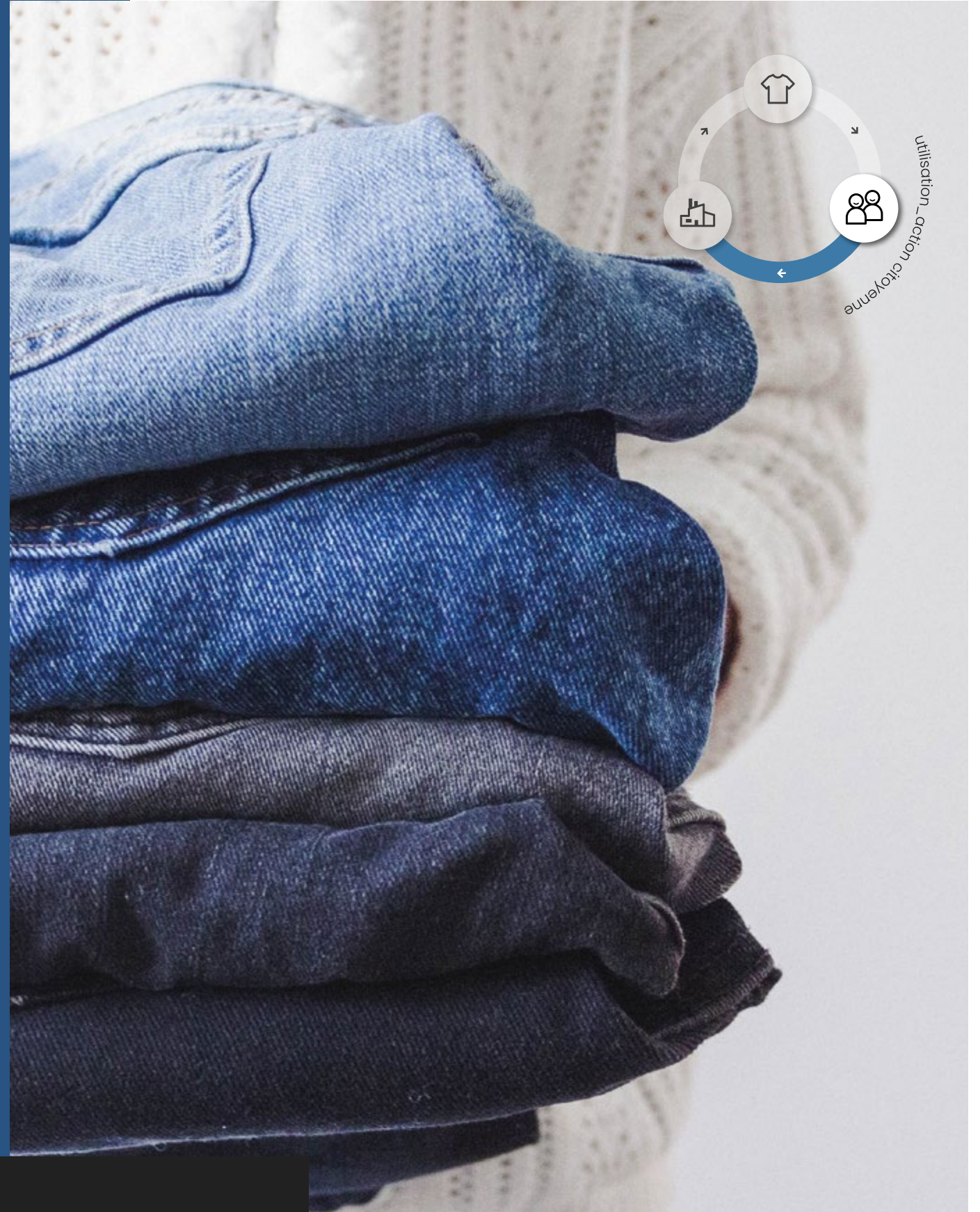


# Ré\_ envisager la consommation





# Ré\_envisager la consommation

La consommation est le deuxième pilier de l'économie circulaire.

**Refashion informe et sensibilise les citoyens** grâce à l'action territoriale,

avec les collectivités locales et l'ensemble des détenteurs de points de collecte, et grâce à des actions de communication nationales.

Les messages à diffuser et sur lesquels mobiliser portent sur :

le bon geste de tri, les solutions de collecte étendues, et plus largement la réutilisation, la réparation,

le recyclage et la réduction. Il s'agit d'accompagner les citoyens, par la pédagogie et la prévention, vers

une prise de conscience des enjeux environnementaux et les inciter à agir.

**Refashion doit conduire, voire accélérer, le changement des comportements afin de réduire les impacts environnementaux de notre consommation.**



## La campagne digitale #RRRR

Initié en 2019, le mouvement #RRRR prend de l'ampleur en 2021 et se dote d'un quatrième R, celui de la Réduction. La campagne devient alors : Réutilisons, Réparons, Recyclons et Réduisons notre impact environnemental. Un dispositif national innovant sur les réseaux sociaux majoritairement.

### La Filière Textile engagée

Parce qu'il n'y a plus de temps à perdre, et qu'il est urgent de se mobiliser, Refashion a souhaité rassembler un maximum d'acteurs pour prévenir et réduire les déchets textiles et chaussures. Du 8 au 17 octobre 2021, la campagne #RRRR a réuni près de 150 partenaires, qui, d'une même voix, se sont inscrits dans le mouvement

**Réutilisons, Réparons, Recyclons, Réduisons.** Sur les réseaux sociaux, sur les sites des marques et des revendeurs, sur les plateformes de seconde main, dans les magasins, et même au niveau des collectivités locales... tous ont joué un rôle important pour encourager le plus grand nombre à adopter le réflexe de la deuxième vie des produits.

### Un collectif large pour engager à l'action

Les partenaires signataires de la charte d'engagement (les marques de vêtements, chaussures ou linge de maison, les acteurs de la seconde main – de la ressourcerie au magasin solidaire, en passant par les plateformes de revente entre particuliers – et ceux de la réparation, les opérateurs de tri et de recyclage, les collectivités) avaient la possibilité d'utiliser le kit de la campagne clé en main, ou d'adapter les visuels en fonction de leur identité de marque, tout en gardant la force et l'unité de ton des messages portés.

### Des résultats en hausse

37 millions d'impressions en 2021  
55 % de la population touchée  
par la campagne #RRRR (vs 31 % en 2020 et 27 % en 2019)

### Vive le #flambant vieux!

Cette année Refashion s'est associé au collectif d'Anti\_Fashion Project pour faire un teasing précampagne #RRRR sous l'œil créatif et décalé de personnalités de la mode. Ainsi Mademoiselle Agnès, Katell Pouliquen, Maroussia Rebecq ou encore Amah Ayivi se sont prêtés au jeu avec les jeunes talents du collectif. Ensemble, ils ont créé des looks « flambants vieux » à partir de pièces issues de centres de tri Le Relais et de friperies. **L'objectif? Démontrez que l'on peut donner une nouvelle vie à ses textiles usagés.** Et le résultat est... flambloyant!

### Etude OpinionWay

Refashion a mandaté OpinionWay pour comprendre les comportements et les attentes des consommateurs, en termes de connaissance, motivation et perception des deuxièmes vies de leurs textiles et chaussures. Les résultats sont éloquentes : 80 % des Français interrogés déclarent être préoccupés par l'environnement et que cela influence déjà leur comportement. Retrouvez une synthèse de l'étude sur [refashion.fr/pro](https://refashion.fr/pro)

# Les actions des collectivités locales

En 2021, 34 collectivités, représentant 11 millions d'habitants, ont fait le choix de rejoindre le mouvement #RRRR et de l'amplifier via des animations locales autour de la prévention et la valorisation des textiles. De nombreuses actions de sensibilisation ont vu le jour sur le territoire français. Parmi elles, des collectes événementielles, des vide-dressings, des défis et concours scolaires, ou encore des défilés upcyclés.

## Les collectivités locales prennent part à #RRRR

Quelques actions de sensibilisation remarquables organisées en 2021 :

**#RRRR** La Métropole Aix-Marseille-Provence a organisé des défilés de mode avec des associations présentes sur le territoire.

**#RRRR** Le syndicat mixte Bil Ta Garbi a animé ses galeries marchandes et espaces de vente du territoire en partenariat avec des marques (Decathlon, Ikea, Carrefour, Super U...). Une dizaine de stands avec des intervenants pour sensibiliser les citoyens à la réduction, au réemploi, à la réparation et au tri des textiles.

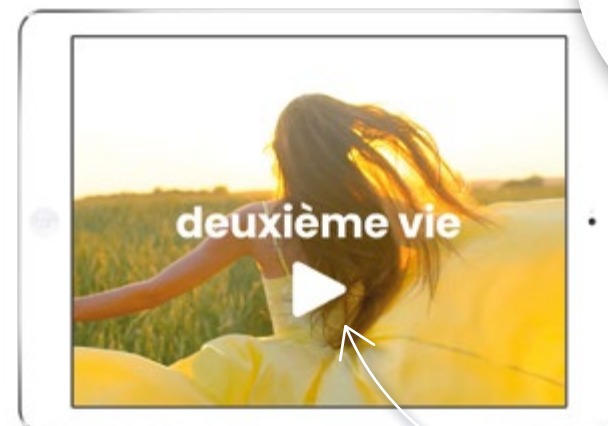
**#RRRR** Le SIPOM de Revel a mis en place un concours d'affiche au sein de classes de CM1/CM2 sur la thématique du textile (achat et vente d'occasion, don, réparation...). Cette animation avait pour but de sensibiliser les enfants sur l'impact environnemental de cette industrie. Par la suite, des collectes de textiles dans les différentes mairies du territoire ont été organisées.

**#RRRR** Le SMICTOM de la Zone Sous-Vosgienne a organisé une foire gratuite (une gratifieria) d'objets de tout genre, et notamment de vêtements, et a permis ainsi aux citoyens de participer au mouvement.

**#RRRR** La Communauté de Communes Creuse Confluence, en partenariat avec la ressourcerie La Dynamo de Chambon-sur-Voueize, a organisé un atelier couture zéro déchet. Cet évènement a permis de partager des idées ludiques en réutilisant les textiles des ménages.

**#RRRR** Grenoble-Alpes Métropole, en partenariat avec 38 communes du territoire, a réalisé une grande collecte événementielle de textiles dans la foulée de la campagne #RRRR. Ainsi, 84 conteneurs ont été mis à disposition des habitants désirant y déposer linge de maison, vêtements, sous-vêtements, sacs et chaussures, qu'ils soient abîmés, troués, déformés, ou tout simplement démodés.

**#RRRR** Le SITOMAP Pithiviers en partenariat avec des ressourceries (« Les Petites Puces » et « Grande Friperie ») ont mis à disposition des citoyens des stands de sensibilisation, des espaces de troc et des ateliers de réparation.



## Refashion encourage les collectivités à communiquer sur leur territoire avec de nouvelles créations

En 2021, l'éco-organisme a développé un tout nouveau kit de communication à destination des collectivités locales. Il les accompagne ainsi dans la diffusion des messages clés sur les deuxièmes vies des textiles usagés.

« Vos vêtements ont de l'avenir » est une campagne ludique développée en plusieurs formats : kakémono, flyer, digital et sur les réseaux sociaux. Cette campagne change les codes, et valorise la transmission ou la transformation des vêtements. Parce qu'ils sont chargés émotionnellement et qu'ils représentent une partie de notre histoire, nos vêtements sont précieux, et on ne s'en sépare pas comme de déchets classiques. Ce kit de communication vise à incarner le geste de dépôt, à reconnaître la valeur émotionnelle de la ressource et à redonner du sens au devenir du déchet, voire à le prévenir.

Lucie, Nora, Pascal, Colette... trient dans leurs placards et donnent à Amélie, Anissa, Kamal, Juliette... Un concept étirable à l'infini et appropriable par tous.



### Nouvelle signalétique des Points d'Apport Volontaire (PAV)

En 2021, les opérateurs de collecte apposent sur l'ensemble de leur parc de points d'apport une nouvelle signalétique développée par Refashion, en accord avec le Comité maillage de la collecte et du tri.

Le nouveau logo Repère de la Filière Textile garantit aux citoyens une traçabilité de leurs dons et assure que, quel que soit leur état, ces derniers seront valorisés (reportés ou recyclés). Par ailleurs, les citoyens ont la possibilité de scanner un QR code apposé sur ces Points d'Apport Volontaire les renvoyant vers une vidéo explicative sur le devenir de leurs dons.



**Vos textiles et vos chaussures ont de l'avenir, donnez-les.**  
Même ceux qui sont usés ou troués !



Déposez vos vêtements, linge de maison et chaussures dans un point d'apport.



Flashez ce code pour plus d'informations sur le devenir de vos dons.

### Le bon geste en 2 étapes

1. Rendez-vous sur [refashion.fr/citoyens](http://refashion.fr/citoyens) pour trouver le point d'apport le plus proche de chez vous.
2. Déposez vos textiles selon les consignes ci-dessous :



Vos vêtements et votre linge de maison propres et secs dans un sac fermé (30L).



Vos chaussures liées par paire et dans un sac fermé (30L).



Ne pas déposer d'articles humides, ni souillés.





# Lumière sur les prises de parole Refashion en 2021

## Le Refashion Day

Pour la première fois, l'éco-organisme a réuni les professionnels français et européens de la Filière Textile lors du Refashion Day organisé le 5 octobre 2021. Une journée de conférences et de tables rondes riches en contenus durant laquelle deux sujets clés ont été abordés pour une économie toujours plus circulaire :

- \_ la fabrication, avec un focus sur l'éco-conception
- \_ la valorisation, et en particulier le recyclage

Une belle première avec au total près de 800 participants en présentiel au Cercle d'Aumale, à Paris, ou en live streaming (en français et en anglais) : des marques, des opérateurs de collecte, de tri et de recyclage, des représentants de collectivités, des institutionnels, des bureaux d'études, des pôles de compétitivité et des chercheurs. Un grand rassemblement de la Filière Textile.

## Deux prix pour Refashion

- \_ Prix argent au Grand Prix Stratégie de la Communication d'engagement 2021.
- \_ Grand Prix Stratégies du Design 2021, catégorie identité visuelle.

## L'Assemblée générale des associés

Le 30 juin 2021 s'est tenue l'Assemblée générale de Refashion qui s'est vue honorée de deux interventions : celle d'Agnès Pannier-Runacher, ministre déléguée chargée de l'Industrie, et celle de Barbara Pompili, ministre de la Transition écologique.

## L'expo « Recyclage »

Refashion a été partenaire de l'expo itinérante « Re-cyclage, un autre regard sur les déchets » qui traite des bons gestes de tri sur les produits mis quotidiennement à la poubelle. Le lundi 27 septembre 2021 a eu lieu le vernissage de cette expo au domaine MOCA de Montgaillard, sur l'île de la Réunion, lors d'un colloque sur les différentes REP (Responsabilité Elargie du Producteur). L'exposition s'est ensuite installée, du 6 octobre au 9 décembre 2021, à l'Hôtel de ville de Saint-Denis, la capitale de l'île, puis, du 9 décembre 2021 au 11 février 2022, au lycée professionnel Rontaunay de Saint-Denis.

## L'expo du jean

Jusqu'au 8 mai 2022, l'exposition « Jean, découvrez le jean sous toutes ses coutures », à la Cité des Sciences et de l'Industrie, à Paris, a voulu retracer l'histoire du vêtement le plus porté de la planète. Objet culte, il est devenu un symbole de rébellion et une pièce d'histoire. **En étant partenaire de cette exposition, Refashion a souhaité faire découvrir les dessous de la production du jean et les moyens de la rendre plus écoresponsable.**

## Le Triathlon de la mode

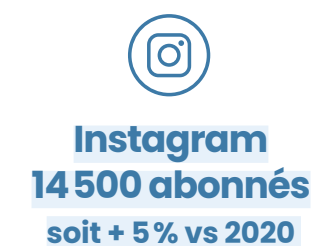
Refashion a été partenaire du Triathlon de la mode éthique, un grand concours autour de la mode, du sport, de l'éducation et du recyclage. Entre 2021 et 2024, plusieurs étapes sont prévues, avec comme point d'orgue les jeux Olympiques de juillet 2024. Le lundi 8 novembre dernier, l'éco-organisme expliquait devant quelque 400 étudiants son rôle au sein de la Filière Textile, ainsi que sa vision de l'économie circulaire grâce à l'éco-conception. **La sensibilisation étant un levier indispensable pour la prise de conscience de l'importance d'une économie plus circulaire.**

## Paris Good Fashion

En étant partenaire de Paris Good Fashion, Refashion s'engage auprès de nombreux acteurs de la mode à promouvoir une mode plus responsable et respectueuse de l'environnement d'ici les jeux Olympiques de 2024.

# L'éco-organisme et le digital

Grâce à son portail digital unique qui réunit quatre sites internet (Refashion pro, Refashion citoyen, la plateforme Eco design et Recycle) et ses réseaux sociaux, Refashion poursuit son objectif d'information et de sensibilisation aux changements de comportements de tous les publics. Les résultats d'une année riche en communication.

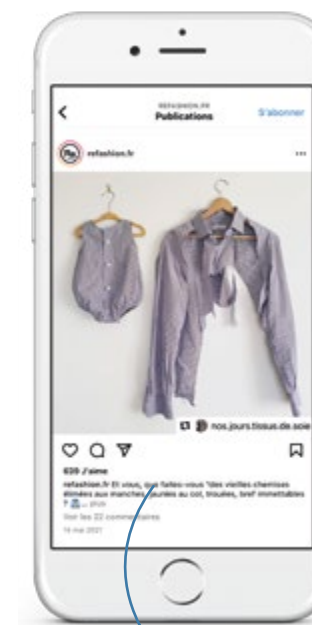


Une cible jeune sur Instagram : 50 % des abonnés ont moins de 34 ans



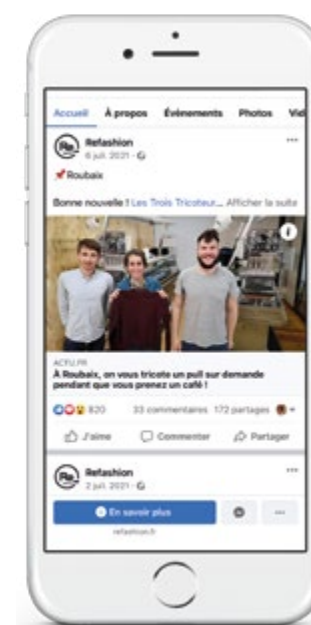
**Meilleur post FB :** par Les Trois Tricoteurs, l'un des lauréats des Trophées de la Mode circulaire, avec 821 likes et 29 000 personnes touchées.

[facebook.com/refashion.fr/posts/3743438995882082](https://facebook.com/refashion.fr/posts/3743438995882082)

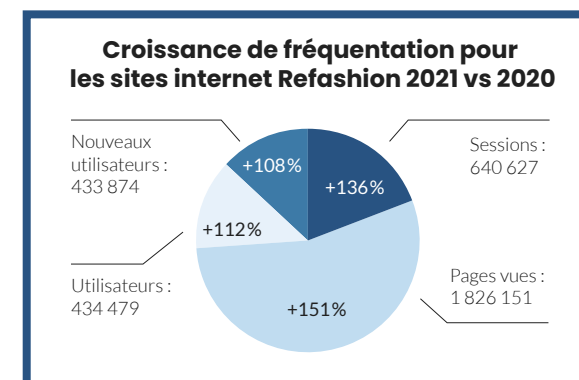


**Meilleur post IG :** un exemple de réutilisation d'une vieille chemise transformée en grenouillère pour bébé, avec 640 likes et 13 600 personnes touchées.

[instagram.com/p/CO2XJRnldJ/?utm\\_medium=copy\\_link](https://instagram.com/p/CO2XJRnldJ/?utm_medium=copy_link)



**En 2021, Refashion lance ses sites en anglais** pour une accessibilité à tous ses points de contact et parties prenantes.



Source : Google Analytics.

POUR UNE FILIÈRE 100 % CIRCULAIRE

REFASHION

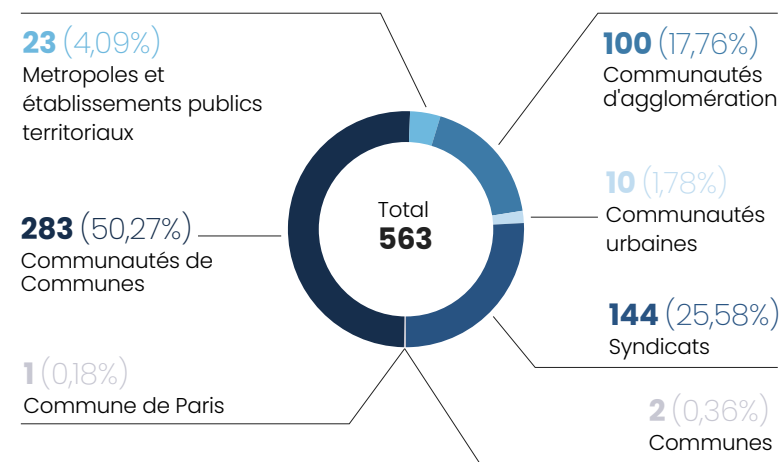
# Annexes

## Les collectivités et le maillage territorial en chiffres

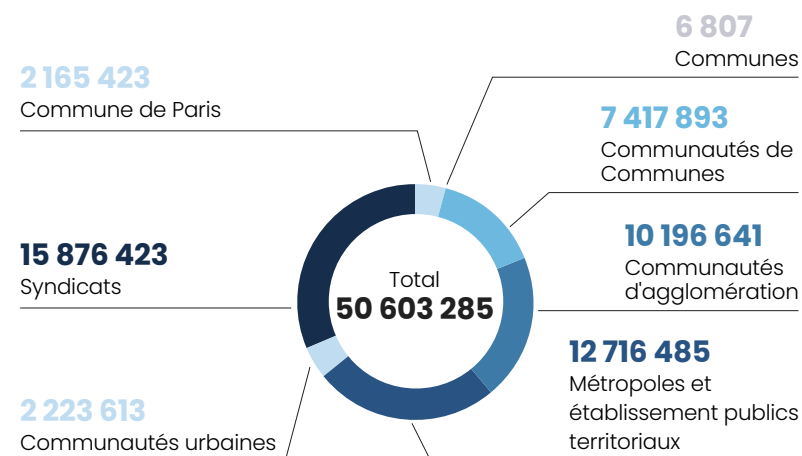
### Les collectivités engagées dans la filière en 2021

En 2021, 563 collectivités se sont engagées aux côtés de Refashion pour animer la filière de valorisation des textiles usagés sur les territoires. Grâce au conventionnement qu'elles ont contracté avec l'éco-organisme, 283 d'entre elles ont pu être soutenues au titre des actions de communication qu'elles ont menées sur la sensibilisation des citoyens.

#### Typologie des collectivités engagées



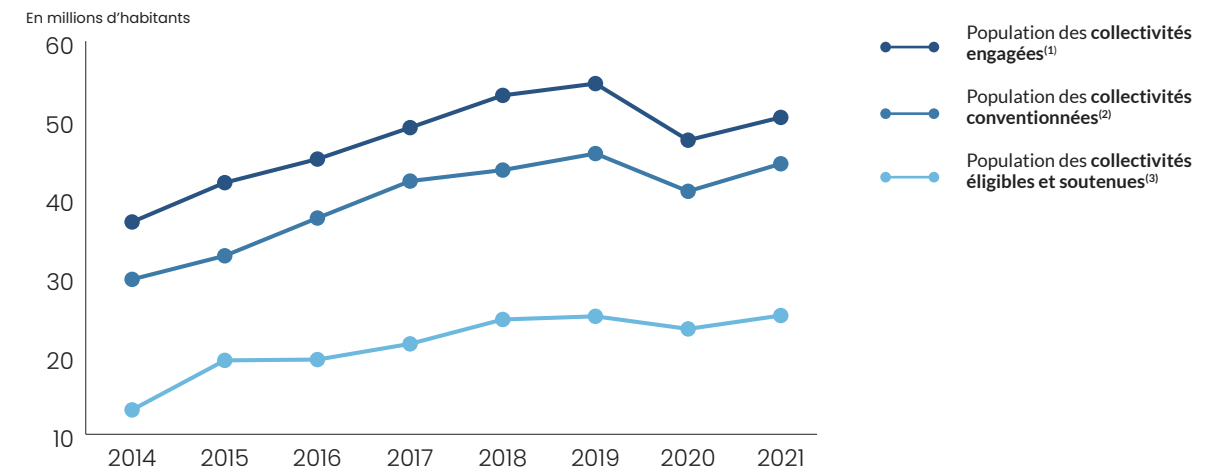
#### Population couverte par typologie de collectivités engagées



Les collectivités engagées dans la Filière Textile couvrent une population de plus de 50 millions d'habitants.

### Evolution de l'engagement des collectivités

(Population concernée en millions)



Sur les 563 collectivités engagées auprès de Refashion, seules 499 sont conventionnées en 2021.

Parmi celles-ci, 283 ont bénéficié d'un soutien financier de Refashion pour les actions de sensibilisation menées auprès des citoyens, qui représentent plus de 23 millions d'habitants.

Les 216 collectivités conventionnées restantes ne se sont pas manifestées auprès de l'éco-organisme.

#### Pour mieux comprendre...

- Collectivité engagée** : c'est une collectivité inscrite auprès de Refashion ayant accès aux données de la filière sur son territoire et aux kits de communication.
- Collectivité conventionnée** : c'est une collectivité qui a signé une convention avec Refashion et peut ainsi bénéficier, sous conditions, d'un soutien à la communication de 0,10€/habitant.
- Collectivité soutenue** : c'est une collectivité qui bénéficie d'un soutien à la communication au titre des actions de communication qu'elle a menées en année N-1.

### Soutiens financiers en M€

Le montant des soutiens versés en 2021 au titre des actions de communication menées en 2020 s'élève à 2,5 M€ (vs 2,3 M€ versés en 2020 pour les actions menées en 2019).

Année	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Montant (M€)	1,3	1,9	2,0	2,2	2,3	2,5	2,3	2,5

## La collecte et le tri dans les régions françaises en 2021

**Ratio moyen hab/PAV : 1494**

**Nombre de Points d'Apport Volontaire (PAV) en 2021 : 44 829**

**Collecte moyenne en kg/hab/an : 3,6**

Sur les 19 régions françaises, 6 ont atteint ou presque l'objectif de collecte de 4,6 kg/hab/an, fixé dans le cahier des charges des pouvoirs publics.

- 4,5 kg collectés/hab et plus
- De 3,1 et 4,4 kg collectés/hab
- Moins de 3 kg collectés/hab

**Normandie**  
COLLECTE EN T : 15 700  
RATIO HAB/PAV : 1 380  
RATIO KG/HAB : 4,7  
TRI EN T : 6 126

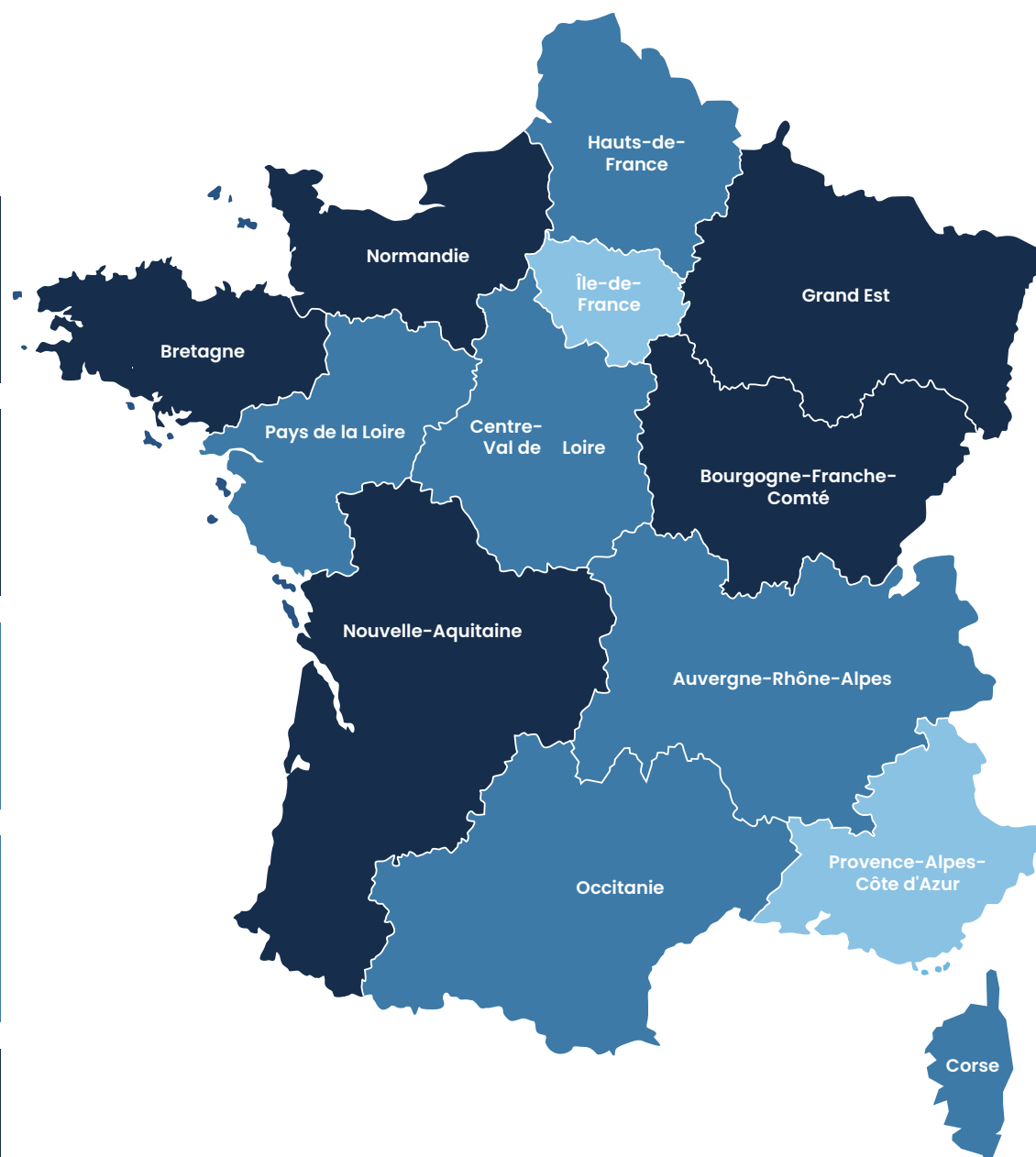
**Bretagne**  
COLLECTE EN T : 15 898  
RATIO HAB/PAV : 1 523  
RATIO KG/HAB : 4,7  
TRI EN T : 11 212

**Pays de la Loire**  
COLLECTE EN T : 16 013  
RATIO HAB/PAV : 1 418  
RATIO KG/HAB : 4,2  
TRI EN T : 4 882

**Centre-Val de Loire**  
COLLECTE EN T : 10 557  
RATIO HAB/PAV : 1 386  
RATIO KG/HAB : 4,1  
TRI EN T : 5 630

**Nouvelle-Aquitaine**  
COLLECTE EN T : 26 765  
RATIO HAB/PAV : 1 112  
RATIO KG/HAB : 4,5  
TRI EN T : 12 410

**Occitanie**  
COLLECTE EN T : 21 786  
RATIO HAB/PAV : 1 094  
RATIO KG/HAB : 3,7  
TRI EN T : 13 190



### TERRITOIRES D'OUTRE-MER



**Hauts-de-France**  
COLLECTE EN T : 26 048  
RATIO HAB/PAV : 1 461  
RATIO KG/HAB : 4,3  
TRI EN T : 48 080

**Île-de-France**  
COLLECTE EN T : 24 526  
RATIO HAB/PAV : 2 753  
RATIO KG/HAB : 2  
TRI EN T : 7 499

**Grand Est**  
COLLECTE EN T : 25 189  
RATIO HAB/PAV : 1 031  
RATIO KG/HAB : 4,5  
TRI EN T : 20 624

**Bourgogne-Franche-Comté**  
COLLECTE EN T : 14 130  
RATIO HAB/PAV : 1 274  
RATIO KG/HAB : 5  
TRI EN T : 8 796

**Auvergne-Rhône-Alpes**  
COLLECTE EN T : 31 202  
RATIO HAB/PAV : 1 505  
RATIO KG/HAB : 3,9  
TRI EN T : 11 687

**Provence-Alpes-Côte d'Azur**  
COLLECTE EN T : 13 072  
RATIO HAB/PAV : 1 804  
RATIO KG/HAB : 2,6  
TRI EN T : 8 785

**Corse**  
COLLECTE EN T : 1 185  
RATIO HAB/PAV : 1 407  
RATIO KG/HAB : 3,5  
TRI EN T : 0

**Guadeloupe**  
COLLECTE EN T : 0  
RATIO HAB/PAV : 0  
RATIO KG/HAB : 0  
TRI EN T : 0

**Mayotte**  
COLLECTE EN T : 0  
RATIO HAB/PAV : 256 518  
RATIO KG/HAB : 0  
TRI EN T : 0

**Saint-Pierre-et-Miquelon**  
COLLECTE EN T : 31  
RATIO HAB/PAV : 1 494  
RATIO KG/HAB : 5,3  
TRI EN T : 0

**Martinique**  
COLLECTE EN T : 440  
RATIO HAB/PAV : 5 360  
RATIO KG/HAB : 1,2  
TRI EN T : 0

**La Réunion**  
COLLECTE EN T : 1 873  
RATIO HAB/PAV : 4 978  
RATIO KG/HAB : 2,2  
TRI EN T : 0

**Guyane**  
COLLECTE EN T : 33  
RATIO HAB/PAV : 40 240  
RATIO KG/HAB : 0,1  
TRI EN T : 0