

GROUPE DE TRAVAIL « MESURER LA MODE »

L'industrie de la Mode est considérée à raison comme une des industries les plus impactantes pour l'environnement. Perçue par le consommateur comme une opération simple, la confection d'un vêtement est technique et nécessite plusieurs phases de fabrication (6 au minimum) qui peuvent être réparties sur plusieurs continents.

Les principaux impacts de l'industrie sont connus pour être le dérèglement climatique, la consommation d'eau et la santé, et ils proviennent essentiellement de la production de matières premières, de la transformation et de l'utilisation des vêtements.

L'acceptabilité de ces impacts est remise en question par de plus en plus de parties prenantes comme les ONG, des consommateurs toujours plus nombreux et les nouveaux acteurs qui souhaitent développer une mode responsable. A cela s'ajoute le régulateur qui renforce les obligations légales des entreprises qui doivent disposer de données pour rendre compte.

Tout cela amène les acteurs du secteur à revoir leur façon de travailler pour minimiser leurs impacts sur l'environnement, voire pour impacter positivement.

Connaître ses impacts réels est une étape essentielle pour prendre des décisions. Les méthodes de mesures d'impacts sont nombreuses et plusieurs stratégies sont mises en œuvre pour mesurer les impacts :

- Une stratégie interne entreprise et/ou : Bilan Carbone®, Analyse de Cycle de Vie, l'affichage environnementale...
- Des stratégies mutualisées d'évaluation environnementales : Higg Index de la SAC,
- Des stratégies de monétarisation des impacts environnementaux et sociaux : EP&L de Kering etc...

A la veille de la mise en place de l'affichage environnementale, Fashion Green Hub décide de lancer un groupe de travail intitulé « Mesurer la mode » afin de répondre aux questions que les adhérents se posent :

- Comment évaluer facilement la plus-value environnementale de son activité, d'un nouveau produit ou d'un autre process ?
- Quel(s) système(s) de mesure choisir ?
- Comment valoriser facilement auprès des consommateurs (communication sur les produits et points de vente) ?

Il s'attachera à faire un état des lieux des initiatives, à comprendre les motivations et les spécificités des adhérents et à leur proposer les outils les plus adaptés à leurs attentes et besoins après les avoir testés. Il cherchera à développer des synergies en étudiant les mutualisations possibles et d'intérêt pour le secteur.

Délivrables :

-
- Un livre Blanc
 - Des projets de mutualisation
-

Le programme :

- Tour d'horizon des obligations réglementaires en cours en matière de RSE (Loi Pacte, loi sur le devoir de vigilance, loi AGEC, DPFE...).
- Partage des attentes des adhérents de Fashion Green Hub : que faut-il/que veut-on mesurer ? que demandent les client(e)s ? → périmètre de réflexion et de travail.
- Sur les éléments à mesurer validés par le groupe, benchmark des outils existants et tour d'horizon des initiatives existantes dans le secteur de la mode pour mesurer et rendre compte (Higg Index, Clear Fashion, EP&L, marques ...).
- Mise en pratique par les adhérents : tester les différentes solutions (pour mesurer et rendre compte) et partager les expériences.
- Quels sont les accompagnements disponibles et à quel coût ? Des mutualisations/appels d'offre groupés sont-ils envisageables ?
- Rédaction d'un Livre Blanc avec en fil rouge la mesure des impacts environnementaux des T-shirts développés par le lab Fashion Green Hub.

Animation :

- **Sandra Wielfaert**, Fashion That Cares
- **Frédéric Fournier**, Yamana RSE / Programme Fibre Citoyenne