

**Re\_fashion**

**L'éco-conception de  
l'outerwear**

**Webinaire – Les rendez-vous de l'écoconception  
14 juin 2024**



The image features a vast, snow-covered mountain range under a clear, deep blue sky. In the foreground, a smooth, snow-covered slope leads up to a ridge where two skiers are silhouetted against the white snow. The background shows more rugged, snow-capped peaks, some partially obscured by a light mist or low clouds. The overall scene is serene and emphasizes the brand's connection to mountain sports.

# MILLET®

MOUNTAIN GROUP



HEADQUARTER  
FRANCE ANNECY  
215 PERSONS

FACTORY  
HUNGARIA  
80 PERSONS

FOOTWEAR UNIT  
ASF 4.0

FACTORY  
TUNISIA  
200 PERSONS

JAPAN HQ

# ENJEUX SPÉCIFIQUES

## Imperméabilité / recherche de performance

Utilisation de membranes

Mix matières

Apprêts chimiques

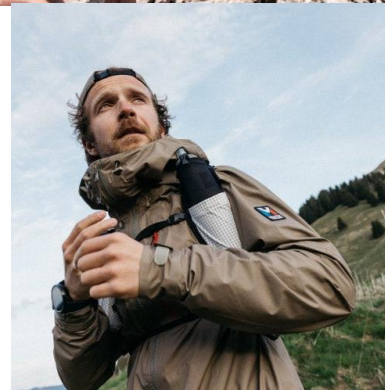
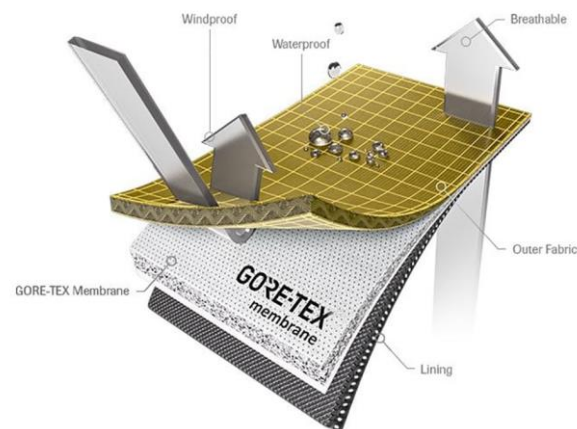
Montages collés



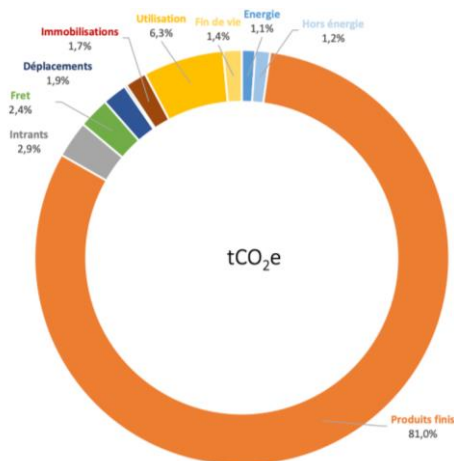
Durabilité attendue

Produits à forte valeur ajouté

Témoin d'aventure personnelle



# 1ERE EXPERIENCE ACV



Bilan carbone

2020

81 % de notre impact est du aux produits que nous mettons sur le marché



Lancement des 1ères ACV

Catégories les plus impactantes vs changement climatique (volume de production intégré)

Objectifs : comprendre la construction d'une ACV, les données nécessaires à sa réalisation et l'analyse possible



RETEX

- ▶ BEAUCOUP D'ALLER RETOURS
- ▶ NON INDUSTRIALISABLE
- ▶ TRES INSTRUCTIF
- ▶ MODELISATION D'UNE METHODOLOGIE INTERNE
- ▶ PERTINANCE DE L'ANALYSE

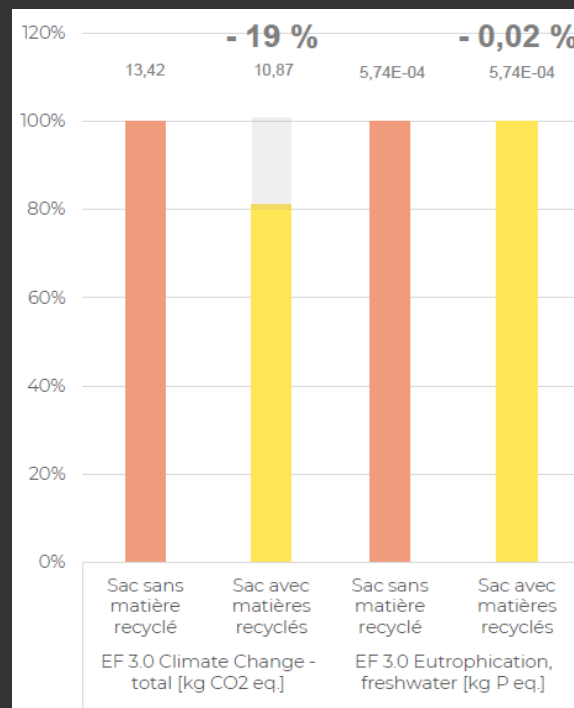
## ACV simplifiées non suffisantes

- Division par 3 de la valeur d'impact sur le changement climatique

Sur les 2 produits étudiés :  
matière 1ère + procédés de transformation = **min 85% de l'impact global** (sur tous les facteurs étudiés)

- Prise de conscience de l'importance des procédés de transformation

## Analyse d'éco-conception matières vierges vs matières recyclées (matières principales & doublure)



Impact sur le réchauffement climatique réduit de

- 20% sur les matières
- 10% sur l'ensemble du sac

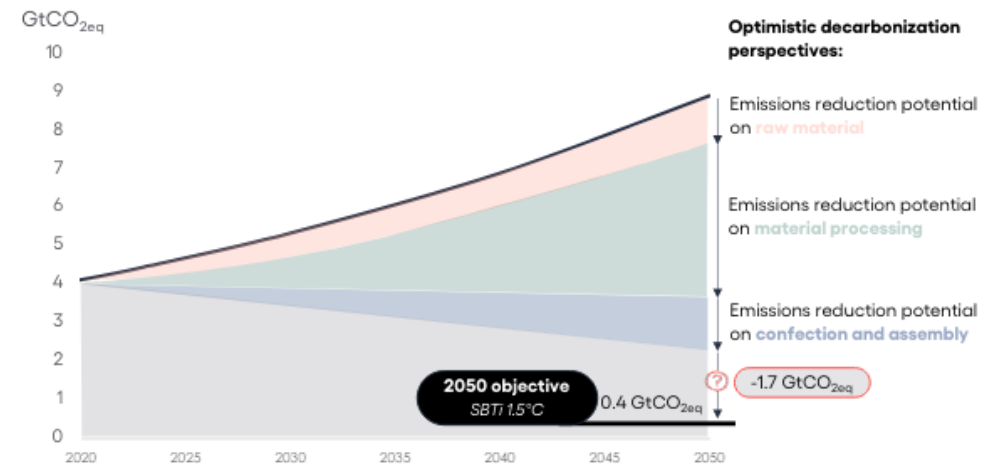
**Nécessaire mais non suffisant**





# Analyse des gains CO2 à moyen terme

Apparel & Footwear sector's emissions projection (2019 - 2050) and optimistic decarbonization potential



Note: Decarbonization perspectives for distribution were also considered but are less significant thus not displayed on the graphic.

Sources: SBTi sectoral guidance for Apparel & Footwear, Quantis Measuring Fashion 2018, Euramonitor, Carbone 4 analysis

Figure 1 - Apparel and Footwear sector emissions reduction perspectives

**MMG ECODSIGN SCORECARD**

Chaque chef de produit est en charge de remplir cette Scorecard pour l'ensemble des nouveaux développements et renouvellement (NEW + EVO) à partir de FW23  
Remplir le score en fonction de votre réponse

N°	QUESTIONS	REPONSE NIVEAU 0 (0 point)	REPONSE NIVEAU 1 (1 point)	REPONSE NIVEAU 2 (2 point)	REPONSE	SCORE (à remplir selon votre réponse)	SCORE FINAL avec pondération
1	Le produit est-il multifonctionnel ?	il est dédié à une pratique spécifique uniquement	Il peut être détourné par l'utilisateur pour un usage plus fréquent	Il est utilisable dans de multiples activités outdoor ou même urbaines	REPONSE NIVEAU 2 (2 point)	2	2
2	Le produit est-il le plus simple possible dans sa construction (coutures, montage, nombre de matériaux) ?	Aucune limitation n'a été faite pour simplifier le produits dans sa construction	Le nombre et la forme des découpes, des matériaux et les trims ont été	La construction du produit est simplifiée au maximum	REPONSE NIVEAU 2 (2 point)	2	2
3	Le produit est-il le plus durable et le plus intemporel possible ?	Les matières utilisées sont testées en laboratoire pour leur durabilité	Le style et les couleurs sont Le plus intemporel possible	Le produit est reconduit à l'identique sur plusieurs années	REPONSE NIVEAU 2 (2 point)	2	2
4	L'impact environnemental du produit est il réduit par des actions spécifiques ?	Aucune action d'éco-conception n'est mise en place	Les matières utilisées possèdent une certification chimique (Bluesign / Deko-test)	Les matières utilisées ont un impact réduit sur l'environnement (recyclées, bio-sourcée, organique...)	REPONSE NIVEAU 2 (2 point)	2	4
5	Les matières principales bénéficient elles d'un procédé de teinture éco-responsable ?	Processus de teinture classique	Processus de teinture classique avec des pigments	Processus de teinture alternatif utilisant moins d'énergie et	REPONSE NIVEAU 2 (2 point)	2	4
6	Les matières principales qui composent le produit proviennent elles de pays à l'énergie faiblement carbonées ? <a href="http://energyatlas.iea.org/#/tellmap/1118783123f2">http://energyatlas.iea.org/#/tellmap/1118783123f2</a>	Myanmar / Inde / Indonésie / Thaïland / Malaisie / Pologne / Maroc / Algérie / Mexique / Afrique du sud	Chine / Vietnam / Japon / Pakistan / Turquie / Italie / Russie / Hongrie / USA	Roumanie / Bulgarie / Allemagne / Autriche / France / Espagne / Portugal / UK / Nordiez / Canada / Brazil	REPONSE NIVEAU 1 (1 point)	1	2
7	Le produit est-il fabriqué dans une usine exemplaire au niveau social et environnementale (selon ACT / SEDEX SMETTA) ?	Usine non audité	Avis inférieur à "Risqué Maitrisable"	"Risqué Maitrisable" ou "aucun risque"	REPONSE NIVEAU 1 (1 point)	1	1
8	Le produit est-il réparable par la marque et facile à entretenir par le consommateur ?	Produit non réparable	Recommandations d'entretien détaillées disponible sur le site web ou le produit	Produit réparable dans un réseau identifié (interne ou externe)	REPONSE NIVEAU 1 (1 point)	1	1
9	Le produit a-t-il un potentiel de recyclabilité ou est-il dans un processus d'économie circulaire ?	Les produit n'est pas recyclable	Une filière est identifiée et communiquée au consommateur pour l'envoyer en fin de vie	Les matériaux issus de son recyclage seront réutilisés dans les nouveaux produits	REPONSE NIVEAU 1 (1 point)	1	1

- ▶ Qualitatif / non quantitatif
- ▶ Certaines questions sont subjectives

Permet de

- ▶ Habituer les équipes à se poser les bonnes questions
- ▶ Récupérer une image de la collection et des points de progression

**POUR ALLER PLUS LOIN**

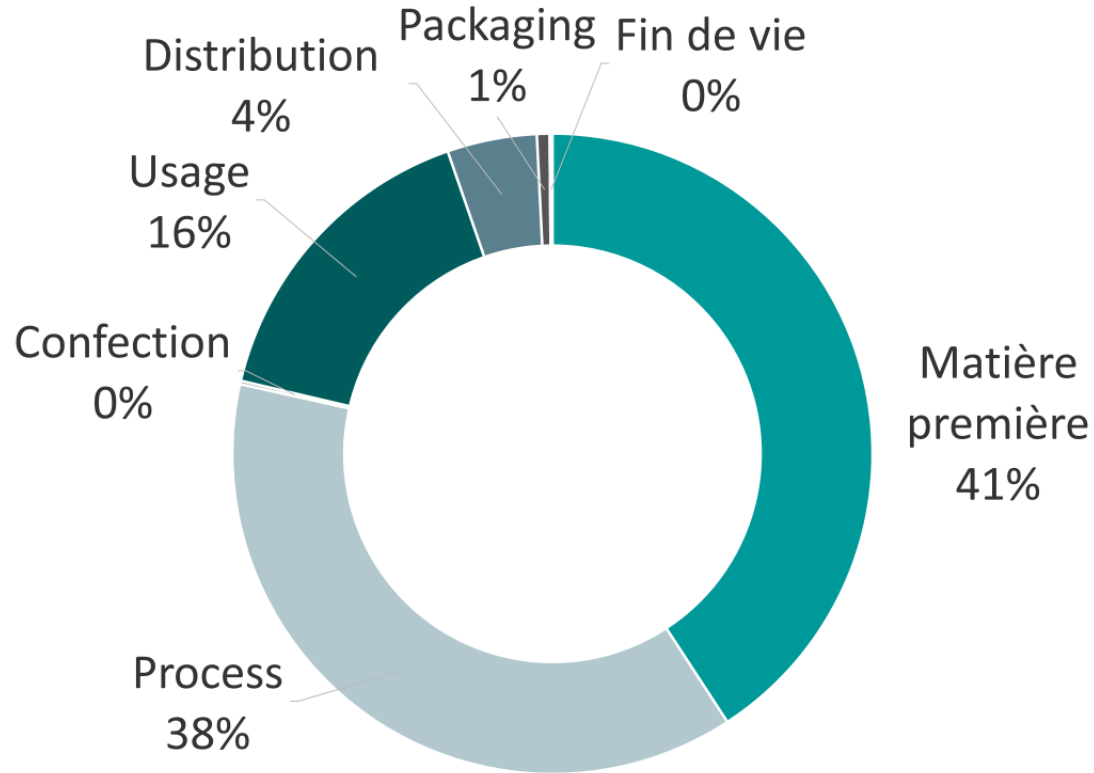


Objectif : massifier l'éco conception

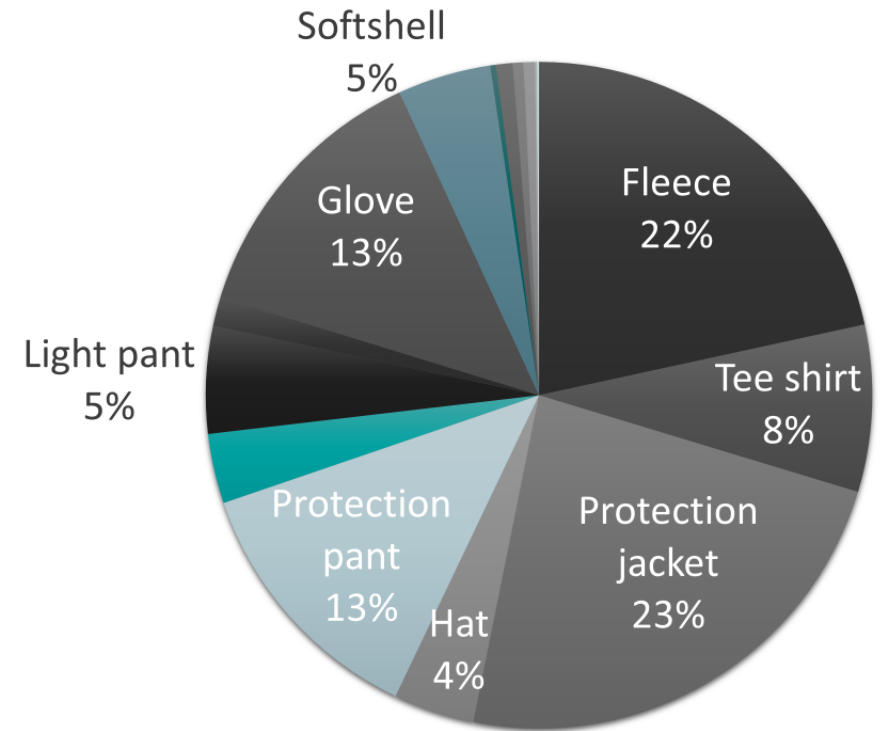


# Résultats généraux collection 2024

634 vêtements/accessoires textile



Répartition par étapes du cycle de vie (score EU)



Répartition par catégorie (score EU)



# Next steps

1

100% Collection 2024 intégrée dans Glimpact  
(Apparel, équipement, chaussures, accessoires).

2

Projet automatisé PLM x Glimpact

3

Co construction des indicateurs de  
développement



It was found that setting an industry-wide renewable energy target at 60%<sup>13</sup> by 2030 would yield encouraging results in terms of climate change (39% reduction), and also freshwater consumption (16.9% reduction) and human health (11.5% reduction), which shows the value of a multi-indicator approach.

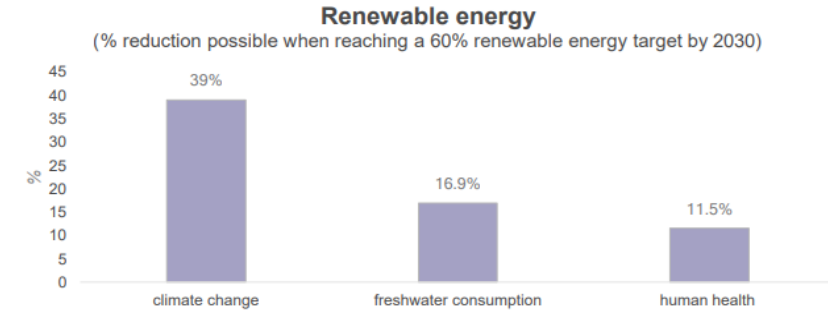


Figure 18: Projected climate change, freshwater and human health impact reduction possible if apparel achieves a 60% renewable energy target by 2030

<https://quantis.com/report/measuring-fashion-report/>

### PANNEAUX SOLAIRES USINE MMG TUNISIE

Couverture : 39 %

Gain : 39 t eq. CO2 évité / an

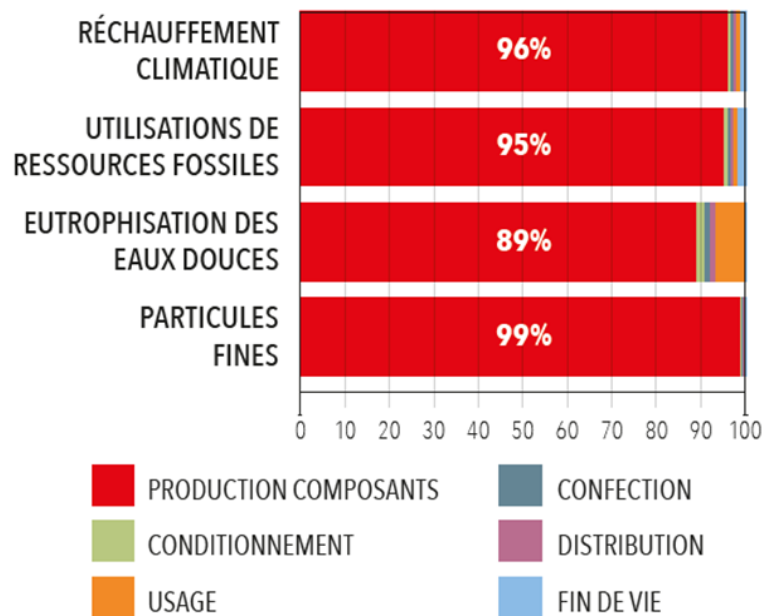
Ce qui représente annuellement (données du Bilan carbone 2022) :

-38 % sur l'impact carbone lié à l'électricité

-9 % sur l'impact carbone lié à l'activité directe de notre usine



# L'analyse de cycle de vie



MATIÈRE PRINCIPALE 

82 - 89%

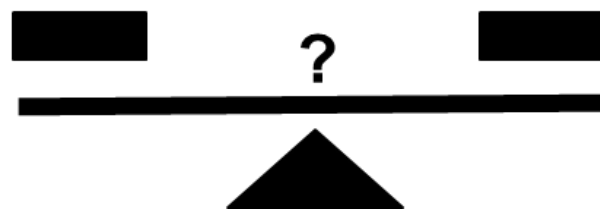
de l'impact composant

ZIPPER CENTRAL 

1 - 4%

de l'impact composant

RÉPARATION



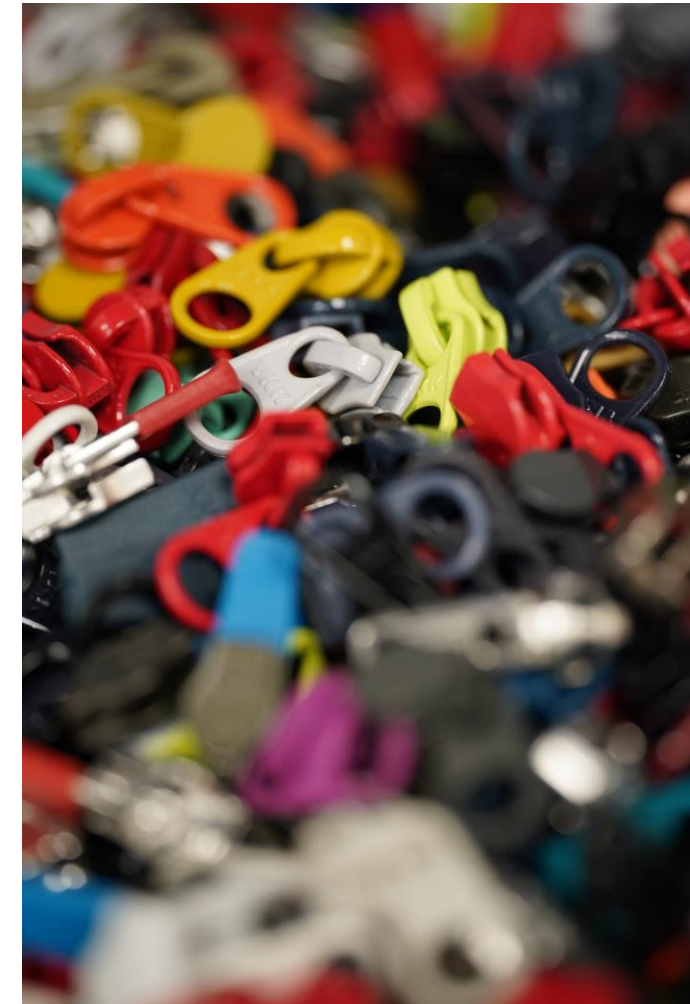
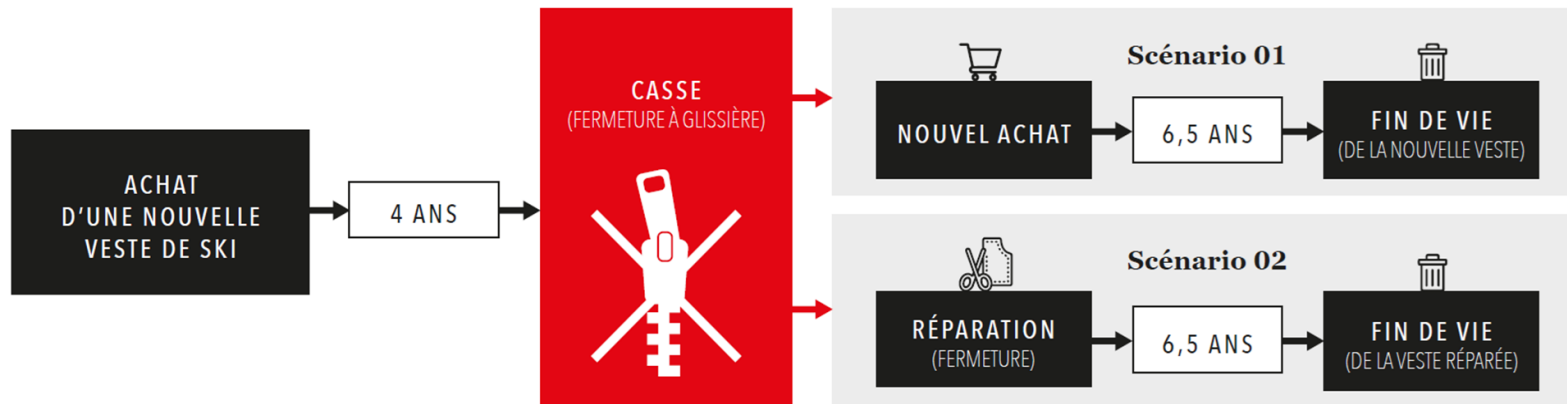
NOUVEL ACHAT



# Remplacer ou réparer ?

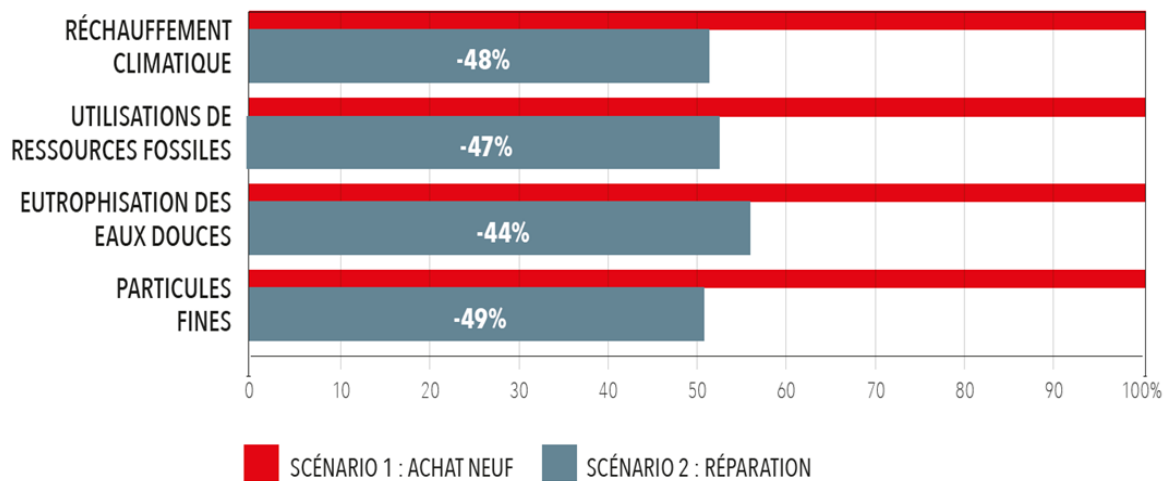
## Comparaison de deux scénarios pour

Porter une veste de ski pendant 10,5 ans



# Résultats

## Comparaison de scénarios sur 4 catégories d'impact



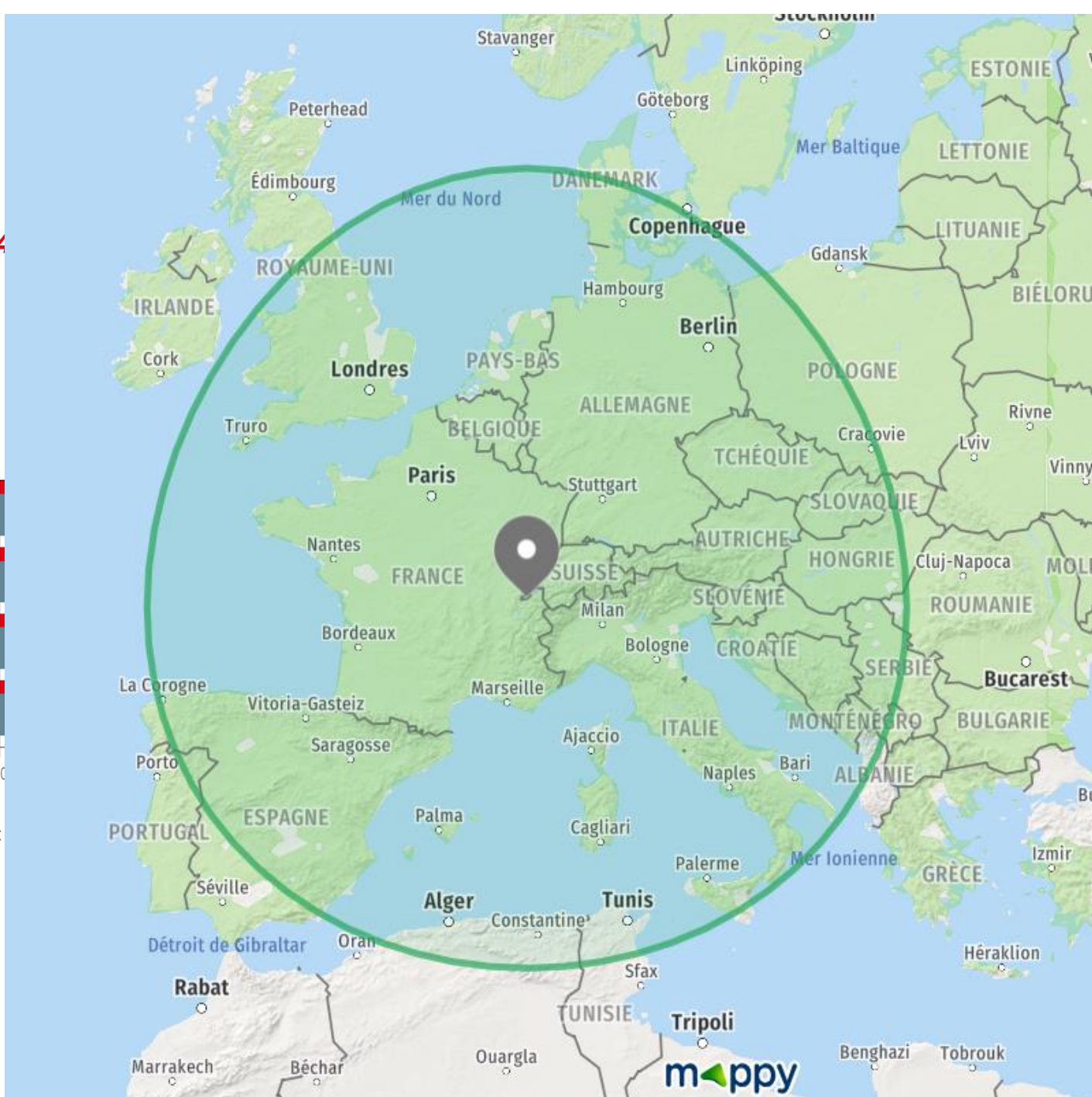
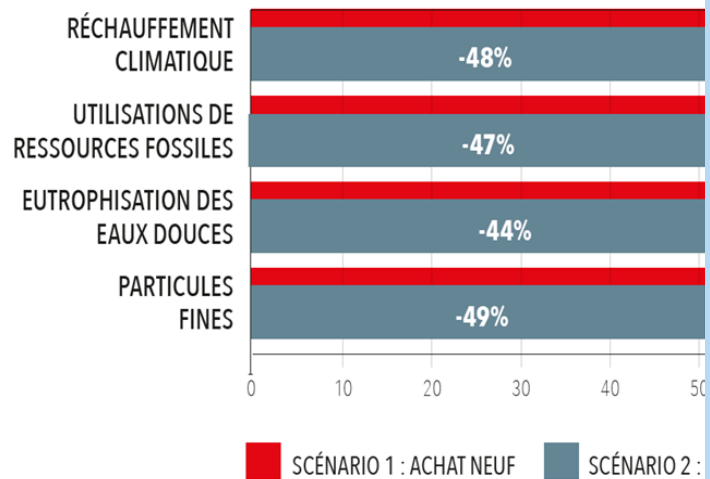
**LE SCÉNARIO DE RÉPARATION EST AU MOINS 44% MOINS IMPACTANT QUE LE SCÉNARIO DE L'ACHAT NEUF.**



Transport de la veste en réparation  
=  
200 km



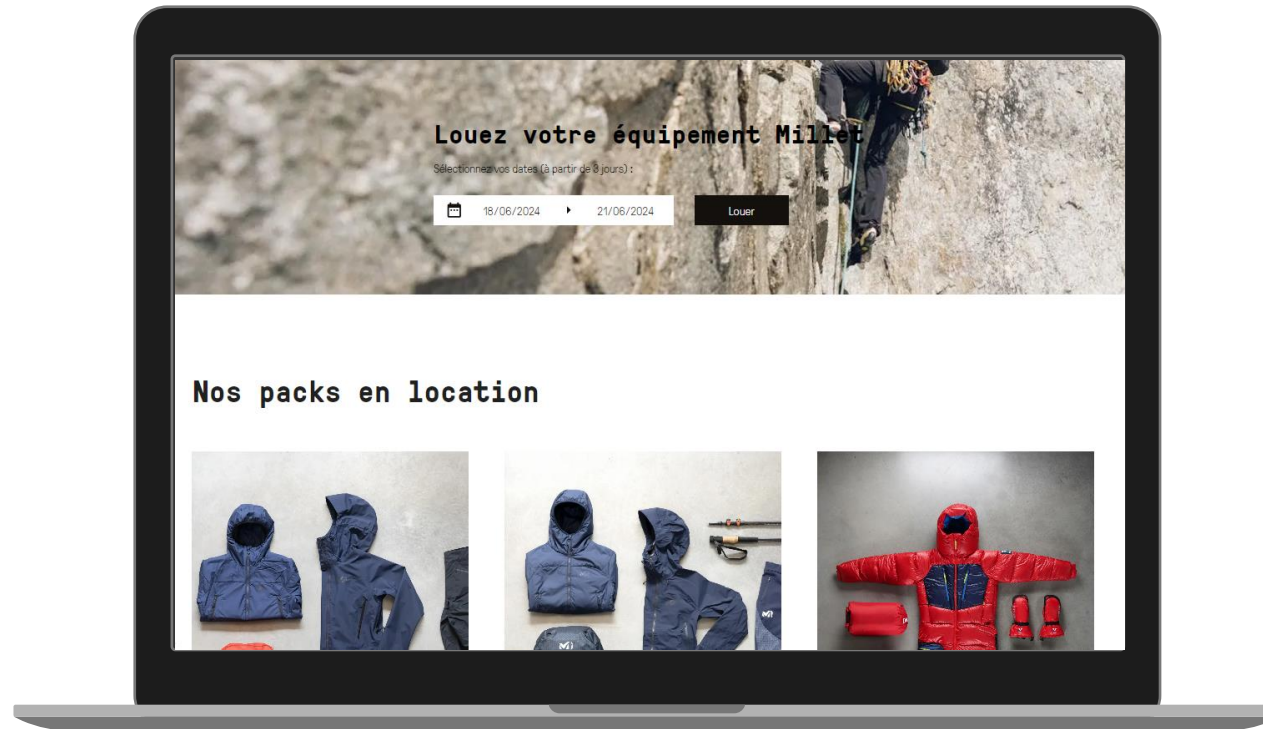
Comparaison de scénarios sur 4



**AU MOINS CÉNARIO**



75 KM



<https://location.millet.com/>

# La location by Millet

- ▶ Maximiser l'usage
- ▶ Proposer les dernières collections / innovations de la marque
- ▶ Faire tester pour conforter un achat






**CEC**


**Romain Millet**  
PDG


**MILLET**  
MOUNTAIN GROUP

**Bénédicte Desreux**  
CSR Manager

**PARCOURS ALPES 2024**

 Sa mission : mobiliser 60 organisations de notre territoire de toute taille et de tout secteur pour agir rapidement et concrètement face à l'urgence écologique (climat, biodiversité, ressources, pollution...).

 Son ambition : co-construire un nouveau modèle économique respectueux du vivant et le mettre en œuvre à travers des engagements opérationnels & concrets.

 Le programme : un parcours de 10 mois réparti sur 8 jours mêlant expérience et collectif, appuyé par des experts de la transition, des grands témoins et des acteurs régionaux de 1er plan.

# Re\_fashion

Changeons notre mo(n)de, durablement.

