

Économie circulaire

Comment faire mieux avec moins ?

*Cahier
Pratique
RSE n°3*

hysop &
The Good

“L’élan est donné
 mais la **révolution**
circulaire reste à
 construire et cela ne
 peut se faire qu’avec
 le **collectif** : marques,
 consommateurs,
 opérateurs de collecte
 et de tri, recycleurs,
 collectivités locales et
 pouvoirs publics, tous
 ensemble”

Maud Hardy, Directrice
 Générale de Refashion.

Ce cahier a été réalisé grâce au soutien de **REFASHION, l'éco-organisme de Filière Textile d'habillement, Linge de maison et Chaussures (TLC) en France**. Sa mission est de mettre en mouvement tous les acteurs de la filière et citoyens dans un objectif de réduction des impacts environnementaux des textiles et chaussures, tout au long de leur cycle de vie.

La RSE. Difficile aujourd'hui de passer à côté de ses enjeux durables, engagements responsables, offres recyclables et tout autre vocable biodégradable & compostable. Pourtant, seulement 55 % des Français connaissent l'acronyme. Et quand on questionne les entreprises, elles pensent à 70 %* qu'elles doivent s'engager, mais sont seulement 30 % à mettre en œuvre de réelles actions.

Pourtant, le temps presse. Et il n'y a pas que lui qui nous presse. Les consommateurs qui réclament plus d'engagements et de preuves, les salariés en quête de sens, les actionnaires soucieux du rendement financier durable, les médias qui questionnent, et la planète qui demande qu'on la respecte.

Alors nous avons imaginé ces cahiers pratiques RSE pour les entreprises en quête de réponses pragmatiques. Ce cahier spécial Economie circulaire est le troisième de cinq opus dédiés aux enjeux durables que nous avons identifiés comme urgents à adresser. Il donne des outils, des clés, mais aussi de l'enthousiasme et de l'allant pour s'engager sur un chemin d'amélioration continue et transformer en opportunités ce qu'on pense (à tort) être une contrainte.

Petites, moyennes, grandes entreprises : nous avons tous une responsabilité mais surtout un rôle à jouer dans cette grande transition que nous devons opérer. Et cela en engageant plus fort les collaborateurs : seules 17% des entreprises considèrent leurs équipes comme “motrices” de leur politique RSE. Et si l'économie circulaire était une formidable opportunité d'inverser cette tendance ?

Source : Baromètre RSE 2024 (Vendredi/Kantar)

hyssop

La RSE : on y croit dur comme faire.

Hyssop est un cabinet conseil en RSE qui accompagne les entreprises dans leur transition durable, du diagnostic des pratiques à la communication d'engagement, en passant par les plans d'actions. Le tout avec l'impact comme obsession, l'alignement des valeurs comme ligne de conduite, pas mal de suite dans les idées et la conviction que l'action est le cœur de tout.

The Good

Le marqueur de la Good Economie

The Good est un média qui donne la parole aux audacieuses et audacieux qui veulent préserver la planète et ses habitants, qui contribuent à faire bouger les lignes vers une croissance plus saine et durable au service des générations futures. Parce que mettre en lumière et partager les initiatives responsables des entreprises & des territoires, c'est donner des outils pour mieux comprendre & mieux agir.



SOMMAIRE

The title 'SOMMAIRE' is written in a large, bold, dark green serif font. The word is arranged in four lines: 'SO', 'MM', 'AI', and 'RE'. Three stylized pink fish are integrated into the text: one on the left of the 'S', one on the right of the 'O', and one on the left of the 'AI'.

Édito	p 06
01. Contexte et perspectives	p 10
02. Méthodologie et outils	p 36
03. Témoignages et partages	p 52

ÉDITO

Économie Circulaire : pas mal de bon sens, une tonne d'innovations.

Nous vivons à une époque où les conséquences de notre mode de vie linéaire «prendre-produire-utiliser-jeter» sont de plus en plus visibles. Les ressources naturelles s'épuisent à un rythme alarmant, les écosystèmes sont gravement menacés. Les déchets s'accumulent partout sur la planète en même temps que les industries ont de plus en plus de mal à trouver des matières.

Face à ces enjeux, l'économie circulaire propose un changement de paradigme : passer d'un modèle linéaire à un modèle circulaire où chaque déchet devient une ressource.

L'économie circulaire n'est pas un concept théorique défendu par des pionniers alternatifs. Elle est déjà appropriée par bien des entreprises

et des territoires. Que ce soit dans l'industrie automobile, le textile, l'agro-alimentaire ou à l'échelle de tout un site industriel, les déchets des uns servent de ressources aux autres, les process de fabrication sont repensés à l'aune du bon sens et l'innovation est reine.

Les innovations ne manquent pas pour illustrer l'ingéniosité de l'économie circulaire, comme vous pourrez le constater dans ce cahier où nous essayons de présenter un éventail varié de solutions. De nombreuses entreprises ont bien compris les avantages qu'elles pouvaient tirer d'un nouveau modèle circulaire : **sécurisation du sourcing, économie de matières et d'énergie, simplification des process, renforcement de leurs marges, anticipation des risques de leur business model...**

Pour que cette vision devienne réalité, il est primordial de jouer collectif, à commencer par l'interne de l'entreprise. Forts de nos expériences, nous avons construit une méthodologie que nous vous partageons. Nous avons également recensé les outils et des exemples inspirants pour vous faciliter cette transition.

« Rien ne se perd, rien ne se crée » disait Lavoisier. Nous sommes persuadés que l'économie doit revenir à ces principes de bon sens tout en les adaptant à notre monde moderne pour innover au bénéfice de tous : l'entreprise et la planète.

Dominique Royet
Directrice générale, Agence Hyssop

Et le monde tourne plus rond

Les stratégies d'économie circulaire adaptées à chaque pays peuvent permettre de réduire ces émissions de 39%. Elles éviteraient ainsi 22,8 milliards de tonnes (Gt) d'émissions de CO2 eq. par an, et remettraient avant 2032 le monde sur la bonne trajectoire pour limiter le réchauffement climatique à 2°C.

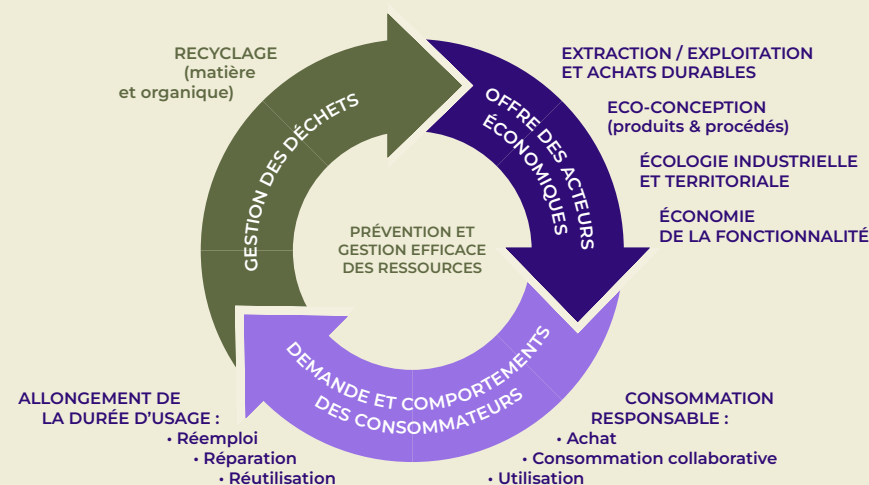
(Source : Circularity Gap report 2021)

De l'économie linéaire

Chaîne de valeur linéaire



À l'économie circulaire



Comme quoi, les chiffres aussi peuvent être circulaires : recyclez-les dans vos pères, réutilisez-les dans les dîners, prêtez-les, filez-les à vos voisins... Mais quoi qu'il en soit, faites-en bon usage.

70%

des sièges de voiture restent vides car on ne transporte en moyenne que 1,5 personnes par trajet. Oui : on les fabrique pour qu'ils se la roulent douce.

Source : MINISTÈRE DE LA TRANSITION ÉCOLOGIQUE ET DE LA COHÉSION DES TERRITOIRES

La moitié

des objets fabriqués sera jetée en moins d'un mois, souvent encore en parfait état.

Source : ADEME

Les vêtements sont portés

40%

moins longtemps qu'il y a 15 ans.

Source : ADEME

3,2 milliards ➔ **dont 68%**

de textile, linge de maison et chaussures neufs ont été vendus en France en 2023 (soit plus de 6 000 pièces/mn). Sachant que l'on est 68 Millions de Français... On ne va pas vous faire un dessin (mais peut-être une division : 47 pièces neuves par personne).

Source : Refashion

qui ne seront jamais portés.

Source : Greenpeace

1/3

des aliments cultivés dans le monde nourrissent finalement les poubelles.

Source : ONU

50 millions

de tonnes de déchets électroniques sont générés chaque année (env. 4 500 tours Eiffel), la plupart seront inutilisés ou mal recyclés.

Source : The Global E-waste Monitor 2017, Quantities, Flows, and Resources

500

milliards de tonnes de matériaux ont été consommées au cours des 5 dernières années, soit presque autant que pendant tout le 20^e siècle.

Source : [Circularity-gap.world](https://www.circularity-gap.world/)

+ de 90%

des matériaux sont soit gaspillés, soit perdus, ou ne peuvent être réutilisés pendant des années.

Source : Circularity Gap report 2023

+28%

Un bon historique... en quelques années, nous avons englouti plus d'un quart des ressources consommées depuis 1900. Et la cadence s'accélère.

Source : Circularity Gap report 2024



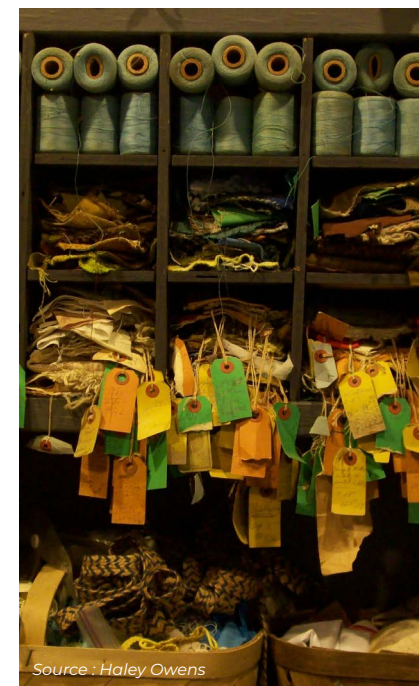


Mais... que se passe-t-il ?

CONTEXTE & PERSPECTIVES

« Celui qui
croit que la
croissance peut
être infinie
dans un monde
fini est soit un
fou, soit un
économiste. »

Kenneth Boulding (économiste et philosophe anglais) a tout bien résumé. Nous nous sommes laissés emporter dans une culture de la profusion : il est temps de faire marche-arrière pour reprendre le bon chemin.



Source : Haley Owens

Pourquoi l'économie circulaire ?

4 vérités qui font réfléchir... mais surtout agir !

01

Car non : nos ressources ne sont pas infinies.

Nous vivons dans une société de consommation qui, pendant longtemps, a rendu invisible l'accumulation des déchets et les contraintes liées à notre modèle économique. Désormais, les limites de ce système sont de plus en plus visibles. Ce modèle de croissance productiviste, basé sur une vision infinie des ressources, montre ses failles. Pendant des décennies, nous avons pris pour acquis l'abondance des matières premières, en oubliant leur origine et les impacts de leur exploitation. Cette déconnexion avec les cycles naturels a contribué à une consommation et à une production qui ne prennent pas en compte le temps de régénération des ressources.

02

Car oui : on va être de plus en plus nombreux sur terre...

La population mondiale devrait croître de 500 à 750 millions de personnes par décennie*. Rajoutez à cette croissance démographique, l'élévation rapide du niveau de vie et du pouvoir d'achat, on obtient un doublement probable de l'utilisation des ressources matérielles entre 2015 et 2050. Alors que les limites des ressources planétaires sont pour la plupart déjà dépassées.

* Panel international pour la gestion durable des ressources du Programme des Nations unies pour l'environnement

03

Car on va payer le prix fort de notre insouciance / Coûts croissants et dépendance aux matières critiques.

La consommation accrue des matières premières augmente les coûts et aggrave les défis liés à l'extraction et au transport, souvent depuis des zones reculées et difficiles d'accès. Les matières et les flux sont de plus en plus soumis aux risques géopolitiques. L'Union Européenne a identifié 27 matières premières critiques pour l'approvisionnement alors que 20% de ces mêmes matières finissent en déchets.

04

Car petit à petit ça va devenir la norme (et la loi) / Pression réglementaire et enjeux financiers.

Les réglementations évoluent rapidement, comme on le voit avec la loi AGEC et la CSRD. Les marques qui ne prennent pas ce virage risquent de subir des conséquences financières et juridiques significatives. L'inaction peut engendrer des pénalités, des contraintes accrues et un retard compétitif face à des consommateurs toujours plus exigeants en matière de transparence et de durabilité.

En parallèle, les investisseurs ont besoin d'être rassurés sur la durabilité des modèles économiques. Leurs grilles d'analyse prennent en compte ces sujets d'économie circulaire et ils sont à l'écoute attentive des innovations en la matière car ils considèrent que c'est une façon de sécuriser l'entreprise.

L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE : EN VRAI, C'EST QUOI ?

UNE FAÇON DE CONSOMMER ET DE PRODUIRE DURABLEMENT DANS LES LIMITES PLANÉTAIRES.

L'économie circulaire est un modèle économique qui considère l'ensemble des interactions et interdépendances entre les différentes composantes du système économique (entreprises, ressources, consommateurs, environnement, etc.) lors de la production des biens ou services. Son objectif est bien sûr d'en optimiser les impacts (consommation de ressources, d'énergie, gaspillage, etc.).

Et pour ça, il faut agir à chaque stade de la chaîne de valeur, en suivant **les 7 piliers fondateurs de l'économie circulaire**.

LES 7 PILIERS DE L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

1• L'approvisionnement plus durable : prendre en compte les impacts environnementaux et sociaux des ressources utilisées, en particulier ceux liés à leur extraction et à leur exploitation.

2• L'écoconception : réduire les impacts environnementaux sur l'ensemble du cycle de vie d'un produit, dès sa conception.

3• L'écologie industrielle et territoriale : mettre en synergie plusieurs acteurs économiques et mutualiser les flux de matières, d'énergie, d'eau, les infrastructures... pour optimiser l'utilisation des ressources sur un territoire.

4• L'économie de la fonctionnalité : vendre l'usage d'un produit plutôt que le produit lui-même... comme louer par exemple.

5• La consommation responsable : l'encourager, en somme.

6• L'allongement de la durée d'usage : par sa solidité, sa recyclabilité, mais aussi par des services comme la réparation, la seconde main, le don...

7• Le Recyclage : au travers de la gestion et de la revalorisation des déchets.

MAIS C'EST SURTOUT

-70%

d'émissions de gaz à effet de serre liée à la production de biens et de services grâce à l'économie circulaire.

Source : Fondation Ellen MacArthur 2015

500 000

emplois pourraient être créés d'ici 2030 en France dans le secteur du réemploi & de la réparation

Source : ADEME

4,5 billions de dollars

pourraient être générés d'ici 2030 en passant à une économie circulaire.

Source : OCDE

-2 points

Comme à l'Eurovision, c'est très décevant : la circularité de l'économie mondiale a diminué, passant de 9,1% à seulement 7,2% au cours des cinq dernières années.

Source : [Circularity-gap.world](https://www.circularity-gap.world/)

En théorie ça marche... _____ en pratique aussi !

On a pour vous illustré d'exemples **les 7 piliers de l'économie circulaire**. Les traiter un à un permet non seulement d'en optimiser les impacts, mais également de trouver des solutions alternatives pouvant faire évoluer vos standards, votre offre, voire (qui sait) votre business model.

PILIER	QUESTIONS À SE POSER	EXEMPLES
APPROVISIONNEMENT MATIÈRES PREMIÈRES ACHATS DURABLES	Quelles ressources utilisez-vous ? Votre sourcing est-il en tension ? Quelles sont les matières à risque ?	JEFF DE BRUGES et le cacao Le cacao est la matière première des produits, c'est une ressource en tension, le prix est volatile, variant selon les pressions sur le marché et les chutes de rendements des cacaoyers. Jeff de Bruges a acheté sa propre plantation en Équateur, un pays où l'humidité ambiante est favorable au cacao. Il assure de bonnes conditions de travail aux salariés de la plantation (salaire minimum, couverture santé) et il met en place une agriculture durable suivant les principes de Rainforest alliance.
ÉCO-CONCEPTION (PRODUITS ET PROCÉDÉS)	80 % de l'impact écologique d'un produit est déterminé dès le stade de sa conception. Analyser toutes les étapes de la vie de votre produit depuis le sourcing matière jusqu'à la fin de vie pour les optimiser (ACV)	Ikea a pris des mesures pour utiliser davantage de bois recyclé et de plastiques recyclés. L'entreprise a utilisé plus de 500 000 tonnes de matériaux recyclés dans ses produits en 2020. En 2020, Ikea a estimé que ses efforts d'écoconception avaient permis d'économiser plus de 400 millions d'euros en matières premières et en coûts énergétiques, tout en contribuant à une réduction de 15 % de son empreinte carbone.
ÉCOLOGIE INDUSTRIELLE ET TERRITORIALE	Sur votre territoire, existe-t-il des possibilités de synergies entre votre entreprise et les autres : utilisation de déchets, récupération d'eau froide/chaude, mutualisation des livraisons... ?	Sur le site de Kalundborg au Danemark les entreprises collaborent pour valoriser les déchets des unes en ressources pour les autres. Par exemple, la chaleur excédentaire produite par la centrale électrique locale est utilisée pour chauffer des serres, des habitations, ainsi que pour les besoins de l'industrie voisine. De plus, les sous-produits de certaines entreprises, tels que le gypse issu de la désulfuration des gaz de combustion, sont utilisés par d'autres comme matières premières.

PILERS	QUESTIONS À SE POSER	EXEMPLES
<p>ÉCONOMIE DE LA FONCTIONNALITÉ</p>	<p>Plutôt que de vendre un produit qui pourrait être peu utilisé, avez-vous envisagé de transformer ce produit en un service pour maximiser sa valeur ?</p>	<p>Michelin a remplacé la vente des pneus aux transporteurs routiers par un service de location et d'entretien des pneus. De cette manière, les pneus durent 2.5 fois plus longtemps, les transporteurs ne roulent pas avec des pneus usagés ou sous gonflés qui augmentent la consommation de carburant, ils maîtrisent le prix de revient au km et réduisent leurs dépenses en pneumatique. Ce nouveau modèle est profitable pour Michelin et fidélise ses clients.</p>
<p>CONSUMMATION RESPONSABLE</p> <p>(Achat, Consommation collaborative, Utilisation)</p>	<p>En facilitant des pratiques de consommation collaborative, comme le partage ou l'échange, comment pourriez-vous attirer de nouveaux clients ? Comment pouvez-vous éduquer le client pour qu'il ait une utilisation responsable de son produit ?</p>	<p>Burger King a décidé de lancer 2 emballages réutilisables pour le « Whopper » et les cafés et sodas. aux Etats-Unis en partenariat avec l'entreprise TerraCycle, Burger King incite ses clients à retourner les emballages pour qu'ils soient nettoyés de manière hygiénique sans danger avant chaque utilisation. Chaque emballage est consigné mais remboursé dès qu'il est remis dans la boucle par le client.</p> <p>Burger King et TerraCycle ont pour ambition d'utiliser chaque emballage 100 fois à minima. Par ailleurs, 100% des emballages durables proviendront de ressources.</p>
<p>ALLONGEMENT DE LA DURÉE D'USAGE</p> <p>(Réemploi, Réparation, Réutilisation)</p>	<p>Proposez-vous des solutions pour prolonger la durée de vie des produits que vous vendez ? Avez-vous envisagé de développer des programmes de réparation ou de réutilisation pour fidéliser vos clients et réduire vos coûts de production ?</p>	<p>Darty combine service après-vente, réparation, et vente de produits reconditionnés. Le groupe a mis en place un modèle économique solide autour de la réparation de produits électroniques. L'entreprise propose un service de réparation à domicile pour les appareils électroménagers et électroniques, qu'il s'agisse de petits ou grands appareils, tout en offrant une garantie sur les réparations. Darty encourage également ses clients à réparer plutôt qu'à jeter. En 2020, elle a annoncé avoir effectué plus de 2 millions de réparations pour ses clients. L'entreprise a lancé un programme de «reconditionnement» de produits, permettant aux consommateurs d'acheter des articles remis à neuf à un prix attractif, avec un total d'environ 20 000 produits reconditionnés vendus.</p>
<p>RECYCLAGE</p> <p>(matière et organique)</p>	<p>Comment optimisez-vous la gestion des déchets issus de vos activités ou de vos produits en fin de vie pour minimiser la perte de matières et d'énergie ?</p>	<p>La Société d'Application Plastiques Thermoformés Extrudés à La Bussière (45) a investi dans une thermoformeuse pour la production de pièces de packaging automobile. Elle a optimisé les paramètres du procédé de thermoformage des Matières Premières Recyclées (MPR) afin de pouvoir intégrer de 90% à 100% de matières recyclées dans ses packagings. Cet investissement va permettre d'intégrer 3 190 tonnes / an de plastique recyclé dans la fabrication.</p>

ÇA PEUT FAIRE DU BIEN DE TOURNER EN ROND

Adopter les principes de l'économie circulaire, c'est optimiser le cycle de vie, interroger les process existants pour les améliorer, diminuer l'usage des ressources et par ailleurs, répondre aux demandes croissantes des consommateurs qui veulent continuer à bénéficier des produits mais en prenant en compte leur empreinte écologique.

GÉNÉRER DE NOUVELLES SOURCES DE REVENUS

Le marché de la seconde main a le vent (et les €) en poupe. Selon le rapport Xerfi 2024, son chiffre d'affaires en France est passé de 7 milliards en 2019 à 14 milliards d'euros en 2023. Mais à défaut de passer votre business model sur du 100 % circulaire, des initiatives peuvent vous démarquer, comme BodyShop l'a fait. En encourageant ses clients à rapporter leurs contenants vides en magasin, l'enseigne de cosmétique a recyclé

plus de 20 millions de pots en 2020 et a augmenté ses ventes de ses produits durables de 15 %.

SÉCURISER SON SOURCING

Interface (entreprise de revêtements de sols...) utilise des matériaux recyclés dans ses produits. Une excellente manière de réduire sa dépendance aux matières premières vierges, maîtriser les fluctuations de leur prix, et diversifier leurs sources d'approvisionnement.

INNOVER

Interroger ses standards permet souvent de sortir des sentiers battus. Le modèle de «lighting as a service» proposé par Philips, par exemple, consiste à fournir des éclairages LED sur la base de la durée d'utilisation plutôt que de la vente de produits, ce qui permet de maximiser l'utilisation des produits tout en réduisant les déchets.

RÉDUCTION DES COÛTS

Grâce à la valorisation des invendus, à la diminution des commandes superflues, à l'abandon de l'usage unique et à la baisse des coûts logistiques rendue possible par les circuits courts.

La Reboucle collecte et transforme des vêtements invendus ou retournés pour les remettre en circulation. Elle offre des services de réparation, de remise en état et

de revalorisation des produits de mode, permettant ainsi aux marques de récupérer de la valeur de leurs stocks invendus, tout en réduisant leurs coûts liés à la gestion des retours et à la production de nouveaux articles. La Reboucle a permis à ses partenaires de réduire jusqu'à 70 % des coûts de gestion des invendus, grâce à la réparation et à la remise en circulation des produits, tout en diminuant les déchets textiles.

SATISFACTION CLIENT

Grâce à plus de points d'interaction, plus de services sur l'ensemble du cycle de vie du produit, une prise en compte de l'usage réel plutôt que de la simple acquisition, une durée de vie allongée et une personnalisation de l'offre.

Décathlon en louant les vélos plutôt qu'en les vendant, Petit Bateau avec son service de location de vêtements... Ces initiatives permettent de fidéliser leurs consommateurs en leur offrant un ensemble de services d'usage (notamment l'entretien).

COMPÉTITIVITÉ

Grâce à une meilleure rentabilité par produit, un élargissement de la valeur créée par produit, une différenciation sur le marché, une réduction des dépendances et la création de partenariats d'innovation.

Le modèle économique circulaire a permis à Renault de réduire ses coûts de production de 30 % en réutilisant des pièces détachées

pour ses voitures. Cette économie de coûts lui permet d'être plus compétitive tout en réduisant ses dépendances aux fournisseurs.

RÉDUCTION DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

IKEA a réduit de 70 % son empreinte carbone en dix ans grâce à des initiatives de recyclage des matériaux, de conception éco-responsable et d'utilisation de produits durables.

TRANSVERSALITÉ DANS L'ENTREPRISE

Faire travailler les collaborateurs ensemble pour trouver des solutions, permet de décadrer (voire décoiffer) les façons d'envisager ses modes de production.

Pour exemple, Danone a adopté un modèle circulaire qui implique tous ses départements, de la production à la distribution. Les équipes de production, logistique, et R&D travaillent ensemble pour réduire l'usage de plastiques vierges et augmenter la proportion de matériaux recyclés dans les emballages de produits alimentaires.

34%

des sociétés engagées dans l'éco-conception ont constaté une augmentation du volume des ventes (6 % d'entre elles reconnaissent une augmentation significative). Source : ADEME

En règle & en vigueur.

Les lois et réglementations

Petit tour d'horizon des principales lois, mesures ou ressources concernant l'économie circulaire mais surtout sur lesquelles avoir un œil pour être en conformité et qui sait peut-être, inspirer vos actions.

LA RÉGLEMENTATION DANS LE MONDE

Aux USA

→ Extended Producer Responsibility (EPR) laws : obligent les producteurs à prendre en charge la gestion des produits en fin de vie, notamment leur collecte, recyclage et réutilisation. Ces lois sont mises en œuvre à l'échelle des États, avec des programmes visant principalement les équipements électroniques, les emballages, les piles et les peintures. Par exemple, la Californie et le Maine ont instauré des systèmes EPR pour les déchets électroniques et les emballages, incitant les producteurs à financer leur recyclage.

En Chine

→ Circular Economy Promotion Law (en 2009) : encourage les entreprises à réduire leur consommation de ressources et à améliorer le recyclage des matériaux. Elle impose aux producteurs de concevoir des produits durables, faciles à recycler, et de prendre en charge la gestion des déchets en fin de vie. Par exemple, la loi incite les entreprises à utiliser des matériaux recyclés dans leur production et à réduire les déchets industriels. Elle soutient également la création d'infrastructures pour le recyclage et impose des objectifs de réduction des déchets à différentes industries, notamment dans les secteurs de la construction, de l'électronique et de l'automobile.

Europe

Plan d'action pour l'économie circulaire (depuis 2020) :

- **2020** European Green Deal (Pacte vert pour l'Europe) Nouvelle réglementation sur les batteries durables.
- **2021** Alliance mondiale pour l'économie circulaire et l'efficacité des ressources (GACERE).
- **2021** Mise à jour des règles sur les polluants organiques persistants dans les déchets.
- **2021** Nouvelles règles sur les transferts de déchets.
- **2022** Révision du plan d'action pour l'économie circulaire.
- **2023** Propositions sur les allégations environnementales et le droit à la réparation.
- **2023** Cadre de suivi de l'économie circulaire.
- **2023** Adoption de plusieurs initiatives sur les microplastiques – ex REACH
- **2024** Écoconception pour la réglementation des produits durables (ESPR).
- **2024** Loi sur les matières premières critiques (CRM Act).
- **2024** Interdiction de la destruction des invendus.
- **2027** Passeport numérique des produits (dans le cadre de l'ESPR).
- **À venir** : Révision de la directive sur la réduction des déchets. Nouvelle législation européenne sur les batteries circulaires.

Fière comme un coq : la France, pionnière de la circularité en EU.

Nous sommes bien avancés sur les sujets de circularité. Mais où en sommes-nous aujourd'hui ?

LA LOI DE TRANSITION ÉNERGÉTIQUE POUR LA CROISSANCE VERTE (2015)

→ L'objectif de la loi est la réduction des émissions de gaz à effet de serre et de la dépendance aux énergies fossiles. Plusieurs décrets s'adressent aux particuliers comme aux entreprises. Pour les entreprises, la contrainte principale a été votée en 2019 avec le décret tertiaire qui oblige les entreprises qui possèdent des surfaces de plus de 1000m² (entrepôt, magasin ou centre commercial) à réduire leur consommation d'énergie de 40% d'ici 2030 (année de référence postérieure à 2010)

LOI AGEC (2020)

C'EST QUOI ? La loi Anti-Gaspillage vise à transformer le modèle économique français en favorisant la réduction des déchets et le passage à une économie circulaire. Voici les points clés de la loi :

- Réduction du gaspillage :** la loi interdit l'élimination des invendus non alimentaires (vêtements, meubles, etc.) pour encourager leur réutilisation, leur don ou leur recyclage. Les entreprises doivent trouver des solutions pour éviter la mise en décharge ou l'incinération des produits invendus.
- Responsabilité Élargie des Producteurs (REP) :** la REP est étendue à de nouvelles filières et les objectifs sont renforcés pour les filières existantes .
- Objectifs de recyclage :** la loi impose des objectifs ambitieux de recyclage en 2025 pour les emballages (plastiques, carton, etc.) : exemple 77% pour les bouteilles plastique, compost obligatoire pour les professionnels de la restauration et 80% des textiles non réutilisables recyclés en 2027
- Consigne :** étude de systèmes permettant de favoriser la consigne.



- Encouragement à la réparation :** la loi promeut la réparation des produits en créant un index de réparabilité à indiquer aux consommateurs pour certains produits, comme l'électroménager, afin de faciliter leur maintenance et prolonger leur durée de vie. A partir de 2025, cet indice est remplacé de manière progressive, par un indice de durabilité qui prend en compte la longévité, la résistance et la robustesse du produit, au-delà de sa réparabilité. Un « fonds réparation » est créé pour permettre à certaines filières de développer les systèmes de réparation.
- Lutte contre le plastique :** la loi interdit l'utilisation de certains produits en plastique à usage unique, comme les cotons-tiges, les assiettes et gobelets en plastique.

Des chiffres qui inspirent et changent la donne :

En France, les lois favorisant l'économie circulaire, comme la **loi AGEC**, ont conduit à une augmentation de **5 à 10 % des produits électroniques réparés** dans les deux dernières années. Les entreprises qui se sont adaptées à ces nouvelles normes ont vu leur **rentabilité augmenter de 15 à 20 %** grâce à la vente de produits remis à neuf.

Source : Ministère de la Transition écologique



- Éducation et sensibilisation :** la loi prévoit également des mesures de sensibilisation pour inciter les citoyens à adopter des comportements plus responsables en matière de consommation et de gestion des déchets. La signalétique « TRIMAN » est obligatoire sur les produits pour donner des instructions de tri.
- Allégations environnementales :** wla loi encadre les termes susceptibles d'être utilisés pour parler écologie. Les marques doivent veiller à ne pas en détourner le sens.

LA LOI CLIMAT ET RÉSILIENCE (2021)

Tri des déchets

Les professionnels ont l'obligation de trier leurs déchets :

- Papier
- Métaux
- Plastiques
- Verre
- Bois
- Textiles (depuis 1er janvier 2025)
- Biodéchets : déchets alimentaires, de cuisine, ratés de production et déchets végétaux
- Huiles alimentaires
- Déchets dangereux



Affichage environnemental

Il est en cours d'expérimentation pour des produits et services de différents secteurs. Pour l'instant, cet affichage se fait sur un mode volontaire mais à terme, il sera rendu obligatoire notamment en priorité pour les produits textiles (prévu au départ pour 2022, la date du décret n'est pas fixée)



Ex. affichage environnemental textile à venir

REP

Une clef du succès de l'économie circulaire : la responsabilité élargie du producteur



La réglementation française impose aux fabricants, distributeurs et marques, de prévoir la fin de vie de leurs produits dans le cadre de la Responsabilité Élargie du Producteur (REP). Ce dispositif oblige les acteurs économiques à assumer la responsabilité de l'ensemble du cycle de vie des produits qu'ils mettent sur le marché, depuis leur conception jusqu'à leur fin de vie.

Cette responsabilité est activée par type de produit (filiale) grâce à un éco-organisme en charge de la gestion du système.

En Europe, la France, a été pionnière dans la structuration des filières REP. Actuellement, 18 filières REP sont mises en place en France, tandis que 6 filières opèrent à l'échelle européenne. D'ici à 2025, la France comptera donc 23 filières REP réglementaires couvrant la quasi-totalité des biens de consommation courante.

Les metteurs en marché doivent :

- soit mettre en place un système individuel répondant aux exigences [du cahier des charges en vigueur](#), qui doit être agréé par arrêté ministériel.
- soit adhérer à l'éco-organisme agréé

Autant dire que la plupart des marques ont choisi la deuxième solution....

Comment ça marche ?

Pour chaque produit mis sur le marché, le fabricant verse une éco-contribution à l'éco-organisme auquel il adhère. Son montant est directement lié au type de produit mis sur le marché et au coût de la gestion du déchet en fin de vie.

L'éco-organisme utilise le montant de ces éco-contributions pour accompagner toutes les parties prenantes de la filière (marques, ESS*, opérateurs de tri, DPAV*, collectivités locales...) dans la prévention et la gestion des déchets. Son objectif est de donner les moyens aux marques de produire moins et mieux, encourager les achats responsables, de développer l'éco-conception mais également de trouver de nouveaux usages aux déchets générés.

*ESS : Entreprises de l'Economie Sociale et Solidaire

*DPAV : Détenteur de Points d'Apport Volontaire

Qui pour quoi ? Les filières.



**Piles et
accumulateurs**
COREPILE, SCRELEC

2001



Pneumatiques
ALIAPUR, GIE FRP,
TYVAL

2004



**Équipements électriques
et électroniques**
ECOLOGIC, ECOSYSTEM, SOREN, OCAD3E

2006



Véhicules
Recycler
mon véhicule

2006



**Textiles, linges
et chaussures**
REFASHION

2007



**Dispositifs
médicaux perforants**
DASTRI

2012



Produits chimiques
ECODOS, ECOSYSTEM,
PYREO

2012



**Éléments
d'ameublement**
ECOMAISON, VALDELIA, OCAJB

2012



**Bateaux de plaisance
ou de sport**
APER

2019



**Produits
du tabac**
ALCOMÉ

2021



**Article de sport
et loisirs**
ECOLOGIC

2022



**Produits des matériaux
de construction du secteur
du bâtiment**
ECOMINERO, VALOBAT, ECOMAISON,
VALDELIA, VALOBAT

2022



**Articles de bricolage
et de jardin**
ECODDS, ECOLOGIC,
ECOMAISON, VALOBAT

2022



**Huiles
lubrifiantes**
CYCLEVIA

2022



**Emballages
professionnels**
CITEO Pro

2024

CE QUI EST À VENIR

2024 Gommés à mâcher et textiles sanitaires (retardé).

2025 Emballages industriels et commerciaux, aides techniques et pêche.

Refashion, l'éco-organisme de la filière Textile d'habillement, Linge de maison & Chaussure (TLC) en France

Le contexte de la filière textile :

Dans le monde, l'industrie du textile émet chaque année 1,2 milliard de tonnes de gaz à effet de serre, soit 2 % des émissions globales de gaz à effet de serre.

Source : https://www.ecologie.gouv.fr/sites/default/files/documents/Document_LoiAntiGas-pillage%20_2020.pdf

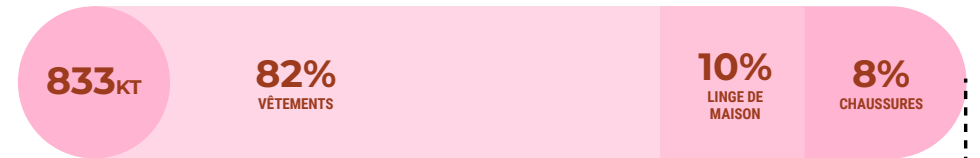
En France, en 2023, 3,2 milliards de pièces, soit 833 000 tonnes de textiles, linge de maison et chaussures (TLC) ont été mises sur le marché. Pourtant, seuls 32 % de ces volumes ont été collectés par des acteurs agréés par Refashion, et 23 % ont été pris en charge par des centres de tri conventionnés.

Que deviennent ces textiles une fois triés ?

Les flux dans la Filière Textile Française

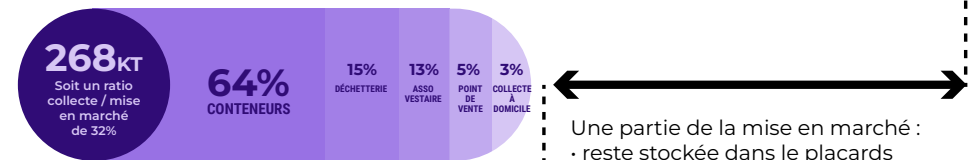
Mise en marché

des marques contributrices



Collecte

des textiles et chaussures par des opérateurs conventionnés



Une partie de la mise en marché :

- reste stockée dans le placards
- est réemployée
- est jetée dans les ordures ménagères
- est collectée par des opérateurs non conventionnés

Tri et régénération

par des opérateurs conventionnés



Une partie de collecte :

- est cédée à des opérateurs non conventionnés
- est écrémée
- relève de déchets de collecte

Source : RA Refashion 2023

Un des objectifs du cahier des charges de Refashion est d'atteindre **un taux de collecte de 60 % des textiles, linge de maison et chaussures d'ici 2028**. Un objectif ambitieux, mais essentiel pour accélérer la transition vers une économie circulaire.

Comment Refashion agit concrètement pour la transformation textile ?

La mission de Refashion est de mettre en mouvement tous les acteurs de la filière TLC et citoyens dans un objectif de réduction des impacts environnementaux des textiles et chaussures, tout au long de leur cycle de vie, et de création de valeur. Pour cela elle mobilise l'ensemble des parties prenantes - marques, industriels, réparateurs, distributeurs, opérateurs de collecte et de tri, collectivités locales, acteurs de l'ESS (Economie Sociale et Solidaire) etc - pour construire un écosystème efficace et favoriser la collaboration entre ces acteurs. L'éco-organisme a également un rôle essentiel dans la sensibilisation des consommateurs citoyens autour des **4R** (réduire, réparer, réutiliser et recycler).

Toutes les entreprises qui mettent sur le marché français des produits textiles, linge de maison et chaussures neufs à destination du consommateur doivent payer

leur éco-contribution auprès de Refashion. L'éco-organisme prend alors en charge, pour leur compte, la prévention et la gestion de la fin de vie de leurs produits. C'est une obligation légale liée à la REP TLC.

Un cadre réglementé

En tant qu'éco-organisme de la filière textiles, linge de maison et chaussures (TLC), son champ d'action est encadré par un cahier des charges fixé par les pouvoirs publics, en vigueur de 2025 à 2028, et contrôlé chaque année.

En tant que société à but non lucratif, elle est agréée par les ministères de la Transition Ecologique et de l'Economie. Refashion, est intégralement financé par les marques, distributeurs & fabricants - aussi appelés metteurs en marché - au travers des **éco-contributions**.

Afin de répondre à ses obligations et objectifs fixés par le cahier des charges en faveur de l'économie circulaire, Refashion redistribue les éco-contributions perçues comme ci-dessous :

Pour 100€ d'éco-contribution


28€	GESTION DE LA COLLECTE, DU TRI ET DU TRAITEMENT DES TEXTILES, LINGE ET CHAUSSURE USAGES Soutien financier versé aux opérateurs de tri et financement de l'opérationnalité	7€	FRAIS DE FONCTIONNEMENT Pour assurer le bon fonctionnement de l'éco-organisme et le pilotage des différents dispositifs.
22€	ÉCO-MODULATIONS Primes versées et pénalités facturées aux metteurs en marché pour inciter à des démarches d'éco-conception plus vertueuses.	5€	RECHERCHE & DÉVELOPPEMENT Financement de nouvelles solutions de tri automatisés, de préparation, de recyclage et de valorisation des déchets.
13€	FONDS RÉPARATION Financement Bonus réparation et d'actions favorisant le développement de la réparation des textiles et chaussures.	4,5€	COMMUNICATION Actions directes de communication tous publics sur la prévention et la gestion des déchets
10€	FONDS RÉEMPLOI Financement d'actions et de projets favorisant le développement du réemploi des textiles et chaussures.	3€	SOUTIEN AUX COLLECTIVITÉS LOCALES Soutien financier versé aux collectivités locales pour contribuer au développement de la collecte des textiles, linge et chaussures usagés.
7€	ACCOMPAGNEMENT DES PARTIES PRENANTES Mise à disposition d'outils et de dispositifs pour le suivi des acteurs de la filières.	0,5€	REDEVANCES ADEME

Source : Budget 2025 de Refashion


Les dispositifs Refashion autour du cycle de vie d'un produit

Devenez acteur de chaque étape

LE RECYCLAGE


-  Mise en relation des acteurs de la chaîne de valeurs et partage de ressources :
 - Publications et rapports d'études
 - Actualités sur la filière
 - Cartographies sur les solutions de recyclage et les potentiels de débouchés

Plateforme Recycle


-  Soutien financier au recyclage pour augmenter l'incorporation de matière recyclée et la valorisation des gisements (AAP, éco-modulations)

Appel à projets

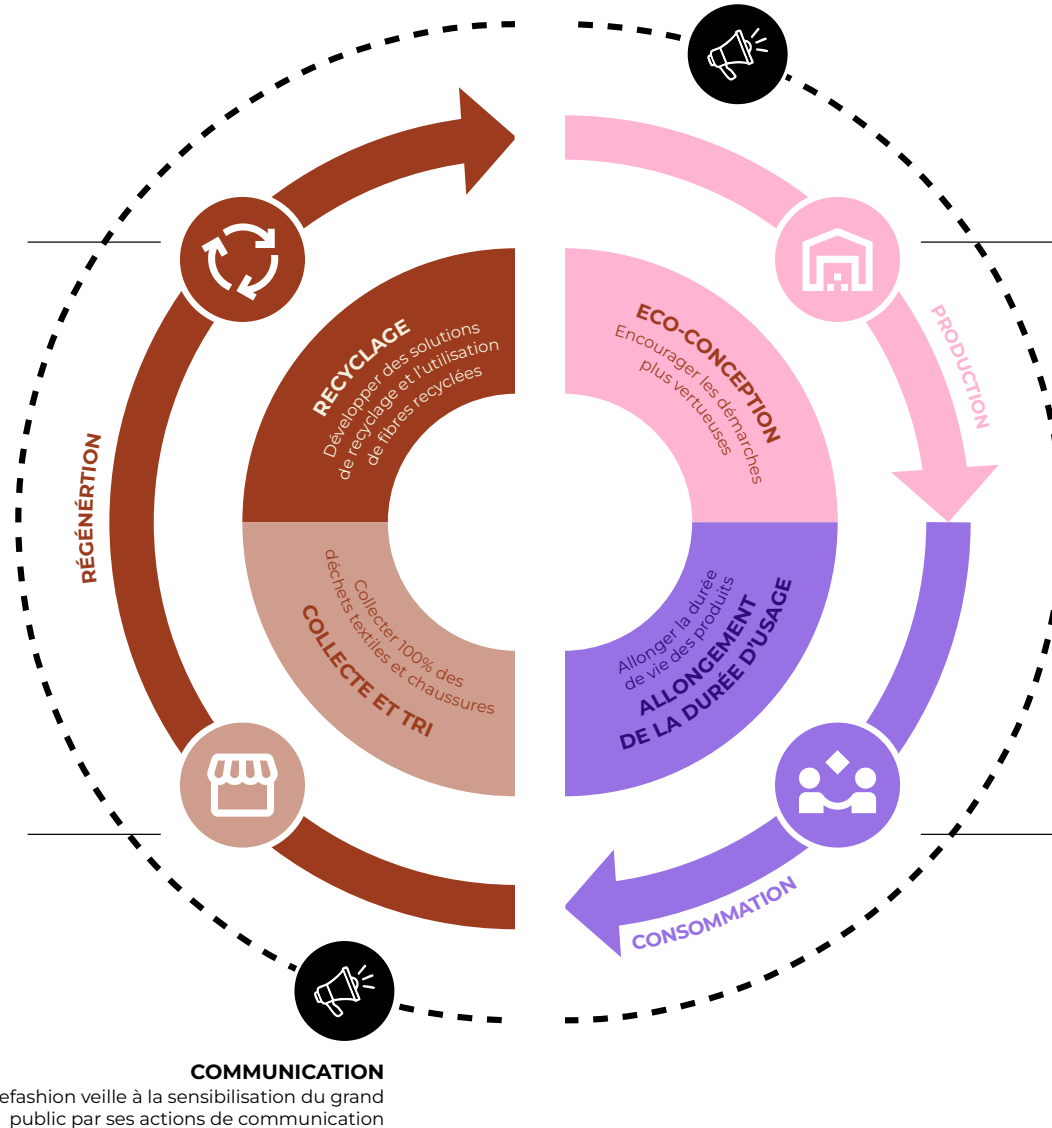
LA COLLECTE

-  Soutien financier et/ou opérationnel au déploiement d'un service de collecte en points de vente et/ou dans les sièges sociaux


Dispositif de collecte

 Ressource opérationnelle


 Soutien financier



L'ÉCO-CONCEPTION


-  Informer et accompagner les marques à relever le défi de l'éco-conception par le partage d'outils et de ressources

Plateforme Ecodesign


-  Levier financier et méthodologique par le versement de bonus ou l'application de pénalités.

Eco-modulation


LA RÉPARATION & LA SECONDE MAIN

-  Accompagnement opérationnel vers la réparation et la labélisation pour proposer le Bonus Réparation à vos clients

Bonus Réparation

-  Soutien financier au développement du réemploi et de la seconde main.

Appel à projets

-  Sensibiliser les citoyens autour des 4R pour encourager le geste de tri, promouvoir la réparation et communiquer sur les nouvelles pratiques

Refashion Citoyen



Bon, bon, bon... On commence par quoi ?

MÉTHODOLOGIE & OUTILS

« Let's go ! »

comme disait Dora l'Exploratrice dans... à peu près tous ses épisodes. L'économie circulaire nécessite de repenser son business model et d'évaluer les optimisations possibles à tous les niveaux de la chaîne de valeur. C'est à ces conditions qu'elle deviendra une vraie opportunité pour l'entreprise et que sa mise en œuvre sera efficace.

Pour cela, il faut :

- **engager chaque partie prenante** du cycle de vie des produits (fournisseurs, territoire, agences de l'état qui proposent des moyens d'accompagnement, clients, collaborateurs), co-construction cruciale pour rendre le nouveau modèle innovant, durable et rentable.
- **animer et apporter** à ce petit monde les éléments techniques qui permettront de prendre des décisions pertinentes

- **se faire accompagner** de cabinets de conseil (comme HYSSOP ;-)) dont les méthodologies empiriques & pratiques sauront activer les différents leviers de l'économie circulaire.



Une méthodologie en 1, 2 ou 3 grandes étapes selon votre degré de maturité.

Ce n'est pas une formule magique, mais plutôt un chemin jalonné d'étapes utiles. Nées de nos diverses expériences, ces méthodologies ont fait leurs preuves : à vous de vous les approprier, de les adapter éventuellement à la culture de votre entreprise, selon la disponibilité de vos équipes... faites confiance à votre intuition !

Le process : on commence par le visible (les déchets), puis par l'origine du problème (design et approvisionnement durable), pour terminer par les enjeux de transformation opérationnels profonds (réparabilité, mise à disposition des pièces détachées, règles marché de la seconde main, traçabilité...).

01 BACK TO BASICS*

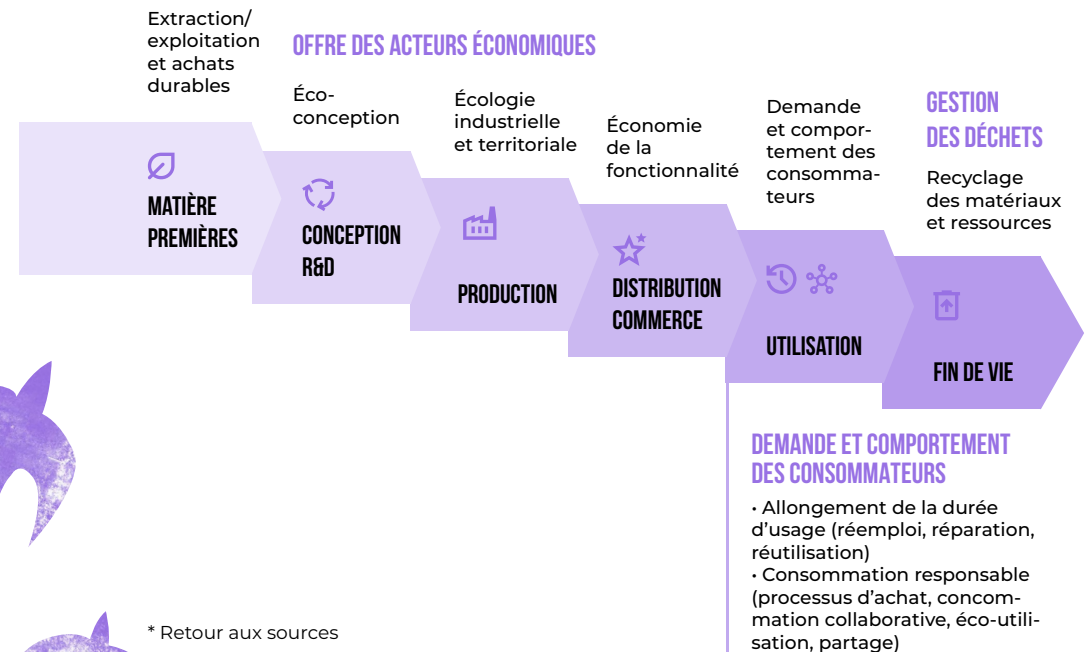
Pour : tout le monde, histoire d'être sûr de partir sur les bonnes bases.

On garde bien en tête (et en alerte) 4 grands principes :

- Réduire (matières, flux, énergie, emballages, transport...)
- Favoriser la régénération des ressources
- Maximiser l'utilisation des produits
- Valoriser les sous-produits et les déchets

Un peu comme les tables de multiplication : ça doit devenir un réflexe.

On s'intéresse **aux différentes étapes de la chaîne de valeur** du produit, en s'appuyant sur les 7 piliers de l'économie circulaire.



02 EXPLO- RATION

Pour : les beginners (entreprises convaincues que cela peut/va optimiser leur business model mais qui n'ont encore rien engagé).

Phase 1 • Cartographie des parties prenantes à mobiliser

Une sorte de grand recensement de ceux qui sont impliqués de près ou de loin dans votre chaîne de valeur et qui doivent participer à la réflexion pour être efficaces.

Phase 2 • Sensibilisation et formation des parties prenantes

On explique ce qu'est (et ce qu'on attend de) l'économie circulaire dans votre entreprise et pour votre produit, on détaille les 7 piliers sur lesquels chacun peut agir, on présente les avantages et les freins à contourner, on glisse l'air de rien de premières intuitions sur les facteurs d'amélioration... Tout ce qui vous paraîtra utile pour qu'on ait envie de s'emparer du sujet.

Phase 3 • Phase Inspiration/Immersion

Présentation et décryptage de cas concrets, travail en groupe sur des exemples à mettre en œuvre dans d'autres secteurs.

Phase 4 • Ateliers sur le champ des possibles (pluridisciplinaire)

Réflexion sur les besoins couverts par les produits de l'entreprise. On peut par exemple recourir au design fiction et répondre à différentes questions (Comment pourrait-on couvrir ces besoins différemment ? Quels pourraient être les futurs possibles pour l'entreprise ? Quels Impacts dans la chaîne de valeur des produits ? Quel impact dans les métiers ? Quelles transformations semblent réalistes à horizon 5 ans ?...).

03 ACTION

Pour : les avancés (entreprises qui ont déjà bien identifié les opportunités que représente l'économie circulaire et veulent passer à sa mise en œuvre).

Phase 1 • cartographie des parties prenantes (si elle n'a pas déjà été faite).

Phase 2 • mise à niveau sur l'économie circulaire (si elle n'a pas déjà été faite).

Phase 3 • recueil des hypothèses à explorer

On va étudier en groupe les différentes possibilités d'orientations pour le business de l'entreprise. Comment obtenir les mêmes résultats par des chemins différents ? Comment modifier les produits/services pour qu'ils utilisent moins de matière ? Est-il possible de remplacer les produits par des services ? Peut-on couvrir les besoins avec d'autres produits que ceux de l'entreprise ? Une fois fait, on retient les hypothèses qui semblent les plus pertinentes et réalistes.

Phase 4 • projection dans la réalité de l'entreprise

Là on rentre dans le dur : exploration de la chaîne de valeur ajoutée (voir schéma p39). Pour chaque hypothèse retenue, on identifie les transformations qui seront nécessaires à chaque étape de cette chaîne de valeur. En parallèle, on s'inspirera des options

« circulaires » qui peuvent exister sur le marché ou d'autres marchés et qui pourraient être des solutions pour transformer son business. (ex. : d'autres marchés ont remplacé une matière synthétique par une matière naturelle...). On identifie ensuite les freins et opportunités (qui peut se faire via un jeu de rôle).

Phase 5 • co-construction de la feuille de route

Cette exploration dans le détail des différentes hypothèses doit permettre d'en définir une ou deux qui doivent être testées car elles correspondent bien au business de l'entreprise et représentent une évolution majeure vers l'économie circulaire.

Pour chacune de ces hypothèses, on déterminera une feuille de route : objectif, les étapes de mise en œuvre, qui fait quoi ? Quel budget est nécessaire ? Retroplanning Indicateurs de suivi. C'est cette feuille de route qui sera présentée à la Direction de l'entreprise ou toute autre département capable de lancer le « prototype » du projet.

Phase 6 • Pilotage et suivi de la mise en œuvre

Mais il est essentiel d'avoir une vision Moyen termes ambitieuse et motivante. Le(s) projet(s) finalement choisi(s) devra/devront faire l'objet d'un suivi rigoureux pour en assurer l'avancement : une personne sera en charge de la coordination et du suivi (il serait dommage d'échouer pour une « simple » question d'organisation ;-). En outre, il est clef de définir dès le départ un process d'évaluation précis et une phase de passage à l'échelle s'il fait ses preuves... et d'arrêt s'il ne convainc pas.



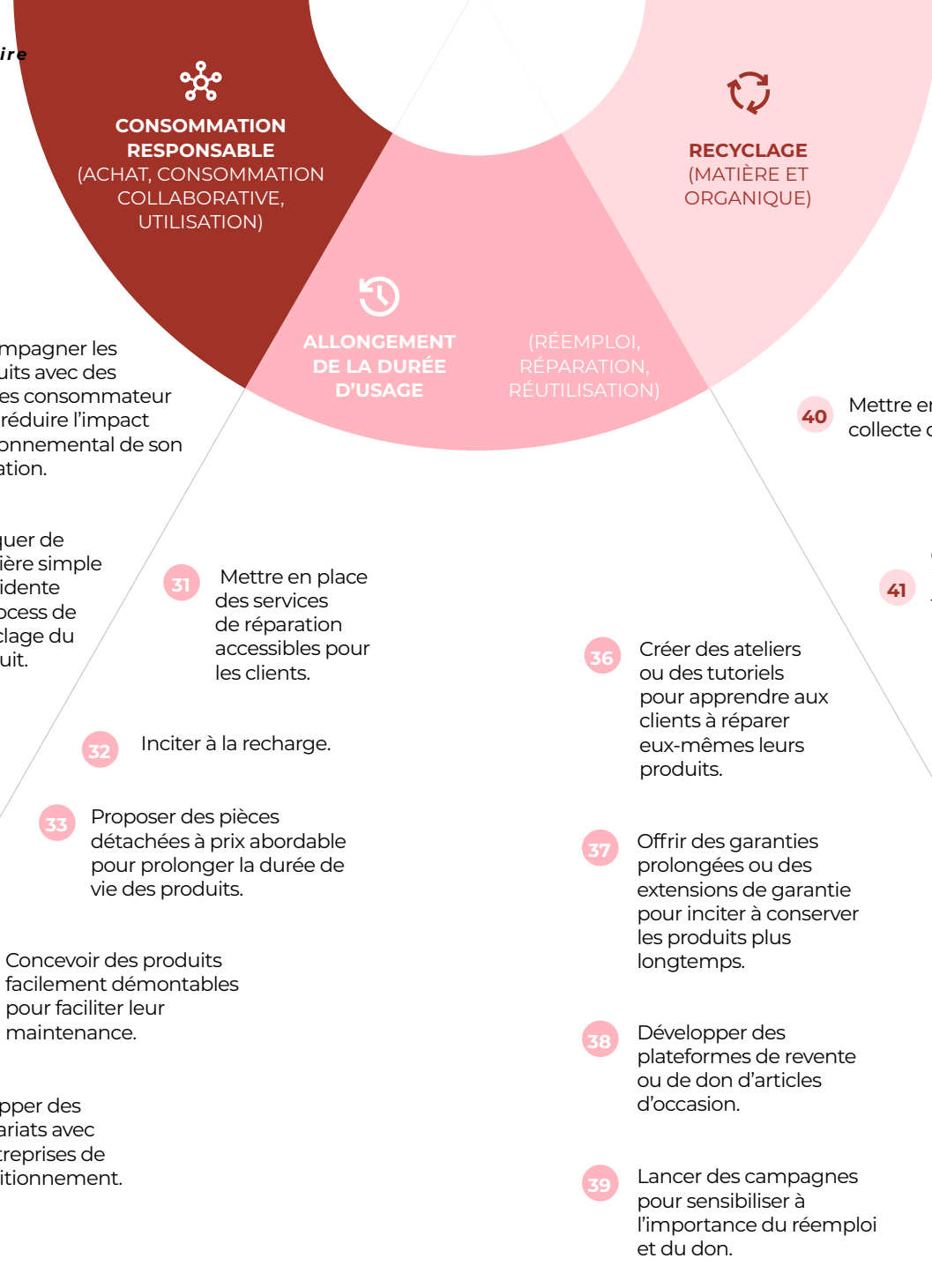
Les facteurs clés de succès

- **Définir une vision et se construire des convictions** au niveau de la direction générale et du management pour créer du leadership
- **Impliquer l'ensemble des parties prenantes**
- **Engager les collaborateurs** qui représentent les différents métiers
- **Avoir les compétences nécessaires** : former les collaborateurs concernés et faire appel à des experts
- **S'adapter au contexte** de son secteur d'activité, saisir les opportunités qui y sont spécifiques
- **Apporter un cadre à la démarche** : des objectifs et mettre en place les moyens nécessaires pour la faire avancer
- Commencer par l'**analyse des principaux impacts**
- **Persévérer dans la démarche**, avoir un agenda réaliste et une régularité des concertations du collectif

42 actions pour une économie plus circulaire

Cette liste n'est bien sûr ni exhaustive, ni sur-mesure pour chaque secteur : mais elle dresse une ToDo déjà assez complète ;-)





23 Promouvoir des produits labellisés durables ou équitables.

24 Développer des systèmes de consigne ou de recharge.

25 Faciliter l'accès et rendre désirables les produits de seconde main et/ou reconditionnés.

26 Récompenser par des primes ou réductions les gestes écologiques des consommateurs.

27 Rendre l'impact environnemental des produits visible et facilement compréhensible (étiquetage ou PLV).

28 Proposer des garanties prolongées et/ou des services de réparation pour encourager l'utilisation durable des produits.

29 Accompagner les produits avec des notices consommateur pour réduire l'impact environnemental de son utilisation.

30 Indiquer de manière simple et évidente le process de recyclage du produit.

31 Mettre en place des services de réparation accessibles pour les clients.

32 Inciter à la recharge.

33 Proposer des pièces détachées à prix abordable pour prolonger la durée de vie des produits.

34 Concevoir des produits facilement démontables pour faciliter leur maintenance.

35 Développer des partenariats avec des entreprises de reconditionnement.

(RÉEMPLOI, RÉPARATION, RÉUTILISATION)

40 Mettre en place des programmes de collecte des produits en fin de vie.

41 Concevoir des produits intégrant des matériaux facilement recyclables (en privilégiant le mono-matériau).

42 Collaborer avec des filières spécialisées pour valoriser les déchets.

36 Créer des ateliers ou des tutoriels pour apprendre aux clients à réparer eux-mêmes leurs produits.

37 Offrir des garanties prolongées ou des extensions de garantie pour inciter à conserver les produits plus longtemps.

38 Développer des plateformes de revente ou de don d'articles d'occasion.

39 Lancer des campagnes pour sensibiliser à l'importance du réemploi et du don.

S.O.S je me sens seule : quelques outils pour vous aider

Nous, on adore quand on nous donne des contacts qui pourraient nous aider. Alors on l'a fait pour vous. Attention : cette page contient pas mal de name dropping.

POUR SAVOIR OÙ VOUS EN ÊTES ET PASSER A L'ACTION

Circulytics : ce sont des guides édités par la Fondation Ellen MacArthur pour aider les entreprises à mesurer leur performance et obtenir des informations en matière d'économie circulaire • ellenmacarthurfondation.org

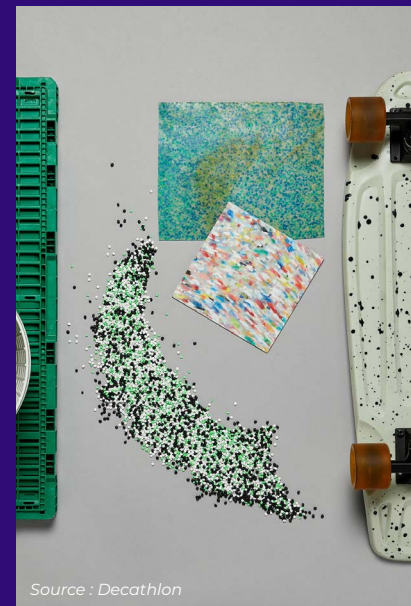
Les Diag Ademe/BPI qui peuvent faire l'objet d'un accompagnement financier (on est bien sûr toujours preneurs). On a sélectionné 2 pour vous : le Diag Eco Conception pour améliorer la

performance environnementale des produits et services • diag.bpifrance.fr/diag-eco-conception

Le Diag Eco-flux qui propose l'aide d'experts pour réduire les pertes en énergie, en matière et en eau, tout en limitant les déchets • diag.bpifrance.fr/diag-eco-flux

POUR BIEN TRIER

QUITRI : Pour permettre le développement de la collecte dite « hors foyer », CITEO a lancé QUITRI. Quitri c'est une plateforme digitale qui aide à mettre en place le tri sur un événement ou dans un établissement recevant du public (bureaux, parc d'exposition, salle de spectacles, camping, école, stade, espaces naturels etc). quitri.com



Source : Decathlon

POUR ECO CONCEVOIR

Une ACV simplifiée avec le Bilan Produit de l'ADEME : histoire d'évaluer rapidement l'empreinte environnementale d'un produit, procédé ou service... le tout gratuitement • base-empreinte.ademe.fr

Le Guide ADEME « Activer l'Écoconception », qui s'adresse aux entreprises du secteur de l'ameublement et de l'agencement et s'appuie sur des évaluations environnementales réalisées pour des produits de ce secteur • librairie.ademe.fr

Le guide CITEO pour l'éco-conception des emballages x PARIS JO 2024 qui aide les TPE et PME à franchir les premiers pas en écoconception, de manière ludique • bo.citeo.com

POUR EN SAVOIR PLUS & ÉCHANGER

L'INEC L'Institut National de l'Économie Circulaire : il promeut l'économie circulaire et accélère son développement avec une dynamique collaborative, en mêlant plus de 150 membres, organismes publics et privés (entreprises, fédérations, collectivités, institutions, associations, ONG et universités) et en proposant pas mal de ressources documentaires sur le sujet circulaire ·

institut-economie-circulaire.fr

Les clubs EFC (pour « Économie de la Fonctionnalité & de la Coopération »). Ce réseau vise à promouvoir et faciliter l'application du référentiel de l'EFC mis en place par l'ADEME auprès d'entreprises sur les territoires français (13 clubs régionaux) ·

ieefc.eu

Le PACCT for Sustainability rassemble une communauté européenne autour du « Product as a service ». C'est un écosystème de collaboration et d'apprentissage qui partage ses insights pertinents sur l'économie circulaire ·

pacct-sustainability.org

Ambition4circularity pour un suivi des engagements et actions des acteurs économiques expliqués dans le détail, pour inspiration ·

ambition4circularity.com



Source : Unsplash

POUR SE LANCER

Actif, une plateforme de l'économie circulaire proposée par la Chambre de Commerce et de l'Industrie en collaboration avec l'ADEME qui permet de demander ou proposer des ressources à des entreprises voisines ·

actif-cci.fr

CycleUp, spécialisée dans le réemploi des matériaux de construction, cette plateforme permet de vendre ou d'acheter des matériaux récupérés, donne des conseils aux maîtres d'ouvrage et maîtres d'oeuvre, et propose son Application Diag It, application dédiée à la réalisation du diagnostic Ressources, partie intégrante du diagnostic réglementaire PEMD (Produits, Équipements, Matériaux, Déchets) ·

cycle-up.fr

Le Sustainable Sourcing Guideline du WWF : ce guide aide les entreprises à comprendre comment avoir un sourcing durable sur des matières premières à risque (huile de palme, produits de la pêche, bois, plastique et énergie...) ·

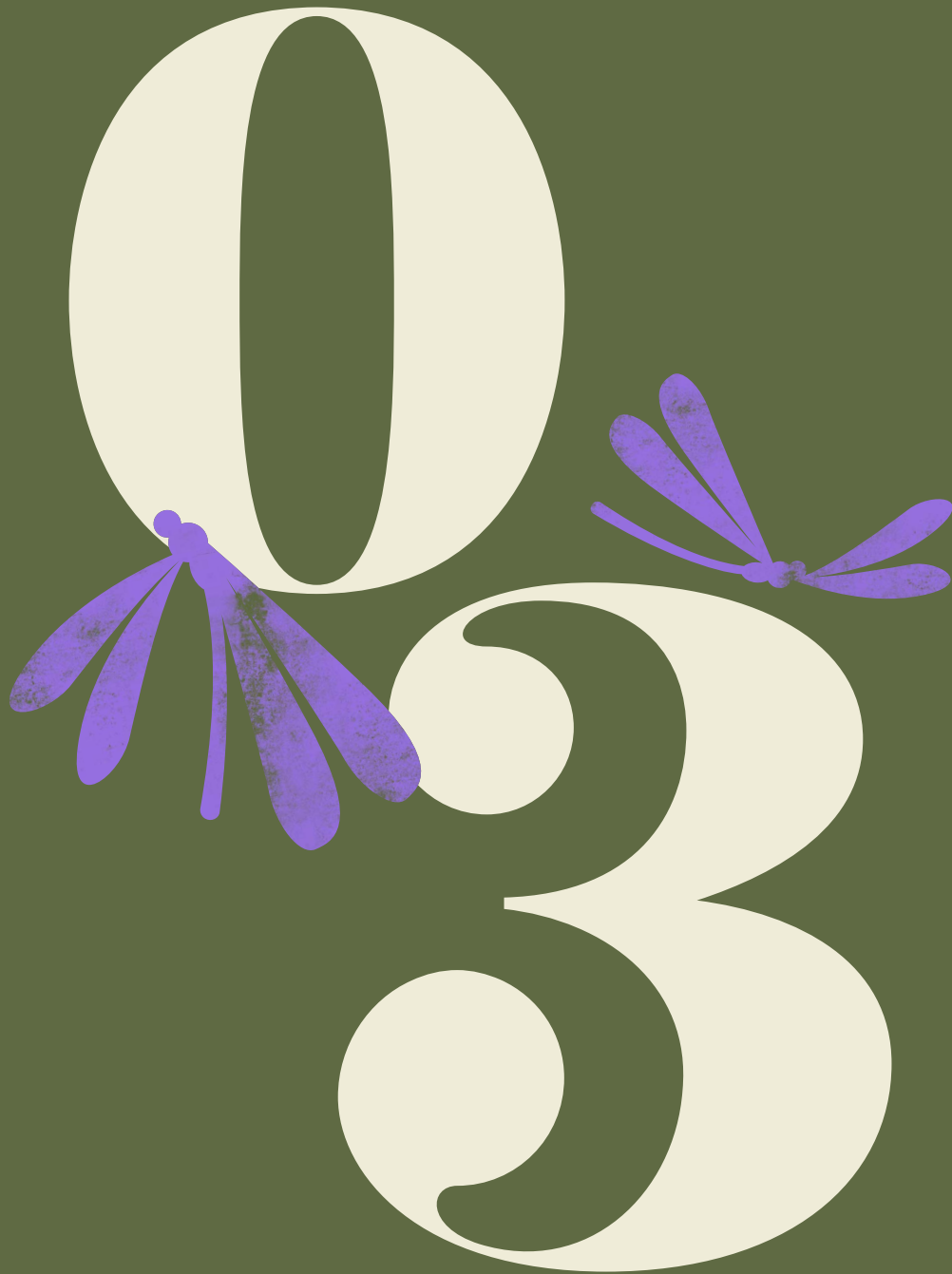
wwf-scp.org/wp-content/uploads/2021/08/Sustainable-Sourcing-Guideline-ENG-Spread-2.pdf

Le site Material District propose un grand nombre de nouveaux matériaux moins impactants avec des exemples d'utilisation ·

materialdistrict.com

Cradle to Cradle (C2C), le label de référence de l'économie circulaire. C'est une certification internationale qui exige de concevoir un produit en créant de la valeur à chaque étape du processus. Les produits Cradle to Cradle sont l'étape ultime et la plus aboutie de l'économie circulaire ·

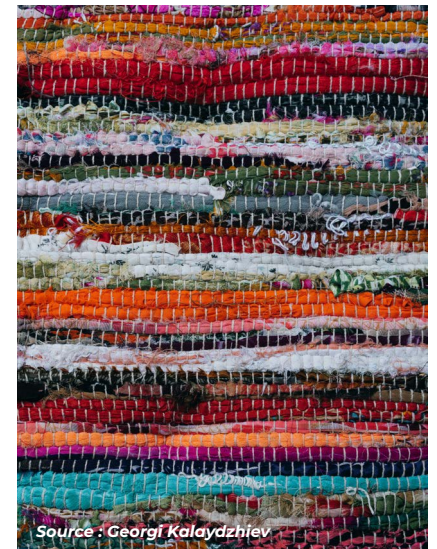
c2ccertified.org



Source d'inspiration & d'action

TÉMOIGNAGES & PARTAGES

L'économie circulaire connaît une embellie en nos temps de pression forte sur les ressources mais elle a déjà été mise en place par de nombreuses entreprises. Nous les avons interviewées pour qu'elles partagent leurs expériences, la façon très concrète dont elles ont œuvré et aussi les résultats qu'elles obtiennent.





Maud Hardy, Directrice Générale de Refashion

Hysop : En 2023, 23% des textiles mis sur le marché parviennent aux centres de tri conventionnés pour être valorisés. Que deviennent-ils après ?

MH :

• 60 % sont réutilisés en l'état, revendus en France (10%) et sur le marché international de la fripe (90%) . C'est beaucoup et c'est une particularité de notre filière. Le problème aujourd'hui, c'est que ces pays acheteurs de fripes (en Afrique notamment) sont approchés par d'autres vendeurs, notamment asiatiques qui leur proposent pour des prix cassés des containers de fripes et de vêtements neufs. Les opérateurs de collecte et de tri européens

ont donc du mal à trouver des débouchés pour les vêtements réutilisables.

• 30 % sont recyclés et transformés en nouveaux produits : isolants, chiffons, fibres textiles ou autres matériaux innovants. Le recyclage en matériaux d'isolation notamment représente un très gros potentiel et c'est une alternative à faible impact environnemental comparée aux laines de roche et de verre, elles très impactantes...

• 10% sont utilisés en CSR (combustible solide de récupération) c'est à dire qu'ils sont transformés en combustible alternatif (vs gaz, charbon,...) et sont incinérés pour générer de l'énergie. En effet, le textile a un très fort pouvoir calorifique notamment quand il est mélangé à d'autres déchets.

• Une fraction infime, 0,5 %, finit incinérée sans valorisation énergétique.

• Le problème majeur de notre filière c'est que seuls 32% des textiles et chaussures sont collectés. Cela signifie que 68% sont stockés dans des placards et surtout jetés à la poubelle par les consommateurs, et donc au mieux incinérés avec ou sans valorisation énergétique et au pire, enfouis .

• Or, nous devons être conscients que nos déchets sont les ressources de demain. Il y a un enjeu de souveraineté nationale. Il n'est pas satisfaisant de collecter si peu sachant que nous avons un objectif fixé par les pouvoirs publics d'atteindre 60% de taux de collecte d'ici 2028.

“Aujourd’hui plus que jamais, nous devons engager toutes les parties prenantes autour des 4R : Réparer, Réutiliser, Recycler et Réduire.”

Hyssop : Comment est-il possible d'atteindre cet objectif ?

MH :

La filière dispose d'un maillage de plus de 47 000 points de collecte en France. C'est une bonne base mais il faut diversifier les modes et les canaux de collecte. Par exemple, nous comptons sur l'ensemble des marques pour s'engager à collecter les textiles et chaussures usagés. Aujourd'hui, elles ne sont pas assez nombreuses à le faire.

Le dépôt en point de collecte doit entrer dans le quotidien du consommateur, et le geste de tri doit être simple pour lui. C'est tout l'intérêt de le faire dans les magasins, dans les écoles, les entreprises, les établissements publics, etc... Le consommateur peut déposer en confiance.

Quant aux marques, elles ont tout intérêt à s'intéresser aux gisements de textiles et chaussures usagés car la matière recyclée entrera de plus en plus dans la composition des nouveaux produits et leur chiffre d'affaires, demain, sera en partie réalisé par les ventes de produits de seconde main. Elles ont aussi un rôle clef à jouer dans la pédagogie auprès des consommateurs avec qui elles peuvent communiquer directement. Il y a un vrai besoin de sensibilisation et d'information sur le sujet : rien ne se jette, tout se collecte ! Il faut que chacun assume sa responsabilité en la matière.

Hyssop : Refashion ce n'est pas uniquement la collecte, vous avez bien d'autres responsabilités pour évoluer vers une économie circulaire ?

MH :

Oui, les dispositifs et le champ d'action de Refashion se situent tout au long du cycle de vie du produit (amont / consommation / aval) : Eco-conception, Réparation, Réemploi (2nde vie), Consommation (sensibilisation), Tri, Collecte, Recyclage, Revalorisation. Nous accompagnons l'ensemble des acteurs de la filière sur tous ces sujets. Les metteurs en marché sont des acteurs indispensables pour transformer le modèle de la filière.

C'est « l'éco-modulation » : si l'entreprise fait un effort d'éco-conception, elle peut bénéficier d'une prime de 0.70 euros par produit (pour information l'éco-contribution est de 0,04€) ; ce qui représente une somme incitative.

Hyssop : Parmi tous ces outils, il en est un dont nous avons beaucoup entendu parler en 2024, c'est le bonus réparation. A-t-il remporté le succès que vous escomptiez ?

MH :

Nous pouvons effectivement nous réjouir car après un an de fonctionnement, nous comptabilisons plus d'un million d'actes de réparation, c'est un signe très positif. Nous avons distribué 7 millions d'euros de bonus et nous avons labellisé plus de 1 500 réparateurs (cordonneries et retoucheries). Néanmoins, sur un marché où un vêtement neuf est vendu en moyenne entre 10 et 12 euros et où une réparation coûte entre 20 et 25 euros, la réparation n'est pas un réflexe. On a vite fait de penser qu'il vaut mieux racheter du neuf au lieu de réparer. C'est pour cette

raison que le bonus réparation a été lancé : en fonction du type de réparation à faire sur un vêtement, des chaussures ou encore de la lingerie, le client voit sa facture déduite du bonus, ce qui allège le prix de cette réparation d'en moyenne 1/3 du prix moyen afin d'être incitatif.

Là encore, des défis restent à relever : il faut que la réparation s'ancre dans le quotidien du consommateur mais il faut aussi former une nouvelle génération de réparateurs pour satisfaire aux besoins : développer le vivier des professionnels est clé.

Hyssop : Nous sommes tous d'accord pour dire que l'économie circulaire est un facteur d'innovation. Où se situe l'innovation pour Refashion ?

MH :

Sans négliger les enjeux majeurs d'éco-conception, nos priorités en matière d'innovation et de développement sont de trouver de nouvelles solutions industrielles de recyclage, de nouveaux débouchés pour les tonnes de vêtements et chaussures qui sont mis sur le marché et qui deviennent, un jour ou l'autre des déchets. L'innovation est au cœur de notre action. C'est pourquoi chaque année nous lançons des appels à projets et des dispositifs d'accompagnement d'expérimentations et de projets. Depuis 2009, nous avons ainsi financé 70 projets. En 2024, nous avons réparti 6 millions d'euros entre 15 lauréats.

Le défi c'est de pouvoir faire passer ces innovations au stade industriel.

Hyssop : Est-ce que le futur de la mode passe par l'économie circulaire ?

MH :

Sans aucun doute. En 50 ans, nous sommes passés du vêtement en tant que bien d'équipement à un consommable.

Notre responsabilité est de réduire l'impact environnemental de notre filière.

Les seules choses qu'il faut drastiquement augmenter ce sont la collecte, la seconde main et le recyclage.

Le futur désirable de la filière doit donc se concentrer sur :

- La collecte : ancrer le geste de tri et de dépôt chez les citoyens
- Le développement de la seconde main
- Le recyclage : augmenter la part de produits recyclés et l'incorporation de matières premières recyclées dans les produits.





Brune Poirson, la directrice du développement durable du groupe Accor et ancienne secrétaire d'État à la transition écologique et solidaire fait le point sur la loi AGECE, contre le gaspillage, cinq ans après son adoption.

→ Elle renforce notre souveraineté industrielle : elle permet de créer des emplois locaux par le biais de la valorisation d'une ressource locale, les déchets, très difficiles à délocaliser (centres de réparation, d'unités de tri, d'usines de recyclage, de ressourceries...) et de faire émerger de nouveaux modèles d'affaires.

→ Elle réduit notre empreinte environnementale et notre dépendance aux métaux rares : faire évoluer en profondeur les modèles d'entreprises encore centrés sur une approche linéaire de la gestion des ressources, et diminuer notre empreinte carbone et sur la nature.

“ L'économie circulaire est un vrai projet de société ”

The Good : Cinq ans après son adoption, quels sont, selon vous, les impacts concrets et les plus grandes réussites de la loi AGECE sur l'économie circulaire en France ?

BP : Au fondement de cette loi, j'avais posé une conviction très personnelle : **l'économie circulaire n'est pas "juste" un levier de la transition écologique. C'est un vrai projet de société qui permettra de continuer à améliorer durablement notre niveau de vie :**

→ Elle protège le pouvoir d'achat des Français : une durée de vie des produits allongée, le réemploi et la réparation facilités, la lutte contre le gaspillage alimentaire, c'est donner aux ménages les moyens de mieux vivre au quotidien.

Aujourd'hui, ce sont trois priorités qu'on entend souvent (même si leur concrétisation est loin d'être réalisée dans les faits !) mais à l'époque c'était novateur. Ayant habité en Asie, j'avais pleinement conscience de l'émergence de ces pays et des conséquences sur la société européenne. C'est dur à croire mais de nombreuses voix s'élevaient contre ce projet de société, pour préserver des intérêts individuels et privés.

The Good : La loi AGECE met l'accent sur la responsabilité des entreprises dans la gestion des déchets. Pensez-vous que les acteurs économiques ont suffisamment pris le virage de l'économie circulaire, et comment accélérer leur engagement ?

BP : L'objectif de nouvelles filières REP était de rendre les produits les moins polluants plus compétitifs et abordables par rapport à leur équivalent moins vertueux. Il s'agissait de rééquilibrer la disparité avec les produits ou les entreprises commercialisant des biens plus respectueux de l'environnement ou obtenant un meilleur score en termes d'affichage environnemental. Mais des défis ont émergé. Nous faisons face à la concurrence de pays aux normes environnementales et sociales dégradées. Sur les questions d'économie circulaire, cela se traduit encore par l'exportation scandaleuse de déchets vers des pays en développement. Nous importons encore des matières recyclées contenant parfois des

substances dangereuses comme les polluants éternels (PFAS). La hausse de la fiscalité sur l'élimination des déchets en France n'avait pas pour objectif d'augmenter les exports (légaux et illégaux), mais de créer des filières françaises et européennes vertueuses.

The Good : Au-delà des obligations réglementaires, comment encourager les citoyens à adopter des modes de consommation plus durables et mieux comprendre les enjeux de l'économie circulaire ?

BP : L'ambition de la loi consistait précisément à mettre en place les structures de décisions qui permettaient aux consommateurs de faire des choix souverains et de constituer une demande pour les produits issus de l'économie circulaire. Pour cela, il est impératif d'activer deux leviers simultanément :

→ D'une part, fournir aux consommateurs une information juste, transparente et fiable loin de tout discours paternaliste ou moralisateur qui consiste à penser que seule la vertu doit guider l'acte de consommation. Notre volonté a été de donner aux consommateurs qui le souhaitent les moyens de faire des choix nourris par des informations transparentes.

→ D'autre part, créer des incitations économiques pour orienter les choix en fonction de ce qui compte pour le consommateur, le pouvoir d'achat. La compétitivité tarifaire constitue un enjeu majeur. Le contexte des gilets jaunes nous le rappelait avec force. Le contexte de 2025 n'a guère changé de ce point de vue. C'est pourquoi la création de filières REP mais aussi les mesures fiscales telles que la hausse planifiée de la taxe générale sur les activités polluantes avaient pour but de rendre les activités d'économie circulaire plus compétitives.

Par-là, les consommateurs peuvent participer activement à ce projet de souveraineté, d'indépendance que constitue l'économie circulaire, à la fois à leur échelle (pouvoir d'achat) et à celle de la France (indépendance stratégique).



Gauthier Bedek, Responsable Recherche & Innovation. Il évolue depuis six ans au sein du pôle industriel d'Eram. Son travail s'articule notamment autour de deux axes principaux : l'expertise en matières et nouveaux procédés, ainsi que la mise à l'échelle de la circularité.

Hyssop : Quel est la stratégie du groupe Eram en termes d'économie circulaire ?

GB : Le groupe Eram a initié son engagement dans l'économie circulaire en 2018 avec le projet d'entreprise «Change for Good», qui vise notamment à réduire notre empreinte carbone de 30 % d'ici 2030. Cet objectif repose sur plusieurs axes de travail : l'éco-conception, l'économie circulaire ou la responsabilité environnementale. Ce pôle industriel produit pour les marques du Groupe comme Eram, Bocage et Parade (une marque BtoB). Au sein du pôle industriel, nous avons également une marque «poisson-pilote» qui fonctionne en mode « test & learn » : Sessile, orientée autour de l'éco-conception et la réparation.

Hyssop : Comment avez-vous conçu et structuré le service location et 2nd main dans le Groupe Eram ?

GB : Nous avons exploré la location avec Bocage, notamment à travers l'Atelier Bocage. Ce concept permet aux clients de louer plusieurs paires de chaussures pendant six mois, puis de les restituer s'ils le souhaitent. Ces paires retournées sont ensuite reconditionnées dans nos ateliers et revendues en seconde main via notre plateforme «Claquettes Market», ce qui nous permet d'aller au-delà de la simple location.

Depuis un an, nous testons un partenariat avec Refashion, qui nous permet de récupérer directement des produits post-consommation via un collecteur/trieur. Ces produits sont ensuite reconditionnés et revalorisés sur le marché de la seconde main.

Hyssop : Comment fonctionne concrètement le service de réparation ?

GB : Les clients peuvent rapporter directement leurs chaussures usées en magasin pour qu'elles soient remises en état. Nous nous appuyons sur le savoir-faire de nos équipes de fabrication, intégrées au pôle industriel du groupe, au sein même de nos usines. Cela nous permet d'évaluer précisément notre capacité de réparation. Pour la marque Sessile, nous proposons un service complet de réparation, où le client paie un tarif fixe pour un reconditionnement intégral.

Nous reconditionnons aujourd'hui plus de 10 000 paires par an. En termes d'impact, notre chiffre d'affaires responsable a plus que doublé en 2023 par rapport

à 2021 : celui-ci inclut notamment l'éco-conception, la seconde main, la réparation et le reconditionnement.

Hyssop : Quels ont été les éléments clés qui ont permis le bon déploiement de ce service ?

GB : Le facteur clé de réussite est l'ADN industriel du groupe, qui s'appuie sur une solide connaissance des produits et le savoir-faire chausseur. L'intégration de l'ensemble des services, y compris la logistique, a également joué un rôle fondamental. Cette approche globale, de la conception à la réparation, en passant par nos réseaux de magasins, permet d'optimiser le processus et de répondre efficacement aux attentes des clients.

“Eram est à l'avant-garde de la réparation.”

Hyssop : Vous utilisez le bonus réparation de REFASHION? quels en sont les bénéfices concrets pour votre entreprise et à vos clients ?

GB : Bien que nous manquions encore de recul pour mesurer pleinement l'impact de ce bonus, les premiers résultats sont encourageants. Les attentes des consommateurs évoluent, avec un intérêt croissant pour la réparation. Le prix incitatif offert par le bonus constitue un véritable levier pour les clients. La demande a clairement augmenté depuis sa mise en place. Le déploiement d'un service de réparation en interne, plutôt que de faire appel à des réparateurs externes, permet d'obtenir des

retours d'expérience précieux sur la qualité de nos chaussures. Cela nous a permis de choisir des axes de travail sur l'éco-conception des chaussures afin d'améliorer leur durée de vie.

Par exemple, la marque Sessile voit se prolonger la durée de vie de ses modèles de plusieurs mois entre les collections de 2020 et celles de 2022-2023.

Hyssop : Quels ont été les principaux défis rencontrés dans la mise en place du service ?

GB : Le principal obstacle a été culturel. L'acceptabilité du concept varie selon les générations, certaines préférant le neuf à l'occasion ou à la réparation. La communi-

cation auprès des clients a donc été primordiale pour expliquer la valeur ajoutée de ces démarches et déconstruire certaines perceptions.

Hyssop : Avez-vous des conseils pour d'autres entreprises souhaitant prendre ce chemin de l'économie circulaire ?

GB : Il faut voir cette démarche comme un marathon et non comme une course de vitesse. Au départ, on peut avoir l'impression que cela ne fonctionne pas, car les résultats tardent à apparaître. Mais avec le temps, les efforts finissent par porter leurs fruits : on observe une hausse de la demande, une optimisation des process...



Sophie Lefebvre, responsable de l'éco-conception et de l'économie circulaire chez IDKIDS.

accélérons encore plus et nous nous fixons des objectifs clairs au niveau du groupe, avec une part croissante et massifiée de matières certifiées et une ambition d'atteindre 5% du chiffre d'affaires grâce à l'économie circulaire.

Hyssop : Qu'avez-vous mis en place pour la collecte des produits en fin de vie, et qu'est-ce qui fait que ça fonctionne bien ?

SL : Début 2024, nous avons revu notre process sur la collecte des produits en fin de vie et leur recyclage. Travailler sur la fin de vie de nos

“ IDKIDS, une entreprise pionnière en matière d'économie circulaire. ”

Hyssop : Pouvez-vous nous expliquer la vision d'IDKIDS en matière d'économie circulaire et d'éco-conception ?

SL : Notre groupe a été pionnier sur ces sujets depuis de nombreuses années en participant à des groupes de travail sur l'affichage environnemental, également sur l'incorporation de matières premières moins impactantes dans nos collections, en recherche et développement sur de nouveaux process industriels ou encore sur de nouveaux modèles économiques notamment sur l'IDTROC, la seconde main dans nos magasins. Depuis 2 ans, nous

produits et les recycler est un enjeu majeur sur la gestion des déchets

et la revalorisation en de nouvelles matières premières. Nous avons beaucoup de gisements sur cette planète que nous pouvons réutiliser.

Dans nos magasins français et européens, nous collectons auprès de nos clients tout textile, linge de maison, chaussures, de toute marque et en tout état. Nous achevons l'ensemble des gisements dans deux centres de tri en France avec notre partenaire Synergies TLC qui se charge de trier en fonction de trois issues possibles :
- 20% des vêtements collectés et en bon état sont revendus dans des magasins solidaires en France, favorisant la réinsertion sociale

par le travail. Ces produits ont une nouvelle vie et cela limite notre impact environnemental.

- 50% sont recyclés chez notre partenaire Nouvelles Fibres Textile pour défibrer les vêtements et en refaire de la fibre pour du textile ou d'autres débouchés dans le BTP.

- 30% ne peuvent pas être recyclés et sont donc incinérés en France.

En 2024, nous avons collecté **50 tonnes de textile** et notre projet est de revaloriser ce gisement au maximum et de pouvoir récupérer les fibres pour en refaire de nouveaux produits.

À noter que sur notre schéma, il n'y a pas d'export à l'étranger et que tout est traité en France.

Hyssop : Pouvez-vous nous parler d'éco-conception ?

SL : Travailler sur la fin de vie est important mais travailler sur l'impact de nos vêtements neufs est un autre enjeu majeur pour réduire l'empreinte de notre activité.

Le groupe a commencé il y a quelques années à travailler sur des matières moins impactantes sur l'environnement comme le coton biologique ou les matières recyclées.

Désormais, nous allons plus loin en analysant chacun de nos produits par des analyses de cycle de vie afin de comprendre l'impact environnemental de nos vêtements. C'est environ 150 données nécessaires par produit pour être en mesure de calculer un coût

environnemental multicritères (ex consommation d'eau, empreinte carbone, la pollution des eaux, etc). Au delà de connaître l'impact de nos produits, l'éco-conception nous permet d'activer de nombreux leviers sur tout le cycle de vie et réduire au maximum notre empreinte environnementale.

Hyssop : Quels ont été les principaux défis à surmonter pour mettre en place ces initiatives ?

SL : Ces sujets sont passionnants et nous permettent d'avancer et de toujours innover, mais il y a beaucoup de travail. Il est essentiel de former nos équipes, de les accompagner sur ces nouveaux sujets environnementaux. Mais nos équipes sont très volontaires et souhaitent agir en ce sens, on a un vrai engagement de nos dirigeants.

Il est important également de s'entourer des bons partenaires externes comme je l'ai évoqué pour expérimenter ensemble, se confronter à des défis techniques parfois et avancer ensemble en collaboration et transparence.

Hyssop : Un conseil ?

SL : J'invite chaque entreprise, quel que soit le secteur d'activité à se plonger sur ces sujets, qui demandent beaucoup de volonté et d'engagement. Mais preuve en est que cela fonctionne car nous avons mis en place le projet d'éco-conception, de calcul d'impact et de valorisation des produits en fin de vie en moins de deux ans. Avançons tous dans cette direction afin de protéger notre écosystème.



Célia Rennesson, cofondatrice et directrice générale de Réseau Vrac et Réemploi

The good : Pourquoi le réemploi devrait surpasser le recyclage ?

CR : La Reuse Economy est la forme prioritaire d'économie vers laquelle nos modèles actuels doivent pivoter. La Reuse Economy consiste à maximiser la durée de vie des produits en favorisant leur usage multiple, plutôt que leur usage unique, leur réemploi plutôt que leur destruction ou leur recyclage immédiat. Elle repose sur un triptyque de bon sens : conception d'un produit pour l'usage multiple, action de retour ou de collecte, remise en état (lavage, reconditionnement ou réparation). Elle regroupe ainsi toutes les activités de réemploi, réparation, reconditionnement, remanufacturing... Du matériau au produit, en passant par l'emballage, la Reuse Economy est présente partout dans le monde et dans tous les secteurs : BTP, industrie, grande distribution.

Le code de l'environnement fixe une hiérarchie des modes de traitement des déchets en donnant la priorité au réemploi avant le recyclage : il est plus économique

et écologique de réemployer un matériau, de réparer un objet ou de laver un emballage que de le recycler. Le réemploi consiste à récupérer des produits au lieu de les jeter, pour leur donner une deuxième vie. En les nettoyant, en les réparant ou en les révisant, ils sont de nouveau utilisés pour un usage identique à celui d'origine. Le recyclage est un ensemble de procédés qui font subir au produit, devenu déchet, des traitements plus lourds afin de réintroduire certains de leurs matériaux dans la fabrication de nouveaux produits.

The Good : Comment faire pour que le réemploi passe à l'échelle ?

CR : La Reuse Economy doit combiner plusieurs leviers pour passer à l'échelle tout en assurant sa viabilité économique et son impact durable :

- Un engagement fort des pouvoirs publics pour protéger les acquis législatifs.
- Passer des tests aux déploiements massifs.
- Elaborer des mécanismes pour soutenir la rentabilité des modèles.

The Good : Quels conseils donnez-vous aux entreprises qui souhaitent intégrer le réemploi dans leur modèle d'affaires ?

CR : Je conseille aux entreprises qui souhaitent intégrer le réemploi dans leur modèle d'affaires d'adopter une approche structurée en plusieurs étapes :

1• Analyser leurs flux et leurs chaînes de valeur

- Identifier les risques qui pèsent dessus et trouver des solutions pour y remédier par le réemploi.
- Identifier les déchets ou produits en fin de vie qui pourraient être réemployés.
- Évaluer la faisabilité technique et économique du réemploi dans leurs modèles d'affaires.

→ Adhérer à un éco-organisme et bénéficier de soutien financier dans le cadre de leurs fonds réemploi définis par la loi AGEC.

4• Expérimenter et tester des solutions concrètes

- Lancer des pilotes de réemploi en rejoignant des coalitions.
- Collaborer avec des acteurs spécialisés comme des startups de l'économie circulaire ou des entreprises de l'ESS (Économie Sociale et Solidaire).

“La Reuse Economy est la forme prioritaire d'économie vers laquelle nos modèles actuels doivent pivoter.”

2• S'inspirer des initiatives existantes et rester informer des évolutions du secteur

- Rejoindre des réseaux spécialisés comme Réseau Vrac et Réemploi et le Club de la Durabilité pour comprendre et anticiper les réglementations.

3• Bénéficier de soutiens financiers

- Profiter des dispositifs d'accompagnement et des subventions proposées par l'ADEME, les régions, ou des fonds spécifiques comme le Fonds Économie Circulaire.

5• Intégrer le réemploi dans leur stratégie globale

- Former les équipes aux enjeux du réemploi et de l'éco-conception.
- Sensibiliser leurs clients et partenaires afin de faciliter l'adoption de nouveaux usages. En combinant ces différentes approches, les entreprises pourront transformer le réemploi en un véritable levier d'innovation et de compétitivité.



Entretien avec
Camille Brun-Jeckel,
co-fondatrice de HEDJ

HEDJ, une start-up pour valoriser le textile professionnel

Pour limiter le gaspillage, du côté du textile professionnel aussi, la tendance est à la seconde vie et à l'upcycling. Pour cela, la start-up Hedj se présente comme le partenaire de confiance. Son offre lui permet soit de recomposer de nouveaux produits à partir d'existants, soit d'orienter les articles les plus usagés vers de nouvelles filières de valorisation.

600 millions d'euros, tel est le chiffre d'affaires du marché français du vêtement professionnel. La moitié est attribuée aux EPI (équipements de protection individuelle), selon les données de ExoProtection. Alors forcément, dans ce marché aussi gigantesque, il est nécessaire de s'interroger sur la fin de vie des vêtements professionnels. Et même des textiles professionnels au sens large : draps et serviettes pour l'hôtellerie, nappes pour la restauration, maillots pour les clubs de sport, etc. C'est pourquoi la start-up Hedj s'est penchée sur la question et propose des solutions pour valoriser ces textiles quand ils arrivent en bout de course. Créée en 2020, elle officiait par le passé sous le nom de Second Sew et s'était spécialisée dans la confection de vêtements pour jeunes enfants à partir de draps, serviettes, nappes, rideaux, etc. Mais le pouvoir d'achat en berne des parents l'a obligée à revoir son business model et à pivoter, pour répondre à l'appel du pied du marché du textile professionnel. « Nous étions soutenus par différentes structures d'incubateurs qui nous ont notamment fait prendre conscience des besoins des entreprises pour gérer leurs déchets textiles, se souvient la fondatrice de Hedj, Camille Brun-Jeckel. D'autre part, des entreprises nous contactaient régulièrement : elles voulaient savoir si nous pouvions reprendre ou transformer leur stock de textiles ».

LES DIFFÉRENTS POINTS D'ENTRÉE DE LA REVALORISATION TEXTILE

Autant de signaux que la jeune pousse ne peut ignorer, d'autant

plus que les obligations légales incitent les entreprises à revoir leur copie. Après la loi Agec sur la gestion des déchets, à partir du 1er janvier 2025, les entreprises devront également se soumettre au décret 8 flux, imposant le tri à la source et la collecte séparée des déchets textiles. « Nous informons les entreprises quant à leurs obligations : pour certaines, cela sera le point de départ de leur démarche, intervient Camille Brun-Jeckel. D'autres seront soucieuses de leurs textiles pour répondre à une envie de mieux faire, voire d'améliorer leur marque employeur car les salariés aussi s'inquiètent de ce que deviennent les textiles usagés. »

Actuellement, Hedj compte environ 14 entreprises clientes de toute taille qu'il s'agisse de club sportif (comme le HBC Nantes, club de handball), d'ETI (comme la Semitan qui gère les transports en communs nantais) ou de grandes structures (comme La Poste ou Veolia). L'entreprise en récupère les textiles et, grâce à l'efficacité de la machine à coudre, les redistribue sous une forme plus utile, en fonction des spécificités métier. « L'objectif, c'est d'être en boucle fermée et d'inscrire l'économie circulaire au sein des processus d'achat des entreprises, commente la fondatrice. C'est pour ça que nous travaillons souvent avec les salariés lors de sessions de brainstorming, pour recueillir leur avis : quel produit sera le plus utile à leur quotidien ? Par exemple, avec La Poste, nous avons échangé avec 16 facteurs ambassadeurs et nous en sommes arrivés à transformer leurs jeans et les chemisettes en sacs pour qu'ils puissent mettre leurs effets personnels pendant les tournées... »

UN RAPPORT D'IMPACT

Et si le textile ne peut être réemployé ? Hedj envisagera d'autres modes exutoires. Un réseau de partenaires spécialisés dans la confection (notamment des centres d'insertion par l'emploi) se chargera de l'effilochage, de la transformation, du chiffonnage ou du recyclage. « Ce dernier reste très compliqué et très contraint, estime Camille Brun-Jeckel. Il se fait à partir de monomatériau voire de monocouleur : dès qu'il y a un mélange, tout devient plus compliqué. D'où notre volonté de nous appuyer sur différentes alternatives pour mieux gérer l'ensemble des stocks de déchets textiles. » Enfin, Hedj propose à ses entreprises clientes de réaliser un rapport d'impact environnemental et social sur la base de données telles que le nombre de litres d'eau utilisés, la quantité d'énergie fossile, etc. Elle est ainsi en mesure de leur fournir un résultat qui correspond au pourcentage d'émissions de CO2 économisées, en comparaison à un produit neuf.





Maxime Ribolzi, Sustainability Director au Fitness equipment et Céline André, Project Manager Circular Offer, au SD Sports & Products chez Decathlon

Hyssop : Comment les Sports de Decathlon intègrent-ils la circularité dans leur offre ?

MR & CA : Nous travaillons sur plusieurs axes : l'éco-conception via l'optimisation du poids des produits et le choix des matériaux, par exemple, l'intégration de matières recyclées; ainsi que leur durabilité et réparabilité. Nous testons également la location, et la reprise de nos modèles en seconde vie, car notre objectif est d'avoir un impact carbone réduit mais aussi de faire passer le modèle d'économie circulaire à l'échelle.

Hyssop : Comment ces initiatives diffusent-elles en interne ?

MR & CA : Il existe des directeurs Développement Durable rattachés à chaque univers sportif et notre mission est de faire le relai de l'économie circulaire auprès des équipes de l'offre et de la conception car ce sont des sujets relativement récents chez nous (3/4 ans). Nous structurons et diffusons des méthodes, partageons les bonnes pratiques et tentons d'intégrer ces nouvelles contraintes à nos dé-

veloppements en nous appuyant fortement sur les retours terrain.

Hyssop : Pouvez-vous nous parler de votre expérience avec la location de produits ?

MR & CA : Nous avons commencé à expérimenter en 2019-2020, avant et pendant la période Covid en démarrant avec des partenaires externes qui nous ont aidé à créer un site web, isoler un stock de produits et organiser l'envoi et la remise en état.

Différentes expérimentations ont été menées : location de matériel outdoor (tentes) en France et en Belgique, location de matériel de ski en Italie et Suisse, abonnement vélo et matériel de fitness en France et en Espagne... Aujourd'hui nous bénéficions de tout cet apprentissage et commençons à nous structurer en interne, sachant que nos priorités sont sur l'accélération du marché du vélo, aussi bien en abonnement qu'en seconde vie, la réparation et le reconditionnement étant bien entendu les pierres angulaires à la réussite de ces business.

Les plus grands défis à relever pour nous restent la mise en place d'une logistique et d'outils digitaux adaptés à la circularité : c'est-à-dire la capacité à traiter des produits non neufs qui reviennent, alors qu'historiquement les flux n'ont pas été conçus pour ça.

Hyssop : Quels sont les principaux freins que vous rencontrez ?

MR & CA : Il s'agit complètement d'un changement de récit, d'une expérience client nouvelle à

construire, d'une nouvelle façon de penser notre proposition de valeur en tant qu'entreprise. Donc quand on a un business historique déjà bien installé, c'est un peu compliqué de faire les deux à la fois, mais c'est la démarche dans laquelle nous nous engageons.

Globalement cela vient challenger la façon dont nous mesurons la création de valeur (il ne suffit plus de vendre 1 produit à un certain prix pour mesurer son chiffre d'affaire) ; la façon dont nous faisons nos métiers (en tant que vendeur demain je dois aussi devenir un expert de la reprise ?) et enfin, passer de la phase de tests dans différents pays à la phase de mise à l'échelle au niveau global de l'entreprise, ce qui nécessite une coordination de toutes les équipes et d'embarquer tout le monde !

Nous savons pour autant qu'il est dans notre intérêt d'y aller car ces business sont beaucoup moins carbonés que les modèles de vente linéaire, mais il y a aussi d'autres avantages : par exemple nous avons quasiment baissé de 20 ans la moyenne d'âge du client moyen avec la circularité sur certains projets.

Hyssop : Les modèles d'économie circulaire renforcent l'expérience client, qu'en est-il pour vos démarches ?

MR & CA : Nous avons testé un modèle où l'expérience client est renforcée par une plateforme digitale et des services associés : influenceur sport, apprentissage, coaching, contenu de pratiques. Ces contenus en partenariat ont permis d'augmenter significative-

ment l'appétence de nos clients au coaching inclus dans l'abonnement et le taux de connexion. L'idée est bien de proposer des expériences sportives vs une location de produits.

Dans le cadre de la location de matériel cardio, nous avons également inclus la livraison et le retrait du produit à la fin de l'abonnement, ce qui a amélioré l'expérience utilisateur. Certains clients louent du matériel pour des raisons de santé, et assurer un transport adapté est essentiel.

Hyssop : Quels conseils donneriez-vous aux entreprises qui souhaitent se lancer dans l'économie circulaire ?

MR & CA : Tout dépend du type de business circulaire dans lequel vous vous lancez, les défis pour la location ou la seconde vie ne sont pas les mêmes par exemple. Bien étudier la structure du marché et surtout, répondre à un vrai besoin client : est-ce que cela va apporter de l'accessibilité prix, une meilleure expérience, de la praticité, qu'est-ce qui va faire votre singularité?

Pour répondre à ce besoin, comment allez-vous vous organiser : pouvez-vous vous appuyer sur un réseau de partenaires existants ? (ex. des réparateurs, des points de vente / de retrait / des lockers...). Enfin, quelles sont les conditions pour que vous gagniez votre premier euro ? Quels sont les leviers qui vous permettront d'atteindre la rentabilité ? Ça peut être le coût de transport, le coût de réparation, le choix de la bonne offre de produits...encore une fois, **il n'y a pas de réponse unique ;-)**



Léa Barelli, Cheffe de projet chez Semin et Buitex.

Hyssop : En quoi le Groupe SEMIN s'inscrit-il dans l'économie circulaire ?

LB : Le Groupe SEMIN est une entreprise familiale qui fabrique des produits de plâtrerie, d'isolation et des peintures. Le Groupe possède la filiale BUITEX Industries qui fabrique des isolants à base de textiles recyclés à hautes performances. Buitex est historiquement effilocheur, c'est un processus de recyclage mécanique qui la spécialise dans la production de feutres sur les marchés suivants : isolation thermique/acoustiques, feutres pour l'automobile et produits de confort pour la literie.

L'économie circulaire est au cœur de l'ADN de l'entreprise. Nos produits d'isolation tels que Cotonwool ou Style sont faits en majeure partie de matières textiles recyclées et nous essayons d'appliquer les principes du recyclage à nos autres produits, autant que faire se peut (les chutes de production sont recyclées). Nous donnons une nouvelle vie à des matières à priori inutilisables en nous approvisionnant dans les centres de tri textiles conventionnés Refashion.

A l'échelle Groupe, on limite le transport des matériaux en s'implantant proche des sources de matières premières et en développant des formules à base de matières naturelles comme la Gamme 99 de Semin.

Hyssop : Comment récupérez-vous les chutes de production textile qui constituent vos produits ?

LB : Nous avons deux sources : les industriels du textile qui nous transmettent leurs chutes de production (nous avons des tisseurs à 20 kms de l'usine) et les trieurs à qui nous demandons de faire un « sur-tri » spécifique afin d'atteindre les performances de l'isolant, avec du coton. Nous travaillons notamment avec Tremplin (entreprise de l'ESS).

Pour aller plus loin et doubler les volumes de textile recyclé avec cette association, nous sommes devenus partenaire financier et nous ouvrons Impact, un centre de tri et sur-tri à Lyon à proximité de notre usine.

Hyssop : Les isolants ainsi fabriqués de matière recyclée sont-ils aussi performants que les isolants traditionnels (laine de verre et laine de roche) ?

LB : Ils sont aussi performants en jouant sur l'épaisseur, ils ont une durée de vie équivalente et en plus, nous avons vu dans l'ACV qu'ils sont « bas carbone » sur l'étape de production. A priori, on pourrait donc penser qu'ils seraient préférés aux isolants qui ne sont ni naturels ni recyclés.

Mais nous avons un frein sur le marché, c'est le prix. Sur le produit lui-même, nous sommes 15% plus cher et sur la pose, nous sommes 50% plus cher (car, comme tous les produits bio-sourcés, l'artisan doit poser un « pare-vapeur » qui génère des coûts supplémentaires). Cela représente un véritable frein pour les constructeurs et les donneurs d'ordre, qui n'ont pas toujours le réflexe de penser « économie circulaire ». Pour les collectivités, les décisions se basent d'abord sur le prix, plutôt que sur la durabilité ou le « confort d'été » de nos produits.

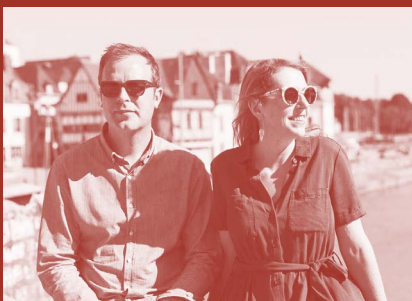
Donc, nous essayons d'ouvrir de nouveaux marchés avec les agglomérations et de faire de la sensibilisation auprès des donneurs d'ordre. L'ensemble de l'entreprise, à commencer par la Direction, est très sensible aux sujets environnementaux alors nous mettons tout en œuvre pour devenir un leader de l'habitat responsable.

Hyssop : Quel conseil donneriez-vous à une entreprise qui veut s'engager dans l'économie circulaire ?

LB : Je lui dirai de chercher des solutions partout, des méthodes pour faire évoluer son modèle et de ne pas hésiter à aller voir dans les petites entreprises qui sont parfois plus agiles que les grandes.

Il faut également ne pas hésiter à explorer les initiatives régionales car développer un modèle circulaire localement sera toujours plus vertueux et facile.





Sandrine GUYOT,
co-fondatrice.

Friendly Frenchy est un modèle d'économie circulaire puisque l'entreprise fabrique des lunettes à partir de recyclage des coquillages, en Bretagne

The Good : Comment avez-vous eu l'idée d'utiliser des coquillages pour fabriquer des lunettes ?

SG : Mon histoire familiale a joué un rôle fondamental dans la création de Friendly Frenchy.

J'ai grandi dans un environnement où le travail des matériaux naturels, et tout particulièrement la nacre au travers des boutons et de la marqueterie, étaient une tradition. Créée il y a près de 200 ans, l'entreprise familiale est devenue le musée de la nacre et de la tabletterie à Méru, dans l'Oise, un lieu qui témoigne de l'importance du savoir-faire artisanal autour de la nacre. Cette histoire m'a profondément marquée et l'idée de valoriser les coquillages de nos côtes pour fabriquer des lunettes s'est imposée comme une évidence. C'est une manière de rendre hommage à cet héritage tout en

proposant une alternative actuelle durable et éco-responsable au sein d'une entreprise de l'économie sociale et solidaire agréée ESUS « Entreprise Solidaire d'Utilité Sociale ».

The Good : Pouvez-vous détailler le processus de collecte des coquillages et les partenariats établis avec les restaurateurs, professionnels de la pêche et du secteur agroalimentaire des côtes bretonnes et normandes pour récupérer ces matières premières ?

SG : Le processus de collecte des coquillages repose sur un réseau de partenaires engagés noués au fil de l'eau réunissant pêcheurs, restaurateurs et industriels de l'agroalimentaire. Installés dans le Morbihan, nos coproduits sont originaires de Bretagne et des autres côtes françaises puisque nous souhaitons valoriser l'ensemble du littoral français. En lien direct avec ces professionnels, nous avons structuré notre propre filière pour collecter, traiter, transformer et valoriser les coquillages dans nos ateliers. Cette matière première est ensuite sublimée à travers nos collections de lunettes labellisées Origine France Garantie et d'autres créations écoresponsables. En redonnant une seconde vie à ces coquillages, nous contribuons à la valorisation d'une ressource naturelle, renouvelable et encore trop peu exploitée.

The Good : Depuis sa création en 2016, Friendly Frenchy a connu une croissance notable. Quels ont été les principaux défis rencontrés lors de cette expansion, et quelles sont

les innovations récentes, notamment en matière de recyclage et d'économie circulaire, que vous avez mises en place ?

SG : Depuis 2016, nous avons eu l'opportunité de jouer un rôle de précurseur en matière d'économie circulaire dans l'industrie de la lunetterie. Nous avons entrepris un tour de

Fabriquer des lunettes à partir de coquillages, ils l'ont fait !

France des savoir-faire pour redonner toute sa place à l'artisanat local, tout en intégrant des matériaux recyclés, comme les coquillages, dans la fabrication de nos lunettes.

La filière lunetière française a été fortement impactée par plus de 30 ans de délocalisation. C'est dans ce contexte que nous avons rencontré nos partenaires pour développer notre projet.

Nous avons intégré des matériaux recyclés, comme les coquillages, et prouvé que l'on peut allier savoir-faire, innovation, design et durabilité.

À titre d'exemples, nous avons récemment abouti une monture sportive en impression 3D dessi-

née pour répondre aux besoins des skippers en navigation. Notre premier modèle AVANTUR a déjà fait deux tours du monde à la voile en solitaire !

Nous maîtrisons aujourd'hui plusieurs procédés de fabrication en lunetterie et avons développé plusieurs matériaux. Utilisée pour la fabrication « fait-main », notre matière Searenn® réalisée à partir d'acétate de cellulose de bois fabriqué en France associé à des coquillages recyclés est une signature de Friendly Frenchy. Comme un chef le réalise avec ses producteurs, chaque monture Coquillage® conserve sa traçabilité !

Notre démarche écoresponsable a été un véritable moteur d'innovation et de transformation. Aujourd'hui, nous sommes heureux de voir que de nombreuses marques s'inspirent de notre approche pour adopter des pratiques plus responsables et durables dans leurs productions.

Cette évolution est une vraie reconnaissance pour notre travail et montre que notre modèle va dans la bonne direction pour l'avenir de la lunetterie. →



Nous croyons fermement que, pour réussir cette transition, les opticiens ont un rôle essentiel à jouer en proposant des collections responsables à leurs clients et en participant activement à cette révolution durable.

Ils deviennent les ambassadeurs du changement, jouant ainsi un rôle déterminant dans la diffusion de l'économie circulaire dans notre secteur.

Friendly Frenchy compte à ce jour plus de 300 opticiens dépositaires de nos collections en France et à l'international.

Après une première collection capsule lancée en 2022, nous avons lancé en septembre 2024 notre nouvelle collection à impact : Balizh@.

Fabriquée à partir de matière 100% recyclée issue de chutes de production de lunettes françaises en acétate de cellulose, cette collection labellisée Origine France Garantie est un aboutissement de notre démarche d'économie circulaire.

À l'image de notre travail sur les coproduits coquilliers, nous collectons, trions et valorisons chaque matière dans notre atelier intégré, renforçant ainsi notre engagement en faveur d'une production locale et responsable.

The Good : Comment envisagez-vous l'avenir de Friendly Frenchy ?

SG : L'avenir de Friendly Frenchy est passionnant et résolument tourné vers notre ancrage territorial, l'innovation et l'écoresponsabilité.

En 2025, nous renforçons notre engagement local pour la valorisation des coquillages avec le déploiement d'une ligne de transformation des coquillages.

Par ailleurs, notre atelier de recyclage s'équipe de nouvelles technologies pour améliorer nos processus et augmenter notre capacité de production tout en restant fidèle à nos principes écoresponsabilités.

Au-delà de la production et du recyclage, nous avons aussi un rôle à jouer dans l'éveil des consciences. Nos lunettes, portées au quotidien, sont un moyen visible de sensibiliser le public aux enjeux environnementaux.

Chaque produit que nous créons devient ainsi un petit geste visible, un rappel constant de l'importance de changer nos habitudes et de faire des choix plus responsables. Nous espérons continuer à jouer un rôle clé dans cette transformation des mentalités, et inspirer d'autres marques à suivre cette voie avec la complicité des opticiens.

Enfin, nous soutenons régulièrement des démarches militantes, locale et artistique pour faire passer des messages. Nous dévoilerons courant 2025, une collaboration avec un artiste contemporain du street art français engagé.

Hyssop est un cabinet conseil en RSE qui accompagne les entreprises depuis la stratégie jusqu'à la mise en oeuvre opérationnelle.

Il accompagne les entreprises sur les sujets d'économie circulaire, mais aussi sur les roadmaps biodiversité, les certifications comme Ecovadis ou B Corp.

Nous remercions pour sa participation à l'écriture de ce cahier, Clément Chenut, expert en économie circulaire et auteur du livre « Génération Circulaire » (Editions ContentA).
<https://chistera-advisory.com/>

Avec lui, nous avons créé notre méthodologie pour accompagner les entreprises qui souhaitent engager ou approfondir une démarche d'économie circulaire : depuis la formation, l'identification des enjeux dans la chaîne de valeur, l'animation du travail avec les parties prenantes jusqu'à la mise en place de tests concrets de process et/ou modèles économiques différents.

Pour en savoir plus, contactez-nous directement sur contact@hyssop.agency ou rendez-vous sur notre site www.hyssop.agency.



Abonnez-vous

Prix par numéro
version papier ou numérique

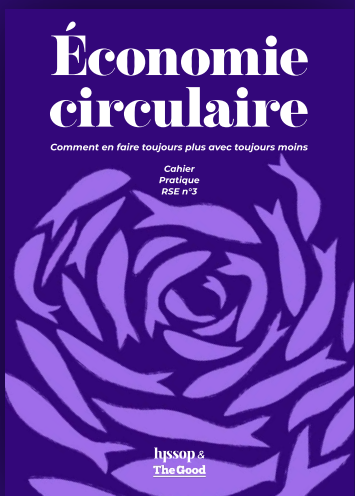
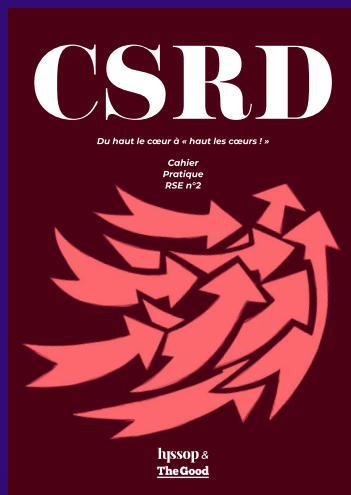
45€ TTC

Abonnement pour
les 4 numéros
version papier ou numérique

150€ TTC



Flashez
pour
souscrire



Re_fashion

est le partenaire de ce cahier pratique
Économie Circulaire