

The background of the entire image is a close-up, high-resolution photograph of a teal-colored fabric. The fabric is draped and folded, creating deep shadows and bright highlights that emphasize its texture and the way it catches the light. The overall color palette is a range of teal and greenish-blue tones.

Re_fashion

**Les modèles d'affaires
circulaires dans la filière
textile**

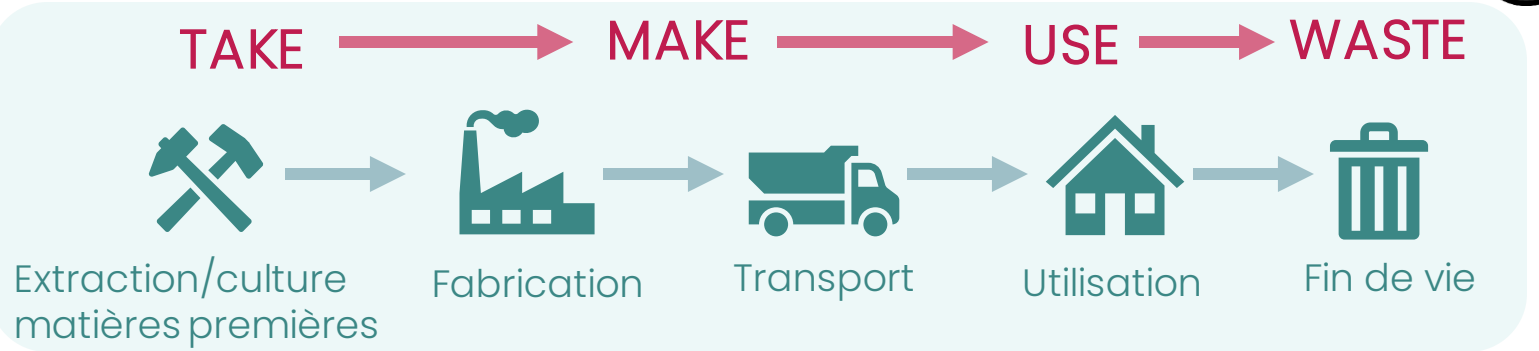
Webinaire Les rendez-vous de l'écoconception

2 avril 2024

Rappel du contexte



Le schéma habituel est celui d'une économie linéaire



Enjeux climatiques de ce schéma linéaire:



Changement climatique



Pollution et toxicité



Perte de biodiversité



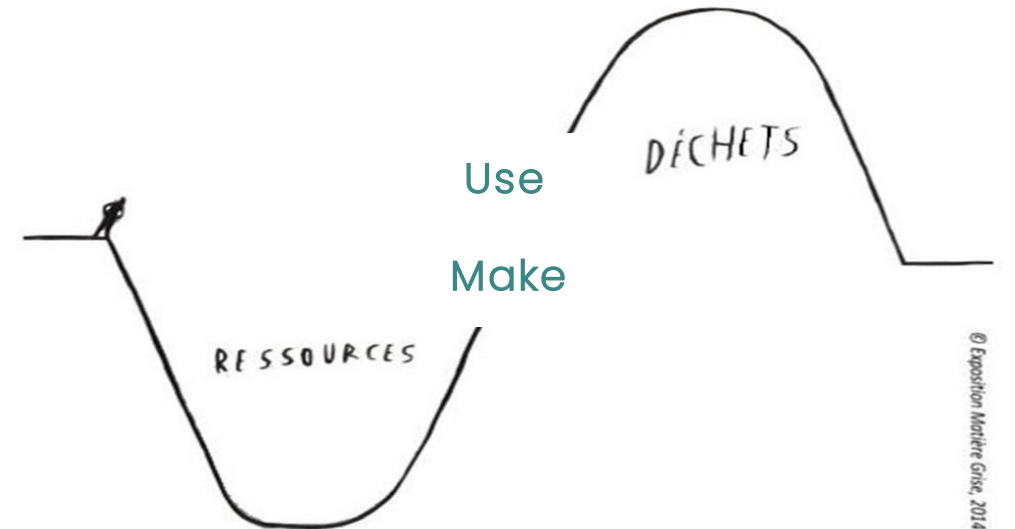
Santé et bien-être



Raréfaction des ressources

L'extraction et la transformation des ressources contribuent à:

- 50% des émissions de GES
- 90% des atteintes à la biodiversité
- 90% du stress hydrique



© Exposition Matière Grise, 2014

Secteur du textile



140 milliards

de vêtements produits / an



50

Vêtements / hbt/ an

<https://refashion.fr/> (2022)



70%

seraient non portés



110 milliards

de vêtements jetés / an



2/3

pourraient encore
être portés

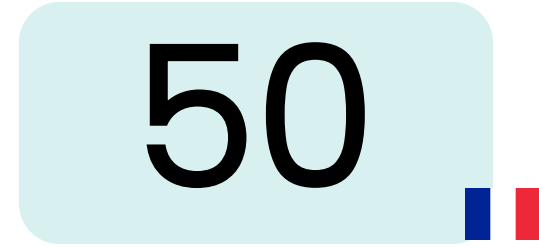


Secteur du textile



Nombre de vêtements
achetés par Français
par an

Nombre de vêtements
pour respecter accord
de Paris ?



<https://refashion.fr/> (2022)



<https://www.amisdelaterre.org/>

Secteur du textile

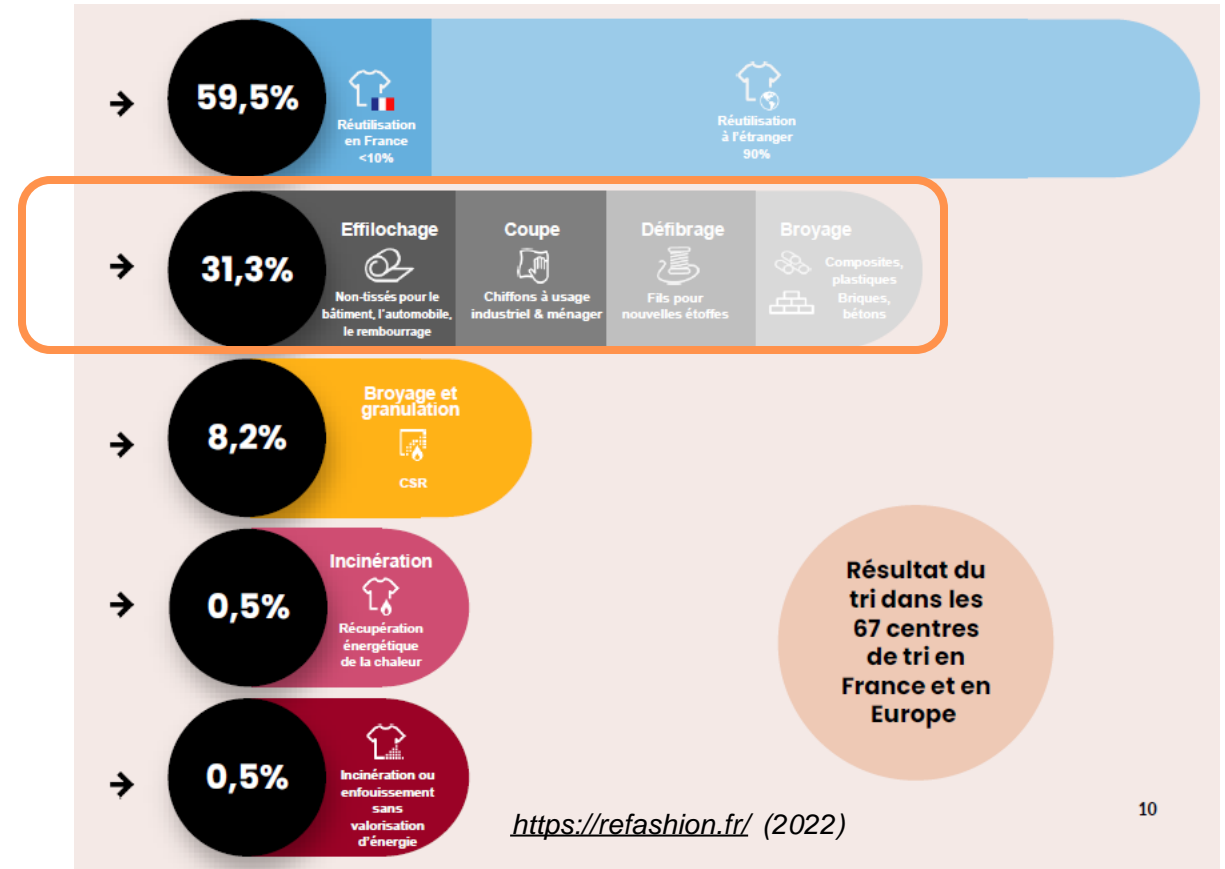


Oui, mais on recycle !

31%

Taux de collecte

Mode de traitement sur quantités triées



10

**Il faut repenser nos
modèles d'affaire!**

Votre enjeu?

Ressources
& Impacts

Pérennité (*)
de
l'entreprise



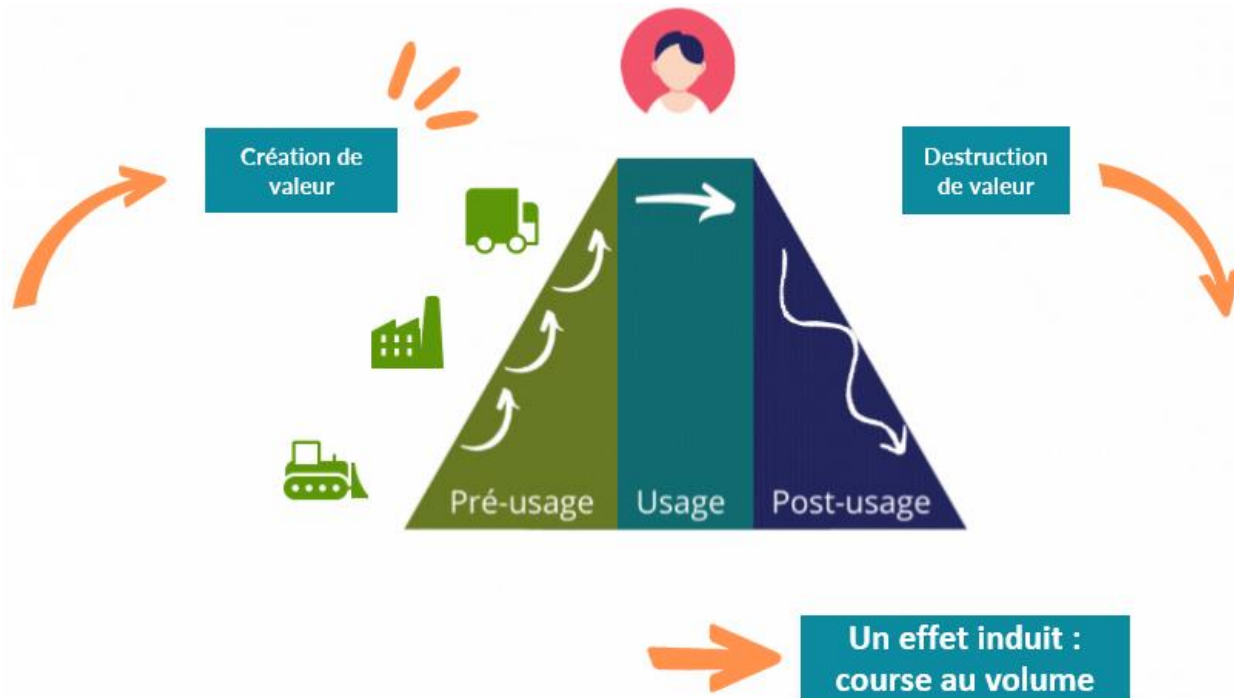
(*) rentabilité & adaptation:
risques, réglementation,
évolution clients, capacité à
être financé.

Moins de ressources et d'impact tout en assurant la pérennité de l'entreprise

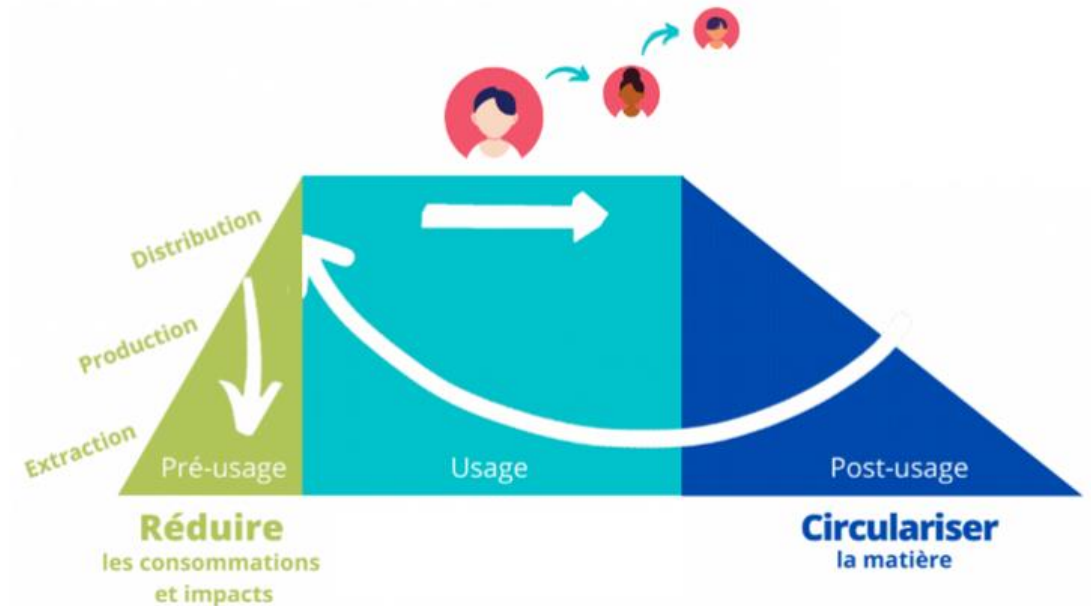
Un modèle d'affaires 'future-fit'

La colline de la valeur

Passer d'une économie linéaire...



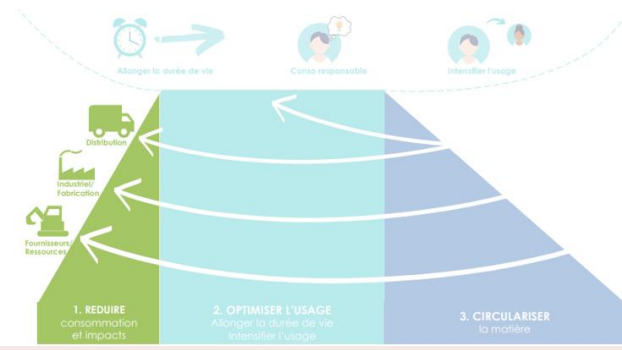
... à une économie circulaire



Modèle en pyramide avec plusieurs piliers :

- Pré-usage (valeur augmente en flèche) : création de valeur économique
- Usage (valeur stable sur une période très courte)
- Post-usage (valeur dégringole)

Les 3 piliers de la colline de la valeur (Value Hill)



Pilier 1: réduire les ressources et les impacts



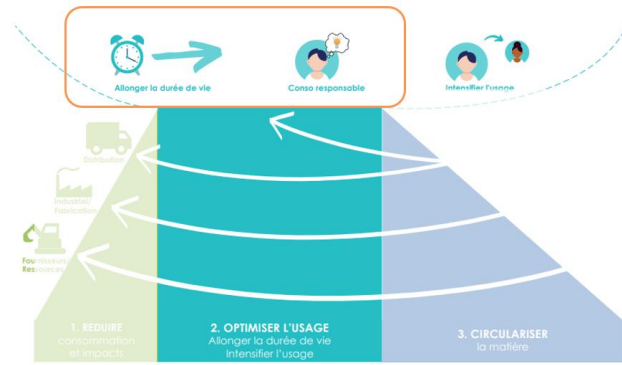
- Eco-conception
- Relocalisation / Optimisation chaîne de valeur
- Achats durables (ex: matières certifiées)
- Production responsable (en partenariat avec les fournisseurs)
- Fabrication à la demande
- Etc.

& aussi:

- Réflexion sur l'offre: quantité/qualité
- Marketing responsable

**La phase
« pré-usage »**

Pilier 2: optimiser l'usage



Allonger la durée de vie

- La réparation
- La garantie
- La personnalisation
- La modularité des vêtements
- L'information pour accompagner les consommateurs dans le prolongement de la durée de vie de leurs produits

Intensifier l'usage

- Niveau 1: la location
- Niveau 2: l'économie de l'abonnement
- Niveau 3: Economie de la performance

**La phase
« usage »**

Allonger la durée de vie



La réparation

Les marques investissent ce secteur en ouvrant une boutique de réparation, en créant des coinçons qui vont permettre de réparer, personnaliser et recycler en magasin

CONSO

Patagonia redémarre sa tournée de réparation de vêtements gratuite

RÉPARATIONS

Decathlon x Les Réparables



1083

La modularité des vêtements

Exemple de 1083 avec les pantalons dont on peut changer le bas (pratique pour les enfants qui abiment souvent la zone du genoux)

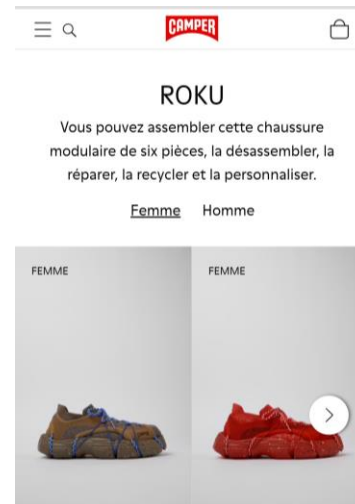
« 1083 entre dans l'économie circulaire ! Contre l'obsolescence programmée, notre jeans 011 pour enfant est conçu pour être réparé, notamment au niveau du genou. » 1083

La garantie

Éco-concevoir les produits pour prolonger leur durée de vie

VOTRE JEANS
BONOBO
GARANTI
3 ANS

De quoi faire durer
votre histoire...



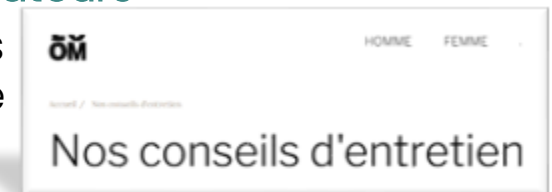
La personnalisation

Les éléments sont séparables facilement donc plus facile à réparer

« La ROKU : une chaussure modulaire en six pièces, pensée pour une approche recyclable. Vous pouvez l'assembler, la désassembler, la réparer et la personnaliser. » Camper

L'information des consommateurs

pour les accompagner dans le prolongement de la durée de vie de leurs produits



Circulwise

Intensifier l'usage

Niveau 1: la location



Attention à l'impact du nettoyage des produits à intégrer lors de la location

Niveau 2: l'Economie de l'abonnement

exemple de Décathlon qui propose l'accès à une multitude de produits avec une formule d'abonnement



« À terme, on estime que le modèle pourrait être **neuf à douze fois** plus rentable que celui actuel. Le client est de plus fidélisé... » Decathlon

Niveau 3: Economie de la performance

Création de valeur, centrée sur les besoins réels, par des solutions basées sur les ressources immatérielles et ce grâce à la coopération



La montée en qualité des produits va s'opérer naturellement par la mise en place de ces systèmes

Offre location/abonnement: Pourquoi ?



Les avantages

- Pouvoir d'achat
- Consommation responsable
- Flexibilité
- Accès aux nouveautés
- ...



- Offre complémentaire
- Nouveaux clients
- Trafic magasin, Fidélité client
- Connaissance client et produits (data)
- Résilience
- Potentiel de Rentabilité



Les freins

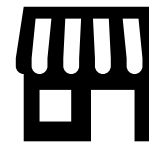
#8 - Vos reticences pour la location

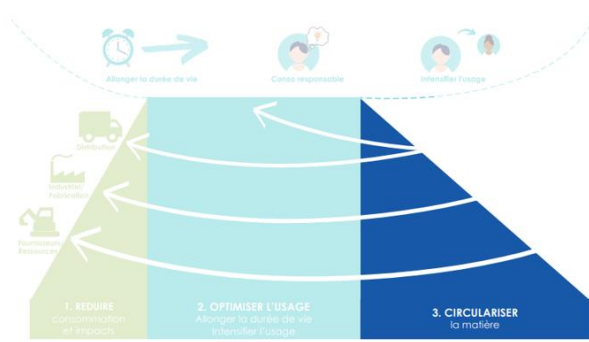
235 contributeurs sur 235 ont répondu

- j'ai peur de l'abîmer et donc peut-être payer une caution 70%
- j'aime posséder mon équipement, même si je ne l'utilise pas tous les jours 54%
- la démarche de location, comme rapporter/renvoyer le produit à la fin me dérange 32%
- je préfère payer en une fois, plutôt que payer mensuellement 29%
- je fais moins confiance dans un produit déjà utilisé 19%
- je ne me sens pas prêt pour ce nouveau mode de consommation 7%
- Autre réponse 2%
- Je ne me sens pas concerné par l'environnement et le développement durable 1%



- Logistique retour
- Stocks et saisonnalité
- Impact nettoyage
- Nouvelles compétences
- BFR / Trésorerie
- Effet vélib ?
- Recouvrement





Pilier 3: circulariser la matière

Plusieurs leviers:

- **Le réemploi/La seconde main:** l'intégrer dans sa proposition de vente au client, pour augmenter sa fidélité
- **Le reconditionnement:** pour se démarquer des indépendants spécialisés dans la seconde main en apportant un service supplémentaire (= remettre en état le produit en le lavant, le réparant, etc.)
- **L'upcycling:** réutilisation des composants d'un produit pour le transformer en un nouveau produit
- **Le recyclage:** dernière solution, si les propositions précédentes ne peuvent être appliquées



UNIQLO TODAY

LIFEWEAR FEMME



Studio RE.UNIQLO : offrez une nouvelle vie à vos vêtements

Jul 21, 2023 LIFEWEAR

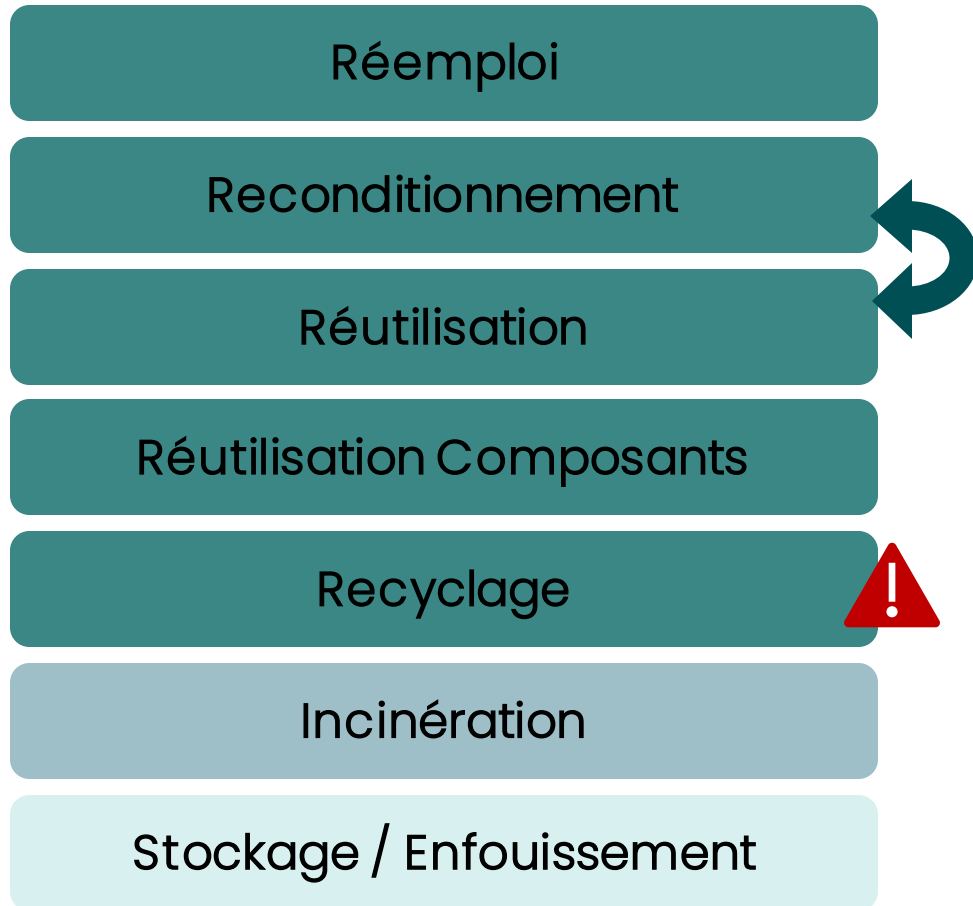
Faites durer vos vêtements plus longtemps et contribuez à un avenir plus durable grâce à notre nouveau studio RE.UNIQLO. Nous y réparons et personnalisons vos vêtements préférés pour que vous puissiez continuer à les porter et à les aimer plus longtemps.



Attention à l'effet rebond: les prix bas de la seconde main ainsi que la possibilité de les revendre facilement peuvent inciter à consommer encore plus au lieu de favoriser la sobriété

**La phase
« post-usage »**

Hiérarchie des actions à mettre en place



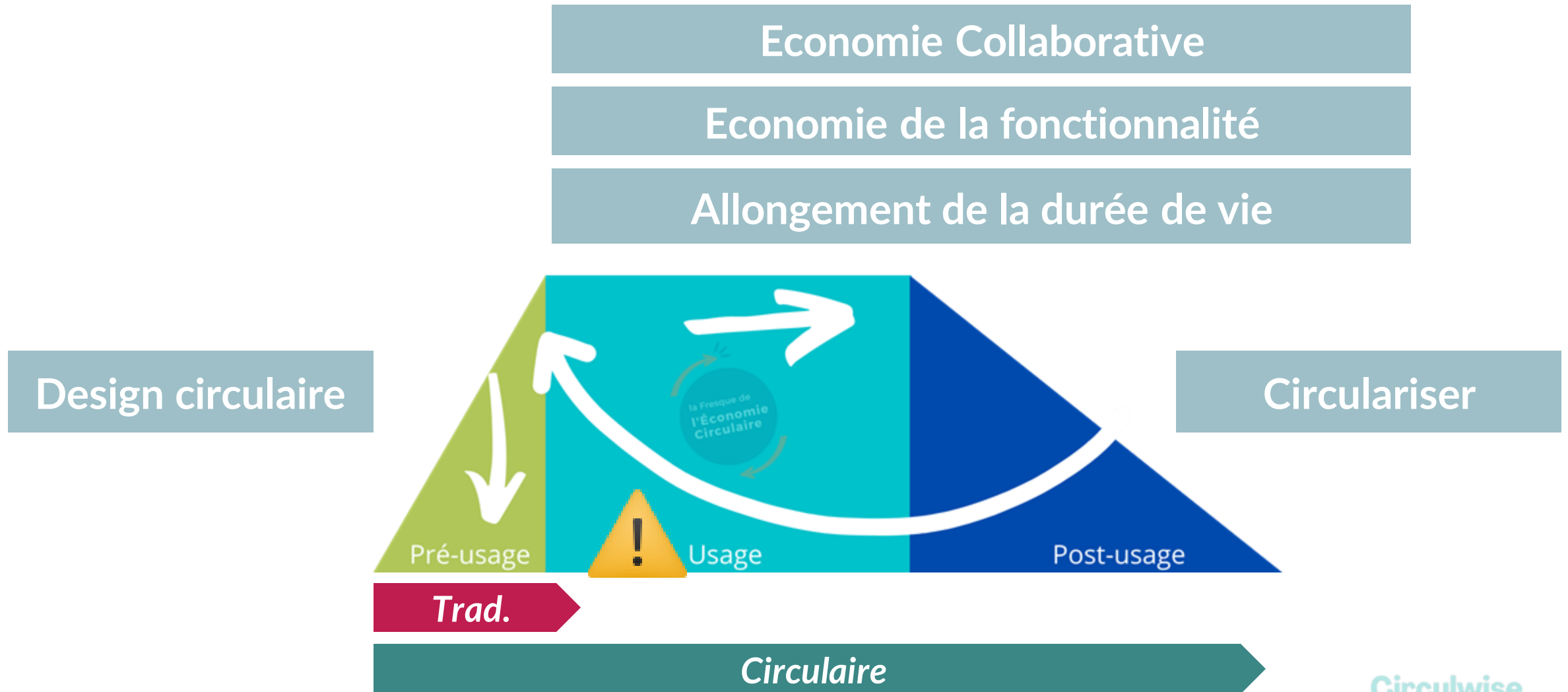
A retenir:

- Plus la boucle est courte, moins l'impact environnemental est fort, plus le potentiel économique est élevé
- Le reconditionnement est une sous-partie du réemploi
- Le recyclage doit intervenir à la toute fin, quand il n'y a pas d'autre solution

Objectif: retenir un maximum de valeur !

Que retenir?

Les 5 principaux modèles d'affaires circulaires



Changer de logique



- Passer d'une approche Produit à une approche **Besoin** (le besoin de mon client)
- Passer d'une approche Volume à une approche **Valeur** (plus humaine)
- Changer son rapport au temps en passant d'une approche Court terme à une approche **Long terme** (la mise en place d'un système de location prend du temps)
- Passer d'une vision Compétition à une vision **Coopération** (avec tous les acteurs de la chaîne de valeur, mais aussi par secteur, pour pouvoir mettre en place ces systèmes)

& aussi:

- **Réflexion sur l'offre: quantité/qualité**
- **Marketing responsable**

Re_fashion

Pour une filière 100% circulaire