutions pour améliorer la circularité de leurs activités. Ils proposent désormais des services de réparation plus accessibles géographiquement et financièrement.

Certaines structures ont aussi investi dans la recherche et le développement pour améliorer les propriétés de leurs matériaux et ainsi allonger la durée de vie de leurs produits et leur réparabilité. Le partage de ces bonnes pratiques peut être accéléré en intégrant des collectifs, ou en multipliant les espaces d'échanges entre pairs.

10. What consumers need to know @European Union, 2019

11. Refashion, chiffres clés de la filière, 2022

12. C40, Arup et l'Université de Leeds, « The Future of Urban Consumption in a 1.5°C World », 2019

13. Le Fonds de Réparation, géré par Refashion, a pour objectif d'encourager la réparation des vêtements et chaussures des consommateurs français en utilisant différents outils (par exemple, le « bonus réparation » prend la forme d'une remise sur facture pour le consommateur sur certaines réparations ciblées).



Les entreprises ont aussi beaucoup à gagner en développant l'économie de la fonctionnalité. Ce changement de paradigme consiste à passer d'une logique de bien à une logique de service. Dans le secteur textile, cette logique consisterait à supprimer la notion de propriété et à développer des solutions telles que des « dressings partagés » avec un système d'abonnement mensuel. Développer un service, plutôt qu'un produit, permet de rapprocher au mieux le prix et les besoins réels des consommateurs, à condition de se positionner sur une demande à court terme et d'être facile d'accès.

L'utilisation des nouvelles technologies peut faciliter le déploiement de ces différentes solutions et apporter une plus grande audience grâce à la maîtrise des réseaux sociaux.

## Quelles sont les perspectives pour l'avenir ?

Sans changement profond initié par les metteurs en marché, la *fast fashion* continue son développement sans encombre. Les décideurs politiques jouent un rôle moteur dans la régulation de ce modèle. Au niveau national et européen<sup>14</sup>, des travaux sont engagés pour favoriser le déploiement de l'économie circulaire à grande échelle et répondre aux attentes des citoyens. L'amélioration du cadre législatif représente une réelle opportunité pour impulser les dynamiques existantes et aider les initiatives positives à gagner en visibilité.

Au-delà d'une réglementation plus protectrice, il est essentiel de laisser la place à de nouveaux récits qui encouragent des achats moins fréquents mais de meilleure qualité et qui privilégient l'utilisation d'un bien à sa propriété pour construire un système plus solidaire et plus respectueux de l'environnement. Les réseaux sociaux, largement utilisés pour l'instant pour inciter à la consommation, peuvent devenir, à l'inverse, de véritables outils pour changer de paradigme et promouvoir les bienfaits de l'économie circulaire.

14. Résolution du Parlement européen du 1<sup>er</sup> juin 2023 sur une stratégie de l'Union européenne pour des textiles durables et circulaires 2022/2171(INI)





# La Manufacture

- **Porteur** : Mairie de Sceaux et le Comité Consultatif des Transitions (CCT)
- **Structure juridique** : service de la Ville
- **Date de création** : 2021
- **Nombre de salariés** : 5 salariés à temps partiel



## Objectifs du projet

- **Co-construire avec des citoyens un fablab fibres et textiles**
- **Sensibiliser** les citoyens à l'impact de la filière textile pour l'environnement et la santé
- **Accélérer la transition vers une économie circulaire** et permettre l'émergence de nouveaux talents



## Point de départ et actions mises en place

La Ville de Sceaux a organisé début 2017 des réunions d'échanges intitulées « Parlons ensemble de l'environnement », visant à identifier les attentes des habitants. Il en est notamment ressorti le souhait de créer un fablab dans une démarche participative et en utilisant les concepts de l'économie circulaire.

C'est dans ce contexte qu'est né le Comité Consultatif des Transitions (CCT). Cette instance rassemble des élus, des citoyens et des associations volontaires, ainsi que des citoyens tirés au sort pour aborder les différents enjeux du territoire. Un groupe de travail sur le fablab fibres et textile s'est organisé pour réfléchir à la création du lieu, sa gestion et son usage. Les services de la Ville ont ensuite pris le relais, en utilisant ces réflexions comme base de travail, afin de lancer La Manufacture fin 2021.

Comme de nombreuses démarches d'économie circulaire, le lieu a été pensé dans un esprit de modularité pour pouvoir accueillir différents événements et publics : ateliers de couture pour tous niveaux (environ 3 par mois), expositions, défilés, rencontres, résidences, etc. La Manufacture est ouverte gratuitement les samedis et dimanches de 14h à 18h.

Le reste du temps, le lieu est à disposition, en contrepartie d'une somme d'argent, de temps (participation à la gestion du lieu) ou d'expérience (organisation d'atelier gratuit).

Un espace commun propose des machines avec plusieurs degrés de difficultés d'utilisation et du matériel de couture accessible à tous à condition de participer en retour à son renouvellement (tissus, ciseaux, etc.). C'est l'occasion, pour des étudiants, qui souhaitent s'orienter vers les métiers de la couture, de s'entraîner sur des machines professionnelles. Les créateurs sont aussi invités à expérimenter, prototyper, etc.

Le lieu a également pour objectif d'accompagner les citoyens dans une démarche de résilience en sensibilisant plus largement à de nouveaux modèles économiques et en créant du lien : faire baisser la consommation de produits textiles et inciter les habitants à se tourner vers des produits de qualité. La réparation des vêtements et la création d'objets réutilisables (lingettes, sacs, etc.) participent à la multiplication de démarches de réduction des déchets.



## Étapes clés

- **Janvier 2021** : constitution du groupe de travail (35 citoyens et 5 élus) avec des membres du Comité consultatif des transitions (CCT) et des citoyens volontaires.
- **De février à avril 2021** : 3 réunions de travail (l'esprit du lieu, sa gestion, son usage) du CCT
- **De mai à juin 2021** : recherche de financements (MGP et Région Île-de-France)
- **De juin à octobre 2021** : travail préparatoire des services de la Ville (devis pour l'aménagement du lieu, achats des machines, communication et gestion du lieu)
- **Novembre 2021** : inauguration
- **Janvier 2022** : ouverture du lieu au grand public



## Retour d'expérience

### CLÉS DE SUCCÈS

La gouvernance du projet (co-construction avec des citoyens et des élus au sein du Comité Consultatif des Transitions) lui assure une légitimité et un ancrage certain dans le territoire.

La gratuité du lieu, du matériel et des activités proposées est également un atout indéniable pour cette initiative.

C'est un espace intergénérationnel qui intéresse autant les enfants que les retraités, ce qui permet de toucher un large public.

Plus généralement, l'attrait grandissant pour la seconde main et le textile responsable a permis à La Manufacture de se positionner comme une solution d'économie circulaire à disposition des habitants de la ville de Sceaux et des communes limitrophes.

### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

Une des difficultés initiales a été de faire connaître le lieu. Beaucoup de temps a été consacré pour communiquer autour des événements et permettre de remplir au mieux les ateliers.

L'équilibre financier reste la problématique majeure pour la Ville, qui est tenue de payer le loyer tous les mois. Ses revenus proviennent essentiellement de la location d'espaces pour des

## Le chiffre clé

**Plus de 300 personnes sensibilisées**

à l'économie circulaire et au zéro déchet  
lors des différents ateliers depuis  
l'ouverture de la Manufacture.

créateurs professionnels qui ne sont pas assez nombreux à ce jour pour assurer une entrée d'argent régulière et conséquente (seulement 2 structures résidentes contre une capacité d'accueil de 4). L'événementiel et la mise à disposition en mode location pourrait permettre d'atteindre l'équilibre.

### CONSEILS

- Co-construire le lieu avec les futurs utilisateurs
- Faire preuve d'agilité et de capacité d'adaptation
- Ne pas compter uniquement sur le bénévolat : avoir des personnes à temps plein
- Mettre à disposition différents types de machines avec un accès modulé en fonction de leur degré de complexité.



## Accompagnement

### FINANCIER

La Métropole du Grand Paris a assuré une partie du loyer de la structure. Elle a également participé à l'achat de machines avec la Région Île-de-France.

### PARTENAIRES

La Manufacture travaille avec la Croix Rouge qui apporte régulièrement des produits textiles.



## Perspectives de développement

La Ville de Sceaux aimerait faire mieux connaître l'initiative. Elle envisage par exemple de cibler des écoles (LUT, écoles de design...) pour que les étudiants puissent s'approprier le lieu. Elle a également engagé un dialogue avec la Maison de l'entrepreneuriat du territoire pour développer sa notoriété et gagner en visibilité auprès des professionnels. La question d'une ouverture plus fréquente du lieu (en semaine et pendant les vacances scolaires par exemple) se pose en parallèle de cette volonté de développement des cibles.

Pour le moment, la Ville s'occupe de la gestion du lieu pour inspirer et montrer ce qu'il est possible de créer avec des ressources locales. Mais à terme, elle envisage la possibilité qu'une autre structure associative reprenne La Manufacture, tout en continuant de proposer des services gratuits sur certains créneaux.

La Manufacture a participé au lancement de la marque « Made in Sceaux ». Cette reconnaissance concerne tous les secteurs (pas uniquement textiles) et a vocation à être ouverte à toute conception ou fabrication réalisée sur le territoire. L'objectif du projet est de participer activement au déploiement de l'économie circulaire et d'encourager les circuits courts en favorisant une approche locale.

## CONTACT

### Florence PRESSON

Adjointe au maire

Déléguée aux Transitions, à l'économie circulaire et solidaire - Liste Vivre à Sceaux

La Manufacture - 7 rue de Penthièvre  
92330 Sceaux

[www.sceaux.fr/annuaire-des-services-et-des-equipements/la-manufacture](http://www.sceaux.fr/annuaire-des-services-et-des-equipements/la-manufacture)

[sceauxinformatique@sceaux.fr](mailto:sceauxinformatique@sceaux.fr)

## Les Pincettes à Linge

## Les Pincettes à Linge

- **Porteur** : Les Pincettes à Linge
- **Structure juridique** : Association loi 1901
- **Date de création** : 2020
- **Chiffre d'affaires** : 110 000 € en 2023
- **Nombre de salariés** : 16 (12 en insertion et 4 permanents)



## Objectifs du projet

- **Organiser la collecte et le reconditionnement de baskets** pour en prolonger la durée de vie
- **Sensibiliser** aux enjeux écologiques et aux principes de l'économie circulaire
- **Ouvrir une boutique** textile de seconde main
- **Accompagner des personnes en insertion** dans leur projet professionnel



## Point de départ et actions mises en place

Chaque année, environ 300 millions de paires de chaussures sont incinérées en France, dont près de la moitié sont des sneakers. Efrayés par ce constat, Mohamed et Aurélie Boukhatem décident en 2020 de lancer une étude de marché et de visiter plusieurs centres de tri pour trouver des solutions opérationnelles à cette problématique.

Suite à cette première étape, ils décident de créer l'association « Les Pincettes à Linge » à Noisy-le-Grand, avec pour objectif de se spécialiser dans la collecte et le reconditionnement de baskets. En limitant la consommation et le gaspillage de chaussures, l'association inscrit l'économie circulaire au cœur de son modèle.

Offrir une seconde vie aux baskets nécessite de les collecter, les trier puis les remettre en état. Une grande partie de la collecte se réalise au sein de collèges et de lycées de Seine-Saint-Denis (36 000 baskets collectées en 2023). Les baskets sont ensuite triées et celles qui ne peuvent pas être réparées sont récupérées par les centres de tri partenaires de l'association. Les baskets sélectionnées par

Les Pincettes à Linge sont rénovées par des employés en insertion formés pour ces missions (nettoyage, désinfection, rafraîchissement, peinture, etc.). Une fois ce travail effectué, les baskets sont mises en vente ou redistribuées à des personnes dans le besoin.

En 2022, l'association a ouvert une boutique solidaire à Champs-sur-Marne, avec l'aide de l'AFPA<sup>15</sup> et de la Région Île-de-France. L'idée est de proposer tous les articles à 1 euro, afin de rendre la seconde main accessible au plus grand nombre. L'association assure le renouvellement des produits en organisant des collectes de dons à domicile dans plusieurs villes d'Île-de-France.

La structure anime aussi plusieurs ateliers sur le territoire francilien (principalement au sein de quartiers prioritaires et d'établissements scolaires) pour customiser les baskets et/ou transmettre des conseils d'utilisation et de nettoyage. Ces événements sont l'occasion de parler de consommation responsable, d'économie des ressources et de comportements écocitoyens.

15. Agence nationale pour la formation professionnelle des adultes



## Étapes clés

- **Octobre 2020** : création de l'association
- **Mars 2022** : obtention du statut d'atelier et chantier d'insertion
- **Février 2022** : premier atelier de sensibilisation dans un établissement scolaire
- **Avril 2022** : premier atelier de sensibilisation dans un quartier prioritaire
- **Avril 2022** : ouverture d'une boutique solidaire de textile

## Retour d'expérience

### CLÉS DE SUCCÈS

L'association s'est lancée dans un secteur encore très peu concurrentiel : la collecte et le reconditionnement de baskets. Elle est ainsi devenue la première organisation en France positionnée sur ce créneau, un choix stratégique puisque l'engouement autour de la culture sneakers, surtout chez les jeunes générations, permet de sensibiliser aux enjeux écologiques de manière ludique.

Elle s'est appuyée sur les réseaux sociaux pour gagner rapidement en visibilité. L'ancrage local et le réseau déjà existant de ses fondateurs ont permis à la structure de se développer rapidement.

### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

La complexité juridique et économique du modèle associatif a représenté un frein pour les fondateurs des Pincés à Linge. Du temps et des moyens humains ont été nécessaires pour maîtriser au mieux le fonctionnement des levées de fonds. De plus, il peut être délicat pour les structures de petites tailles de s'approprier les nombreuses lois qui encadrent le secteur de l'ESS.

L'association regrette aussi le manque d'innovation dans la collecte des déchets en France, le modèle actuel ne facilitant pas l'approvisionnement durable des initiatives comme Les Pincés à Linge. Ainsi, c'est à l'association d'organiser son propre parcours de collecte.

### Le chiffre clé

3 à 4 paires  
de baskets sauvées  
sur 10 collectées

Concernant l'activité de réparation et de reconditionnement des produits, il existe actuellement peu de formations sur le sujet en France. D'un point de vue matériel et logistique, il est difficile de trouver des locaux en Île-de-France pour démarrer une activité.

### CONSEILS

- Suivre des formations diverses en amont du projet et pendant son développement pour monter rapidement en compétences (exemple : formation sur le fonctionnement du modèle associatif)
- Se mettre en lien avec d'autres associations pour échanger et développer des partenariats.



## Accompagnement

### FINANCIER

Le DLA (le dispositif local d'accompagnement de l'ESS) et REC Innovation (le réseau des entrepreneurs citoyens) ont permis de consolider le modèle économique, la stratégie de développement, les statuts et la structure juridique de l'association. La Région Île-de-France a soutenu financièrement l'initiative via le dispositif « Zéro déchet et économie circulaire » et le budget participatif et écologique.

### PARTENAIRES

- Des écoles et des associations assurent la distribution de baskets à des personnes dans le besoin
- L'AFPA collabore avec Les Pincés à Linge dans le cadre du projet de la boutique solidaire et accompagne la structure sur l'ingénierie de formation

- Le Groupe BNP Paribas a récompensé l'initiative dans le cadre de sa candidature pour « Projet Banlieue ». Il offre un accompagnement sur mesure et un soutien financier à l'association
- Pôle emploi représente le principal prescripteur pour le recrutement des salariés en insertion de la structure
- La Métropole du Grand Paris a sélectionné l'initiative dans le cadre de son programme « Quartiers Métropolitains d'Innovation ». Elle s'engage à accompagner Les Pincés à Linge dans le déploiement, le suivi, l'évaluation et la valorisation de leur projet
- La Société du Grand Paris a proposé une convention portant sur l'activité de location de chaussures de sécurité
- Grand Paris Grand Est travaille avec l'association dans le cadre de sa ressource éphémère.



## Perspectives de développement

L'association souhaite développer sa stratégie de communication, renforcer son système de collecte et essaimer ses activités. Les ateliers de sensibilisation se multiplient et les moyens humains devront être renforcés dans les prochaines années. Ces événements sont essentiels car ils permettent à l'association d'évaluer l'appétence des citoyens dans une zone géographique donnée, et donc potentiellement, d'identifier une nouvelle opportunité pour la mise en place d'un parcours de collecte et l'implantation d'une boutique.

De plus, certains acteurs publics sollicitent Les Pincés à Linge pour réfléchir à un système de nettoyage et de location de chaussures de sécurité utilisées ponctuellement par des agents ou des élus. Ce partenariat permettrait de limiter l'achat de ces équipements et donc de diminuer l'utilisation de ressources par les pouvoirs publics.

### CONTACT

#### Mohamed BOUKHATEM

Directeur chez Les Pincés à Linge

67-69 Av. du Général de Gaulle,  
77420 Champs-sur-Marne

[www.lespincosalinge.fr/](http://www.lespincosalinge.fr/)

[mohamed@lespincosalinge.fr](mailto:mohamed@lespincosalinge.fr)

## La Refile

- **Porteur** : La Refile
- **Structure juridique** : Association de loi 1901
- **Date de création** : 2020
- **Chiffre d'affaires** : 32 561 € en 2022
- **Nombre de salariés** : 3



### Objectifs du projet

- **Créer un lieu pour collecter** des vêtements, textiles, linges de maison et accessoires afin d'en prolonger la durée d'usage
- **Sensibiliser** au recyclage, à la gestion, à la réutilisation et à la valorisation des déchets textiles à travers des activités manuelles de loisirs créatifs (atelier de couture, broderie, upcycling)
- **Sensibiliser** à de nouveaux modes de consommation



### Point de départ et actions mises en place

La Refile est une association située à Meudon qui propose différentes actions autour du textile et de la mode durable. Le projet a été initié par Annabel Benilan, Camille Dumas et Laure Debest. Inspirées des actions menées par la Textilerie<sup>16</sup>, les trois fondatrices ont souhaité créer un espace dédié à la production manuelle et à la couture. Pour mener à bien leurs activités, la mairie de Meudon a mis à disposition du projet deux locaux : un centre de tri et un atelier.

L'initiative assure ainsi la collecte de vêtements, textiles, linges de maison et accessoires directement dans ce centre de tri. Les dons sont triés, pesés et répartis en fonction de leur destination (vestiaire solidaire, friperie, ateliers, partenaires de recyclage) par une équipe de bénévoles. Le vestiaire solidaire accueille une grande partie de la collecte et permet à des associations locales (Rayon de soleil, les Restos du cœur, le Secours Catholique, CARE Meudon,

etc.) de venir s'approvisionner. La friperie vend des vêtements de seconde main collectés, triés, recyclés, transformés, customisés. Elle assure une activité économique locale alimentée par et pour les habitants.

En parallèle, la Refile organise des ateliers dans ses locaux et chez différents acteurs (entreprises, établissements scolaires, etc.) pour créer, réparer, réaliser des modèles. En partant de la thématique textile, l'association participe plus largement à la promotion d'un mode de vie zéro déchet. Elle sensibilise les participants de tout âge à une consommation raisonnée, et présente des alternatives aux produits jetables ou neufs en utilisant des tissus collectés (sacs de vrac, lingettes démaquillantes, etc.).

16. Initiative interrogée par le Comité francilien de l'économie circulaire en 2018 dans le cadre du livret « [Économie circulaire et économie sociale et solidaire : des valeurs croisées pour entreprendre en Île-de-France](#) »



### Étapes clés

- **2020** : création de l'association et ouverture



### Retour d'expérience

#### CLÉS DE SUCCÈS

Les citoyens sont de plus en plus sensibilisés aux enjeux environnementaux du secteur textile et cherchent des solutions locales pour déposer leurs vêtements et acheter en seconde main. Pour répondre à ce besoin, l'initiative La Refile s'inscrit dans une démarche d'économie circulaire ancrée sur le territoire.

Avec les changements d'habitudes de consommation, la friperie connaît un véritable succès. Peu d'initiatives similaires sont présentes à Meudon pour les habitants. La boutique est aménagée pour faciliter les recherches et les achats des consommateurs.

L'équipe de La Refile est composée de trois personnes à temps plein, complémentaires dans leurs missions et compétences (animation, stylisme, communication, comptabilité, etc.).

Le soutien financier et logistique de la mairie de Meudon permet à l'association de se développer. Sa réussite reste aussi indissociable de la forte mobilisation des bénévoles qui interviennent pour différentes activités (animation dans les établissements scolaires, tri de la collecte, etc.). La participation à des collectifs, comme le REFER<sup>17</sup>, qui propose un groupe de travail sur la thématique du textile, permet d'avancer plus rapidement sur certaines questions techniques (recherche de subventions, réglementation, etc.), de monter en compétences et d'échanger avec d'autres porteurs de projets.

17. Réseau Francilien du Réemploi

### Le chiffre clé

**Une dizaine de tonnes de textiles collectées par an**

répartie en fonction des activités et capacités de La Refile : 10% pour la friperie, 10% pour le vestiaire solidaire et 80% pour l'association AMELIOR, spécialisée dans la revente et la redistribution locale de produits

#### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

En pleine expansion, La Refile manque de place disponible pour permettre à ses différentes activités d'avoir lieu. Malgré le bon développement de l'initiative, il demeure compliqué de trouver une stabilité économique confortable pour assurer les revenus des salariées. L'initiative étant relativement récente, ses fondatrices sont encore dans la phase d'apprentissage de leur métier et des contraintes inhérentes au monde associatif (subvention, cadre juridique, business plan, etc.).

#### CONSEILS

- Se renseigner sur les aides économiques existantes avant le lancement du projet
- Travailler avec les services municipaux pour trouver un lieu et gagner en visibilité
- Prendre contact avec des groupements tels que le REFER pour être conseillé sur différents points (subventions, réglementation, etc.) et agrandir son réseau.



## Accompagnement

### FINANCIER

La mairie de Meudon a aidé financièrement l'initiative en utilisant une partie de son budget participatif.

La Région Île-de-France, Grand Paris Seine Ouest et le SYCTOM (l'agence métropolitaine des déchets ménagers) versent plusieurs subventions pour le financement de la structure et l'animation d'ateliers.

### PARTENAIRES

• La mairie de Meudon participe activement au développement de la Refile en l'associant à différents projets (événements, banderoles, centre social, etc.) et en l'utilisant comme pilote pour son territoire

- La marque de machines à coudre SINGER a fait don de plusieurs appareils pour soutenir la création de l'association
- Le Réseau Francilien du Réemploi (REFER) constitue un espace de discussion pour échanger et construire avec d'autres structures
- L'association AMELIOR récupère une grande partie de la collecte de La Refile (entre 70% et 80%) pour la revendre et la redistribuer localement
- Grand Paris Seine Ouest sollicite l'association pour développer des ateliers de sensibilisation et des solutions innovantes sur le territoire.



## Perspectives de développement

La Refile souhaiterait ajouter une dimension sociale à son activité en créant un atelier de couture d'insertion toujours dans une démarche de zéro déchet.

Dans une volonté d'essai, la structure est en discussion avec la mairie de Meudon pour concevoir une ressourcerie sur le territoire. Elle se renseigne en parallèle pour agrandir ses espaces et/ou trouver de nouveaux locaux adaptés au développement de ses missions. Elle envisage de multiplier ses ateliers de sensibilisation et prévoit de prendre contact avec des écoles de mode pour organiser des visites du lieu et créer des collections à partir des ressources disponibles.

Concernant son équipe, la Refile est en réflexion pour accueillir une personne en service civique.

### CONTACT

**Annabel BENILAN**

Styliste et cheffe d'atelier

6 Rue de Paris, 92190 Meudon

[www.larefi.fr](http://www.larefi.fr)

[larefi@92@gmail.com](mailto:larefi@92@gmail.com)



# Régénération



## EXPERTE :

### Sophie CORNOU – Refashion

Sophie CORNOU est responsable Valorisation chez Refashion, l'éco-organisme de la Filière Textile d'habillement, Linge de maison et Chaussures.

Elle participe à la construction d'une industrie textile circulaire, en France et en Europe, en encourageant la régénération des textiles usagés pour en faire de nouvelles ressources. Elle est également responsable de la plateforme Recycle<sup>18</sup> de Refashion.

## État des lieux du déploiement de l'économie circulaire pour la partie régénération

En France, la régénération<sup>19</sup> des produits est structurée autour du principe de la responsabilité élargie du producteur (REP). Une structure qui fabrique, distribue ou importe un produit en France doit verser une écocontribution pour permettre le financement de la gestion de ses déchets. Plus un produit est polluant et plus les coûts pour sa fin de vie sont importants.

Les écocontributions sont directement versées aux éco-organismes comme Refashion, qui est spécifiquement chargé de la Filière Textile d'habillement, Linge de maison et Chaussure (TLC) au niveau national. Comme tout éco-organisme, Refashion intervient sur un périmètre préalablement fixé par un cahier des charges. Ce sont les pouvoirs publics qui rédigent et accordent cet agrément. Refashion dépend de 2 ministères : le ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires et le ministère de l'Économie et des Finances.

Le processus de régénération englobe toutes les opérations liées à l'aval de la filière (de la collecte à la revalorisation) et concerne quatre types d'acteurs :

- Les fournisseurs de gisement (centres de tri)
- Les préparateurs de matières
- Les transformateurs / recycleurs
- Les industries clientes.

Plus précisément, les centres de tri de la filière textile et chaussures disposent d'un gisement hétérogène et composé de nombreux perturbateurs au recyclage (boutons, fermetures à glissière, quantité importante d'élasthanne, etc.). Des entreprises sont ensuite chargées de préparer la matière en retirant ces perturbateurs, en nettoyant et en lavant les produits. Ils suivent les cahiers des charges des transformateurs / recycleurs pour correspondre au mieux à leurs attentes. En bout de cette chaîne se trouve l'industrie cliente. Ce sont les metteurs en marché, du secteur textile ou autres (filières de l'aménagement, de la construction, etc.), qui intègrent la matière recyclée dans leurs produits.

En France, seulement 31% de la mise sur le marché est collectée en 2022 (75% de cette collecte se fait via des conteneurs). *In fine*, 31,3% du volume trié est recyclé en utilisant différentes méthodes : l'effilochage (pour créer des produits non-tissés pour le bâtiment, l'automobile, le rembourrage), la coupe (pour fabriquer des chiffons à usage industriels et

ménager), le défibrage (pour avoir du fil pour faire de nouvelles étoffes...) et le broyage (pour concevoir des composites, plastiques, briques, bétons...).

Le reste des produits triés est soit réutilisé et revendu en France ou dans le monde (59,5%), soit transformé en combustible alternatif utilisé en énergie (8,2%).

## Quels freins identifiez-vous à ce développement ?

Le déploiement de l'économie circulaire lors des différentes opérations du processus de régénération (collecte, tri, transformation, etc.) est limité pour plusieurs raisons. D'abord, une partie importante du gisement réutilisable ou recyclable peine à être capté par les centres de collecte :

- Soit parce que les produits sont laissés dans les placards des citoyens ;
- Soit parce qu'ils sont jetés dans la poubelle des ordures ménagères et incinérés (par exemple, les textiles représentent 2,9% des ordures ménagères résiduelles<sup>20</sup> en Île-de-France<sup>21</sup>) ;

L'activité de régénération présente également des difficultés techniques, en particulier sur le tri<sup>22</sup>. Développer une matière recyclée nécessite au préalable de mener des études de marché importantes pour s'assurer de la rentabilité de l'activité. Une fois identifié, le gisement de TLC constitue un défi supplémentaire de par son hétérogénéité et la présence de nombreux perturbateurs au recyclage. La préparation de ce gisement demande du temps et des investissements financiers conséquents pour répondre au mieux aux besoins des recycleurs.

## Quelles sont les solutions et les bonnes pratiques existantes ?

Au niveau de la collecte, une action importante de sensibilisation auprès des citoyens doit être menée pour pouvoir capter le gisement manquant.

En parallèle, le développement du maillage territorial permettrait de proposer des points d'apport volontaires au plus grand nombre et de limiter les « zones blanches », particulièrement présentes en Île-de-France.

Il serait également intéressant d'explorer et de développer de nouvelles techniques pour recueillir les dons avec des acteurs habituellement éloignés de cette mission, comme les metteurs en marché ou les distributeurs (par exemple lors de collectes événementielles).

Une autre piste serait d'accélérer l'industrialisation du recyclage en France et en Europe pour pouvoir faire baisser les coûts de production et traiter des volumes plus importants de gisements usagés. Des investissements dans la recherche et le développement sont à prévoir pour y parvenir. Le « Challenge Innovation », organisé tous les ans par Refashion, permet de cofinancer des projets innovants avec des niveaux de maturité technologique de plus en plus élevés.

La plateforme « Recycle de Refashion » a été imaginée pour permettre aux acteurs de se mettre en relation pour travailler ensemble. Elle a vocation à faciliter l'identification des gisements proposés par les centres de tri et le repérage des solutions de recyclage proposés par les transformateurs. Plus de 300 entreprises françaises et européennes ont déjà intégré le réseau. Elles pourront également participer à des expérimentations financées par l'éco-organisme pour les accompagner dans le développement de filière de recyclage à échelle industrielle.

18. Plateforme dédiée au recensement des matières issues du recyclage des textiles et chaussures, à la promotion des solutions de recyclage et à la mise en relation des acteurs.

19. Processus qui englobe la collecte, le tri, le réemploi, la réutilisation et le recyclage des produits

20. Déchets produits par les ménages restant dans la poubelle classique (dite « poubelle grise »)

21. Étude de l'Observatoire régional des déchets d'Île-de-France, « [Données de caractérisations locales des ordures ménagères résiduelles \(OMr\) en Île-de-France](#) », 2017

22. Terra et Refashion, Veille européenne sur les technologies de tri optique, de reconnaissance et de déliassage des matières textiles, avril 2023

## Quelles sont les perspectives pour l'avenir ?

Au niveau national, Refashion a plusieurs objectifs, fixés par les pouvoirs publics, à atteindre à plus ou moins long terme :

- **Objectif de taux de collecte** : collecter 60% de la mise en marché en 2028 ;
- **Objectif de réemploi et de réutilisation** : réemployer ou réutiliser 120 000 tonnes de TLC en 2024 en France ;
- **Objectif de réparation** : augmenter de 35% le volume de textiles et chaussures réparés en France d'ici à 2028 ;
- **Objectif de taux de recyclage** : recycler 70% des produits collectés non-réutilisables en 2024 et 80% en 2028 (pour les textiles composés d'au moins 90% de fibre plastique le gisement devra être recyclé à 50% en 2025, et à 90% en 2028) ;
- **Objectif de Recherche & Développement** : au minimum 5% du budget annuel de Refashion dédié à la Recherche & Développement pour les six prochaines années.

 Maximum

 **triethic.**  
Recycler, ça valorise

  
CHAUSSETTES  
SOLIDAIRES





## Tissium

- **Porteur** : Société Maximum
- **Structure juridique** : Société par actions simplifiée
- **Date de création** : 2019



### Objectifs du projet

- **Développer une unité pilote de production** du matériau composite rigide TISSIUM, constitué de déchets textiles recyclés
- **Produire des panneaux usinables** destinés aux marchés de l'ameublement et de l'aménagement



### Point de départ et actions mises en place

L'initiative Tissium est issue de la société Maximum, qui dessine et produit du mobilier à partir de déchets industriels depuis 2015 à Ivry-sur-Seine. Cette dernière étant déjà structurée autour d'une démarche d'économie circulaire bien ancrée, les fondateurs ont souhaité élargir leurs activités en développant des panneaux composites recyclés, constitués à 100% de déchets (70% de déchets textiles et 30% de déchets de peinture). Une fois le projet suffisamment mature et autonome, la société Maximum s'est organisée en holding avec deux filiales : Tissium et Maximum mobilier.

L'idée de Tissium est de proposer une véritable alternative écologique aux panneaux de bois de particules (MDF), aujourd'hui majoritaires dans l'ameublement et la construction, mais particulièrement néfastes pour l'environnement et la santé. En effet, ce dernier contient plusieurs produits chimiques toxiques comme par exemple du formaldéhyde, considéré comme cancérigène.

Pour concurrencer ce matériau privilégié sur le marché, il a fallu étudier ses caractéristiques (résistance à la flexion et à l'humidité, capacité à être usiné, cohésion interne...) et longuement expérimenter afin de les reproduire. Une analyse du cycle de vie (ACV) est venue compléter ces données et a permis de

vérifier l'intérêt environnemental de la production de Tissium comparée à la production de MDF (recyclabilité, impact sur la biodiversité, test sur les émanations de COV, etc.)

Pour chaque plaque de Tissium (soit un produit de 122 cm x 244 cm avec une épaisseur de 2 cm), 27 kilos de textiles sont utilisés. La société privilégie les gisements de vêtements usagés non-réutilisables, collectés et triés en France. Elle se place ainsi comme un nouveau débouché pour ces textiles, dont la majeure partie serait envoyée hors de nos frontières.

L'avantage du procédé est qu'aucun tri matière n'est nécessaire puisque la fibre d'origine n'impacte que très peu les propriétés mécaniques du matériau. Seul un tri couleur est exigé pour faciliter la revalorisation de la teinte des textiles. Une fois triés, les vêtements sont envoyés chez un effilocheur en France. Tissium récupère la fibre et réalise les panneaux avec une presse en ajoutant les déchets de peinture.

Tissium s'adresse à la fois aux metteurs en marché qui éprouvent des difficultés dans le traitement de leur matière (secteur du textile) et à ceux qui recherchent des matériaux en adéquation avec leurs valeurs (secteurs de l'ameublement et de la construction).



### Étapes clés

- **2017** : début de la phase consacrée à la recherche et au développement
- **Mai 2023** : début de la phase d'industrialisation (création d'une unité pilote)
- **Septembre 2024** : début de la phase de production



### Retour d'expérience

#### CLÉS DE SUCCÈS

Le projet Tissium a directement pu s'adosser à la société Maximum. Il a bénéficié de son atelier, de son savoir-faire, de son organisation et de ses outils, lui permettant de gagner rapidement en crédibilité.

Une autre clé de succès a été de ne pas sous-traiter l'intégralité de la recherche et de la mise au point. Les allers-retours avec les laboratoires ont permis de surmonter des difficultés techniques tout en laissant une marge d'autonomie lorsque l'entreprise souhaitait reprendre la main sur son innovation.

Enfin, les valeurs portées par l'entreprise ont joué un rôle fondamental pour l'aboutissement du projet. Au-delà du caractère très opérationnel de la structure, le bien-être au travail et la cohésion dans l'équipe ont permis de maintenir la motivation dans la phase de fortes incertitudes liées à l'expérimentation.

#### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

La difficulté principale est liée à la nature même de l'initiative et à la taille de la structure : c'est un projet industriel qui nécessite une maîtrise des outils de production à grande échelle dont ne disposait pas initialement la société Maximum.

### Le chiffre clé

Tissium est un matériau fabriqué

**avec 100% de déchets**

(70% de déchets textiles et 30% de déchets de peinture)

La structure a dû rassembler les capitaux humains pour s'équiper et concrétiser le projet. Le passage d'un produit test de petite taille à un produit final de grande taille représente le plus grand défi pour l'entreprise. Cet effet de seuil interroge généralement les investisseurs qui n'ont pas toujours en tête les contraintes et les incertitudes temporelles liées au monde de la recherche.

#### CONSEILS

- Ne pas sous-traiter l'intégralité de la recherche et de la mise au point
- Consacrer une place importante au capital humain.



## Accompagnement

### FINANCIER

Lauréat du Challenge Innovation de 2021, Tissium a été soutenue financièrement par Refashion. Une levée de fonds, organisée avec (Re)set (un cabinet de conseil dédié à la transition écologique et économique), est venue faciliter l'acquisition des outils de production. L'initiative a aussi bénéficié des subventions de la Région Île-de-France pour l'ensemble du projet.

### PARTENAIRES

- Les Galeries Lafayette Haussmann ont été les premiers bénéficiaires et partenaires du projet dans le cadre d'une réflexion sur leur espace lingerie. Tissium a permis d'agencer la boutique avec leurs invendus de l'année précédente ;
- Les laboratoires CETELOR et FCBA ont participé à la recherche et au développement du projet (mise au point de la matière, tests comparatifs sur le plan mécanique entre le Tissium et le MDF, etc.) ;
- Courrèges, Chanel, Kiabi et l'Armée de terre fournissent de la matière pour la production.



## Perspectives de développement

En termes de production, Tissium se donne pour objectif d'atteindre 470 tonnes en 2024 et 940 tonnes en 2025. De plus, la société Maximum a remporté en 2023 un appel à manifestation d'intérêt qui lui permet d'aménager et d'occuper une ancienne usine à Ivry-sur-Seine (« halle Sagep »). L'objectif est de transformer cet ancien bâtiment de retraitement des eaux usées de Paris, en véritable pôle d'économie circulaire. Ce lieu ouvert au grand public pourrait rassembler différents acteurs de l'industrie, dont Tissium, pour mettre en avant de nouvelles façons de produire.

### CONTACT

**Romée DE LA BIGNE**  
Co-fondateur de Maximum Production  
49 bd du Colonel Fabien  
94 200 Ivry-sur-Seine  
[www.maximum.paris](http://www.maximum.paris)  
[romee@maximum.paris](mailto:romee@maximum.paris)



## Triethic

- **Porteur** : Triethic
- **Structure juridique** : Société par actions simplifiée



- **Date de création** : 2010
- **Chiffre d'affaires** : 1 250 000 € en 2023
- **Nombre de salariés** : 14



## Objectifs du projet

- **Améliorer la fin de vie des déchets d'entreprises, en particulier les vêtements professionnels** pour réduire leur impact environnemental
- **Développer une activité économique pérenne** considérant l'ensemble des parties prenantes
- **Créer et développer des emplois accessibles** aux personnes en situation de handicap éloignées de l'emploi



## Point de départ et actions mises en place

D'abord agréée « Entreprise d'insertion », puis « Entreprise Adaptée » depuis 2015, Triethic propose des solutions de recyclage de déchets pour les entreprises. La création et le développement de cette structure reposent sur 3 valeurs : environnementale, sociale et économique.

Sur le plan social et économique, elle développe une activité pérenne en proposant des emplois stables, justement rémunérés et accessibles pour les personnes en situation de handicap éloignées de l'emploi. La société a développé un programme de formation d'une durée de 6 mois qui permet à chaque salarié d'être autonome et de maîtriser toutes les étapes du recyclage (du tri à la traçabilité). Sur le plan environnemental, la création de l'entreprise fait suite au Grenelle de l'environnement organisé en 2007. Contrairement à l'État et aux grandes entreprises qui ont pu s'outiller rapidement, les PME se sont trouvées démunies pour mettre en œuvre les nouvelles réglementations. Fort de ce constat, Franck Binoche a décidé de créer Triethic. La structure propose des solutions adaptées aux PME en améliorant la fin de vie de leurs déchets et en réduisant leur impact. D'abord positionnée sur la collecte de papier, l'entreprise s'ouvre à tous les déchets de bureau et cherche à innover pour répondre aux différentes problématiques de ses clients.

En 2019, Triethic se lance dans le traitement des vêtements professionnels (VIMETHIC). De nombreuses entreprises disposent de stocks importants de vêtements professionnels, neufs ou en fin de vie, ne pouvant être mélangés avec des vêtements ménagers pour des questions d'image de marque et de sécurité. Ces entreprises cherchent d'autres solutions que la destruction pure et simple de leurs stocks.

Comme pour les autres déchets, la société Triethic organise la logistique pour la collecte : les vêtements sont déposés par le client dans des cartons préalablement transmis par Triethic, qui s'occupe ensuite de les collecter directement (la tâche est confiée à un autre transporteur si l'entreprise est située hors Île-de-France).

Les vêtements, s'ils sont en coton, sont délogotés<sup>23</sup> et effilochés<sup>24</sup>. L'effilochage est assuré par une entreprise partenaire, qui s'occupe de créer un nouveau fil. Concernant les vêtements en polyester, ils sont transformés en combustibles solides de récupération (CSR)<sup>25</sup>. La matière sert ensuite à alimenter les réseaux de chaleur.

Une partie des bénéfices réalisés chaque année est réinvestie dans des outils de production plus performants et dans la recherche et le développement de solutions innovantes pour répondre aux problématiques remontés par leurs clients.

23. Retrait d'un logo. 24. Transformation de produits textiles en fibres  
25. Combustibles solides préparés à partir de déchets non dangereux et utilisés pour la valorisation énergétique dans des usines d'incinération ou de co-incinération

Triethic a également mis à disposition pour les salariés d'entreprises un outil de sensibilisation (CLIMATHIC) qui consiste en une plateforme numérique pour apprendre à trier et pour comprendre plus largement les différents enjeux climatiques.



## Étapes clés

- **2010** : création de Triethic
- **2015** : agrément Entreprise Adaptée
- **2016** : création de la première filière de recyclage de casques de chantier Casquethic
- **2020** : création de la filière de recyclage des vêtements professionnels Vimethic
- **2023** : création de Chaussethic, la filière de recyclage des chaussures de sécurité



## Retour d'expérience

### CLÉS DE SUCCÈS

Le caractère innovant des services de Triethic constitue un facteur de réussite important. La société accompagne ses clients tout au long de leur démarche en les aidant à se débarrasser de leurs déchets avec une solution de traçabilité complète : une plateforme a été créée en 2011 à cet effet, intitulée « Ici On Recycle ».

En tant qu'entreprise adaptée, Triethic est régulièrement contactée par des acteurs économiques soucieux de donner du sens à leurs activités. Après avoir connu le succès autour du traitement des casques de chantier, Triethic a naturellement pu étendre les gammes de déchets traités, tout en s'appuyant sur une base de clientèle déjà existante.

### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

La grande densité de la zone et la montée des prix de l'immobilier impactent les entreprises, comme Triethic, qui souhaitent disposer d'un espace dédié pour cette activité. Le stockage de la matière reste un enjeu important en Île-de-France.

Concernant les vêtements professionnels, la difficulté repose sur les logos : comment délogoter le produit sans l'abîmer ? Et surtout, comment et où trouver un atelier de couture capable de proposer une solution technique performante et abordable pour les volumes concernés ?

### Le chiffre clé

**600 tonnes**

de déchets recyclés en 2022

Ces questions restent encore en suspens pour la société, mais les résoudre pourrait lui permettre de proposer ces vêtements à des associations et ainsi d'en allonger la durée de vie.

Plus largement, Triethic se questionne sur la manière de faire évoluer la réglementation sur les Équipements de Protection Individuelle (EPI), cette dernière restreignant aujourd'hui les possibilités de réutilisation puisque quand un EPI est modifié (par une action de délogotage par exemple), le vêtement perd automatiquement sa qualification d'EPI.

La question du polyester est également ardue et demande que soit davantage traitée la question des exutoires, autres que les solutions chimiques.

### CONSEILS

- Être à l'écoute de ses clients pour répondre au mieux à leurs besoins en matière de recyclage
- S'appuyer sur chaque expérience pour innover et ouvrir son champ d'activité.



## Perspectives de développement

Triethic souhaite continuer à innover et à rechercher de nouvelles solutions de recyclage tout en réduisant l'impact carbone de son activité. La société n'est pas fermée à un éventuel élargissement de son champ d'action. Elle aimerait par exemple limiter sa production de CSR (combustibles solides de récupération), à condition de trouver un atelier capable de délogoter correctement, avec des volumes conséquents et à un prix correct.

### CONTACT

**Franck BINOCHÉ**

Président de Triethic

320 Avenue de la République  
92000 Nanterre

[www.triethic.fr](http://www.triethic.fr)

[franckbinoche@triethic.fr](mailto:franckbinoche@triethic.fr)



## Chaussettes Solidaires

- **Porteur** : Chaussettes Solidaires
- **Structure juridique** : Association Loi 1901
- **Date de création** : 2008



### Objectifs du projet

- **Proposer une mode écoresponsable** à partir du recyclage de chaussettes orphelines ou usagées
- **Limiter l'empreinte carbone des produits textiles et favoriser les emplois locaux** avec 100% de la chaîne d'approvisionnement en France
- **Sensibiliser** à la réduction de toutes sortes de déchets
- **Favoriser l'insertion sociale** par le tri et par la formation



### Point de départ et actions mises en place

En France, 300 millions de paires de chaussettes sont mises sur le marché chaque année, et seulement 10% sont envoyées dans des centres de tri.

En partant de ce constat, Márcia de Carvalho, créatrice de mode spécialisée dans la maille, a présenté au Grand Prix de la Création de la Ville de Paris de 2008, plusieurs œuvres fabriquées avec des chaussettes devenues inutilisées. C'est ainsi qu'est née l'association Chaussettes Orphelines.

Nouvellement intitulée Chaussettes Solidaires, l'association Loi 1901, collecte aujourd'hui des chaussettes usagées ou orphelines pour les transformer en nouvelles pièces textiles et sensibiliser les citoyens au recyclage des déchets et à la valeur de la matière.

Elle organise ainsi des opérations de collectes au sein de différentes structures en France et à l'international (entreprises, commerces, écoles, etc.). Le tri des chaussettes est ensuite assuré par des personnes en situation de handicap et en insertion sociale et économique, ou par des bénévoles de tous horizons.

Avec une filature française, l'association a développé un procédé de recyclage industriel permettant de transformer les chaussettes en nouveau fil de qualité 100% recyclé. Ce dernier est ensuite utilisé pour produire des chaussettes, gants, bonnets, écharpes, sacs, housses d'ordinateurs, pochettes, etc. L'association vend ses articles sur son site internet, dans son atelier-boutique de Paris, ou encore à des entreprises.

En parallèle, Chaussettes Solidaires a diversifié ses activités pour sensibiliser encore davantage à l'économie circulaire via des animations qu'elle organise dans les entreprises, les administrations et les écoles.

Elle a également développé la formation certifiante « Mode d'emploi recyclé » pour permettre à des personnes éloignées de l'emploi de gagner en compétences dans le domaine de la couture. Ces personnes sont en particulier formées à l'allongement de la durée de vie des produits (4 mois de formation suivis de 2 mois de stage).



### Étapes clés

- **2008** : création de l'association Chaussettes Orphelines
- **2014** : mise au point d'un fil recyclé et première édition de la formation « Mode d'Emploi Recyclé »
- **2016** : lauréat du Prix du Paris Durable
- **2017** : réception du label « Fabriqué à Paris » pour une partie de la collection et lauréat du 1<sup>er</sup> prix du Jury dans la catégorie « Innovation ».
- **2019** : création d'Easy Recycling (proposition d'une étiquette de retour pour le recyclage gratuit)
- **2021** : changement du nom de l'association pour devenir Chaussettes Solidaires (Chaussettes Orphelines reste le nom de la marque)



### Retour d'expérience

#### CLÉS DE SUCCÈS

La chaussette est un objet fédérateur qui concerne toutes les générations et tous les milieux sociaux.

L'aspect innovant et original du projet, ainsi que son modèle circulaire et solidaire unique ont rapidement séduit les consommateurs et divers partenaires.

Ayant commencé sa carrière en tant que styliste pour de grandes maisons de couture, puis s'étant installée dans le quartier de la Goutte d'Or à Paris, la fondatrice de l'association, Márcia de Carvalho, a pu s'appuyer sur son expérience professionnelle dans le secteur de la mode et bénéficier de son précédent réseau ainsi que de son ancrage territorial.

#### DIFFICULTÉS RENCONTRÉES

Une des difficultés a été de réussir à lever des fonds suffisants pour innover et créer un fil 100% recyclé.

Le temps de développement de nouveaux produits est long et représente aussi un frein à l'activité.

Le prix plus élevé des produits peut également représenter un frein à la commercialisation. Il est nécessaire de mettre l'accent et d'investir dans la communication pour expliquer en détail la démarche et le projet de l'association, et ainsi justifier les prix de vente.

#### Le chiffre clé

**260 millions de litres d'eau économisés et 440 tonnes d'émissions de CO<sub>2</sub> évitées**

depuis le lancement de l'association grâce à la collecte de plus de 17 tonnes de chaussettes

#### CONSEILS

- Mobiliser sa créativité pour éviter d'utiliser de nouvelles ressources et innover
- S'entourer de partenaires durables, motivés par la démarche et partageant les mêmes valeurs
- Développer son réseau et communiquer.



## Accompagnement

### FINANCIER

- Chaussettes Solidaires a bénéficié d'un accompagnement financier par Refashion pour la recherche et le développement de son fil recyclé.
- La Ville de Paris a soutenu économiquement et logistiquement toutes les manifestations organisées par la structure.
- La Région Île-de-France a financé une partie de la formation certifiante « Mode d'emploi recyclé ».
- Chaussettes Solidaires a également été incubée par La Ruche, une structure qui soutient les projets en faveur d'une société plus engagée et responsable. Ce réseau a pris part au développement et à la commercialisation des produits recyclés de l'association en 2017.
- Pour la partie insertion, Chaussettes Solidaires a été aidée en 2019 par Makesense, un incubateur qui accompagne les entrepreneurs et les organisations pour construire une société inclusive et durable.

### PARTENAIRES

- La Région Île-de-France, La Ville de Paris, le Sycotm
- Des entreprises (Colas, Chanel, Bouygues, Maif, Engie...), des fondations (Ratp, Raja...), des Villes (Paris, Sceaux, Versailles, Malakoff...), des fédérations sportives (badminton, tennis...)
- Des ateliers d'insertion, comme Mode Estime, proposent des emplois pour les personnes qui ont été formées par Chaussettes Solidaires
- D'autres ateliers d'insertion, comme EBS Espérance, assurent le tri des chaussettes à recycler, gèrent les stocks et expédient les commandes
- La Fondation Saint Jean de Dieu collecte et anime des ateliers de tri pour des personnes en situation de handicap.



## Perspectives de développement

Des ateliers de réparation de textiles pour les enfants dans toute la France : Chaussettes Solidaires met en place une action de formation pour des animateurs des centres de loisirs. L'objectif de l'association est qu'ils transfèrent ensuite leurs savoirs et animent des ateliers de réparation auprès des enfants.

À l'occasion des Jeux Olympiques et Paralympiques 2024, Chaussettes Solidaires organise, à compter d'octobre 2023 des collectes dans toute la France métropolitaine et propose des ateliers de réparation de vêtements et de réutilisation de chaussettes. Ce projet, labellisé Impact 2024, est l'occasion de toucher un large public. Lancé en partenariat avec la Fédération française de badminton et la Fondation Saint Jean de Dieu, il a vocation à se développer avec d'autres fédérations sportives, municipalités et entreprises.

À plus long terme, Chaussettes Solidaires souhaite mettre en place un véritable atelier de tricotage industriel avec ses propres machines. Cette évolution lui permettrait d'être totalement autonome par rapport à la production et de créer et garantir davantage d'emplois et de produits locaux.

Chaussettes Solidaires se développe actuellement au Brésil à travers différents événements. L'association ambitionne également de se développer et d'essaimer ses projets en Europe. Elle souhaite multiplier le dialogue avec les pays frontaliers.

### CONTACT

#### Márcia DE CARVALHO

Styliste et fondatrice  
de Chaussettes Orphelines  
et Chaussettes Solidaires

2 Rue des Gardes, 75018 Paris

[www.chaussettesolidaires.org/](http://www.chaussettesolidaires.org/)

[contact@marciadecarvalho.fr](mailto:contact@marciadecarvalho.fr)

[Association@chaussettes  
solidaires.org](mailto:Association@chaussettes<br/>solidaires.org)



# Notes

A series of horizontal dotted lines for writing notes on page 58.

A series of horizontal dotted lines for writing notes on page 59.

## Le Comité francilien de l'économie circulaire



Direction régionale et interdépartementale  
de l'environnement, de l'aménagement  
et des transports d'Île-de-France



Direction régionale et interdépartementale  
de l'économie, de l'emploi,  
du travail et des solidarités

