

De : Fashion Green Hub

Rédacteurs : *Sandra Wielfaert (Fashion That Cares) & Frédéric Fournier (Yamana RSE)*

A : ADEME / François Humbert

Roubaix le 30 novembre 2021

**Objet : Appel à projets Xtex "Expérimentation Loi Climat : méthode d'affichage environnemental pour les textiles d'habillement et les chaussures"**

Dans le cadre du groupe de travail « Mesurer la Mode » qui a démarré au sein de l'association début Septembre et qui réuni 10 structures sur le sujet, nous avons souhaité apporter un retour sur l'affichage environnemental tel que proposé aujourd'hui.

Nous convenons que nous ne répondons pas aux critères de l'appel à projet Xtex "Expérimentation Loi Climat : méthode d'affichage environnemental pour les textiles d'habillement et les chaussures", mais nous pensons que le travail que nous avons mené peut apporter un éclairage complémentaire au socle méthodologique.

C'est la raison pour laquelle nous vous partageons nos [travaux](#) à savoir le retour de 11 entreprises sur leur perception de l'affichage environnemental et ses axes d'amélioration qui pourraient y être apportés.

## 1. Positionnement des entreprises vis-à-vis de l’Affichage Environnemental :

- Une démarche plutôt bien perçue par les entreprises sondées (qu’elles aient démarré ou non l’expérimentation) qui en comprennent l’utilité.
- Si elles n’ont pas démarré l’expérimentation, elles souhaitent toutes le faire à moyen/long terme et mettent en avant plusieurs facteurs expliquant pourquoi elles attendent : la **charge de travail générée par la démarche**, son **coût** et le **manque d’informations sur le sujet** (modalités pas arrêtées, discussions entre la France et l’Europe → elles ne souhaitent pas s’investir inutilement).
- La démarche n’est pas si simple, reste relativement complexe à mettre en œuvre sur plusieurs étapes (notamment la sensibilisation, la collecte des données et l’évaluation environnementale ; cf. « Marges de progression ») et l’on note un vrai **besoin de formation**, de type vulgarisation, pour rendre le sujet facilement compréhensible par les équipes. *NB : axe sur lequel le GT a prévu de faire des propositions.*

## 2. Marges de progression :

### 2.1. Méthodologie

- Il existe une incertitude quant à l’orientation des pouvoirs publics européens et français sur la méthodologie. Laquelle va s’imposer ?
- Les entreprises se demandent s’il ne faut pas attendre que la méthodologie soit définitivement arrêtée pour se positionner (/investissements requis).
- Les critères français sont jugés pertinents (avec d’autres critères que sont épuisement des ressources énergétiques et en eau) mais **le système de notes insuffisant** pour exprimer les impacts environnementaux d’un vêtement (manque de pertinence et de clarté).

### 2.2 Inventaire du Cycle de Vie

- Traçabilité : la filière de l’habillement comprend de multiples phases de fabrication qui peuvent se dérouler sur différents continents. Avec de nombreux sous-traitants et fournisseurs → les distributeurs maîtrisant leur traçabilité géographique complète sur l’ensemble de leur parc fournisseur sont très rares.
- La méthodologie de l’Affichage Environnemental ne requiert aucune certification quant à la véracité des lieux d’approvisionnement et de fabrication. Les cabinets ayant reçu une délégation de l’ADEME pour vérifier les calculs n’ont pas la capacité de vérifier si les pays

de fabrication considérés sont les bons. L'ACV repose donc en partie sur des informations déclaratives

### 2.3 Collecte de données :

- Les lacunes sur la traçabilité peuvent avoir un impact important sur la véracité des calculs de l'impact environnemental.
- La collecte de données primaires est complexe, chronophage, coûteuse. Elle nécessite d'entraîner dans ce projet un ensemble de fournisseurs sur une chaîne de fabrication et dépend de paramètres que l'entreprise ne maîtrise pas :
  - ✓ La maturité du fournisseur ou du sous-traitant sur la collecte de ses propres données
  - ✓ La transparence du fournisseur quant à sa volonté de transmettre ses informations ou non
  - ✓ L'Asymétrie dans la relation économique dans certains pays. Moins l'entreprise « pèse » sur son fournisseur et moins il est en mesure d'obtenir des informations
  - ✓ Les différences de réglementation entre pays sur la transparence
  - ✓ Les possibles conflits entre Transparence et Droit des Affaires. Entre professionnels, les opérateurs économiques entretiennent un secret dans la conduite de leurs affaires.
  - ✓ RGPD.

### 2.4 : Les Bases de Données

- Incomplètes (matières à moindre impact et procédés de fabrication plus vertueux), les bases de données ne permettent pas de quantifier précisément les impacts environnementaux des produits.
- Qui plus est, il y a une latence quant à l'intégration de nouvelles matières écologiques et/ou recyclées dans les bases de données, ce qui peut pénaliser les entreprises qui sont les plus avancées en matière d'éco-conception, ...
- Et il y a une latence quant à l'intégration de nouveaux procédés technologiques écologiques ce qui peut pénaliser les entreprises les plus avancées en matière d'éco-production.
- Certains des 16 indicateurs ont des indices de fiabilité de II ou de III.

## 2.5 : Calcul et granulométrie :

- Du fait des accords de libre échange, la délocalisation a fragmenté l'industrie textile européenne, alors qu'elle l'a concentré dans les pays de fabrication et notamment asiatiques. Ainsi, il existe peu d'industriels intégrés en Europe, du fil au produit final, alors que cela est fréquent en Asie. Ainsi l'industrie européenne pourrait être pénalisée, alors qu'il y a un intérêt à relocaliser la production sur le plan économique, social et environnemental.
- L'Analyse de Cycle de Vie ne prend pas en compte les pratiques des industriels textiles, notamment quant aux réglages effectués aux étapes de filature, tissage, ennoblissement en fonction de paramètres de résistance mécanique, de poids etc... qui peuvent avoir un impact important sur le résultat final.

## 2.6. Modèle économique

Le coût d'une ACV et de la vérification par une OTI n'est pas supportable pour une PME voire pour une grande entreprise, si l'on étend le périmètre à l'ensemble des références d'une entreprise → le modèle économique de l'approche ACV Produit n'est pas cohérent avec le nombre de références et la structuration de la filière de l'habillement.

## 3. Aspects non pris en compte dans l'ACV

- **Eco-conception** : il n'y a pas de prise en compte dans l'Analyse de Cycle de Vie ou l'étiquette d'indicateurs d'éco-conception tels que :
  - ✓ La **durabilité** du vêtement, (qui peut être plus impactante qu'un vêtement non qualitatif du fait de l'imputation de l'utilisation, ce qui va à l'encontre du sens commun et de certains indicateurs tels que l'épuisement des ressources) : critère ressorti à 100% des répondants à notre sondage.
  - ✓ La **réparabilité**, alors que les pouvoirs publics français mettent en avant un indicateur de réparabilité des produits.
  - ✓ La **recyclabilité** du produit, il n'y a pas de valorisation d'un produit facilement recyclable parce que le vêtement a été éco-conçu. Refashion travaille sur l'éco-modularité, un rapprochement pourrait être intéressant.
- **Droits Sociaux** :
  - ✓ L'affichage tel que prévu ne prend pas en compte l'impact social du vêtement (un critère tout aussi important que l'environnement dans le choix d'un produit). Par exemple tout comme l'agriculture biologique, il est possible d'acquérir des

vêtements avec un impact environnemental faible mais avec des violations flagrantes des droits de l'être-humain.

- ✓ Qui plus est, les deux volets sont totalement corrélés : des choix de sourcing plus vertueux d'un point de vue environnemental peuvent entraîner des répercussions négatives sur le volet social.

#### 4. Impact sur le consommateur : quelle influence ?

- Si l'Affichage environnemental a pour objectif de réduire l'empreinte environnementale des produits, il a aussi pour objectif d'**orienter l'acte d'achat du consommateur vers l'article ayant le moins d'impact environnemental**. Il existe peu d'études ou de retours sur l'impact qu'aura l'affichage environnemental sur le comportement du consommateur.
  - Selon l'étude européenne, « Consumer testing of alternatives for communicating the Environmental Footprint profile of products » (Cf. [notre synthèse](#)), **l'Affichage environnemental a un meilleur impact s'il est associé aux indicateurs pertinents permettant de donner du sens aux notes, considérées comme trop abstraites par le consommateur** (par exemple : couleurs, % permettant de comparer le produit à un produit référent au global et/ou par critères).
  - Les répondants à notre sondage soulignent l'importance d'avoir un affichage environnemental simple.
- Dans le cadre du groupe de travail « Mesurer la Mode » nous avons pour objectif d'analyser la perception de l'affichage environnemental par les consommateurs du secteur de la Mode. Nous prévoyons d'administrer un sondage aux clients des entreprises participantes au GT qui seraient d'accord pour le faire (et plus largement au sein de l'association) dont nous vous adresserons une synthèse dans un second temps afin de compléter cette vision entreprises.