



NOTE DE SYNTHÈSE

Mettre en œuvre la mode circulaire, du coton au consommateur

Mode

Les consommateurs du futur se préoccuperont davantage du mode de création éthique et durable des vêtements qu'ils porteront. Au-delà du respect des codes de conduite, ils voudront que des efforts soient activement déployés pour la préservation des ressources, l'élimination des déchets et la mise en place de mesures en faveur du développement durable. Et en matière de développement durable, l'industrie de la mode a souvent fait l'objet d'une attention particulière, à juste titre.

Les experts estiment que **92 millions de tonnes de vêtements sont jetés chaque année** et la majeure partie n'est pas fabriquée avec des matériaux biodégradables. Un tee-shirt peut nécessiter 2650 litres d'eau au cours de sa durée de vie, et souvent il ne peut pas être donné après sa première utilisation. Tenant compte de la place et du rôle du secteur de la mode dans l'économie mondiale, les distributeurs et les fabricants cherchent des moyens innovants d'éliminer les déchets tout en maintenant leurs activités essentielles. La solution réside peut-être dans un modèle émergent connu sous le nom de mode circulaire.

« **Les consommateurs du futur sont manifestement des millennials. Ils se soucient de ces questions. Le développement n'est pas qu'une simple affaire de conformité, c'est un avantage concurrentiel.** »

MICHAEL KOBORI

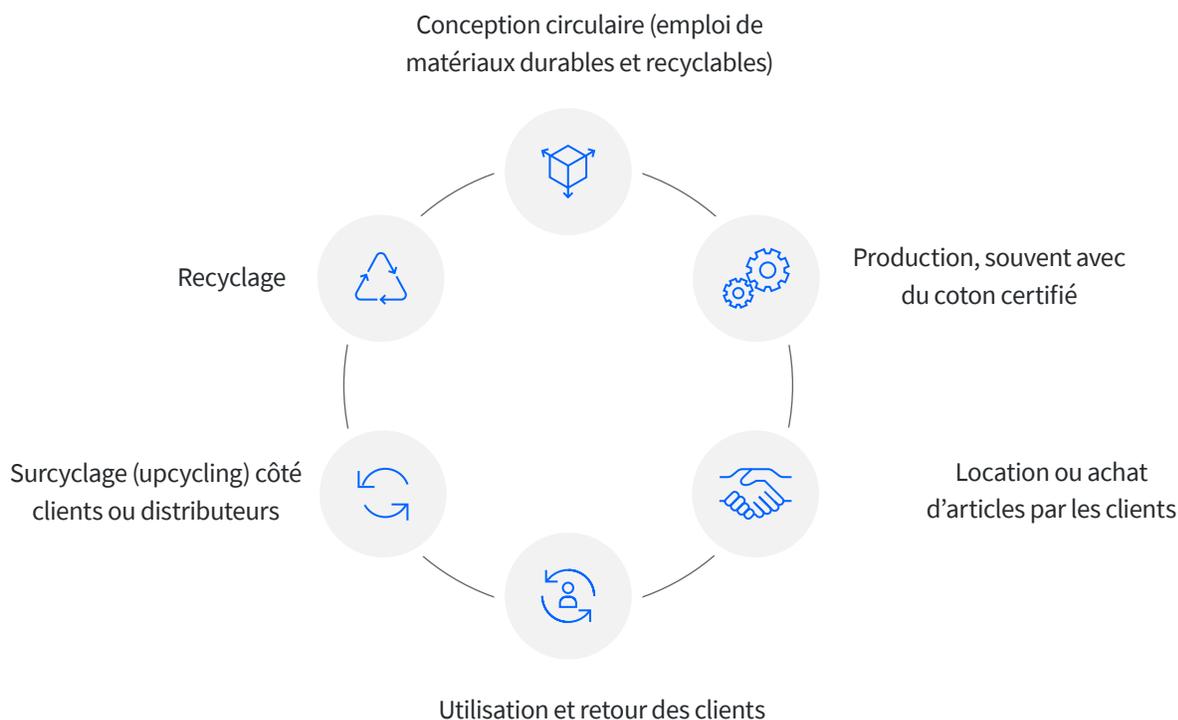
Vice-président Développement Durable, Levi Strauss & Co.

Concevoir des tissus pour les utiliser et les réutiliser

Bien que la mode circulaire soit un concept privilégié par les acteurs soucieux du développement durable, elle se distingue des autres initiatives de fabrication respectueuses de l'environnement. Plutôt que de créer des vêtements qui se contentent d'être recyclables, la mode circulaire emploie intentionnellement des textiles et des tissus qui sont conçus, sourcés, produits et transformés pour précisément être réutilisés et recyclés le plus longtemps possible. La mode circulaire présente des avantages économiques qui vont au-delà des efforts de développement durable classiques car elle réduit la dépendance aux matières premières importées, tout en restructurant l'économie de la mode et du textile. La mode circulaire ouvre de nouveaux marchés au sein du secteur et inaugure un nouveau système d'innovation.

Le passage de la « fast fashion », voire des méthodes de mode durable existantes, à la mode circulaire exige une transformation opérationnelle mais il ouvre potentiellement la voie à de nouvelles perspectives en matière de croissance économique. **Selon la Fondation Ellen MacArthur**, l'adoption du système circulaire pourrait générer une opportunité économique de 560 milliards de dollars. Cependant, cette opportunité ne peut être saisie que par des fabricants et des distributeurs de la mode désireux d'évoluer et de migrer vers de nouveaux modèles commerciaux et de nouveaux apports qui augmentent considérablement la durée d'utilisation et de vie des vêtements.

La « roue » de la mode circulaire



Le schéma en « roue » de la mode circulaire illustre la nature cyclique du modèle et chacune de ses phases :

- Conception circulaire (emploi de matériaux durables et recyclables)
- Production, souvent avec du coton certifié
- Location ou achat d'articles par les clients
- Utilisation et retour des clients
- Surcyclage (upcycling) côté clients ou distributeurs
- Recyclage

Collaborer avec les clients pour pérenniser la nouvelle chaîne de valeur

La mode circulaire ne se résume pas au développement de textiles et de matériaux réutilisables. Le système fait participer chaque segment de la chaîne de valeur, avec le client en début et en bout de chaîne. Bien que la mode circulaire ait été développée en réponse à la demande et aux intérêts des clients, ceux-ci doivent maintenir leur investissement en faveur du développement durable, du début à la fin. Les fabricants et les distributeurs peuvent s'engager à développer des matériaux solides et réutilisables, mais c'est aux clients qu'incombe de prolonger la durée de vie des produits finis.

Aux États-Unis, les vêtements sont généralement jetés bien avant la fin de leur durée de vie, générant ainsi **460 milliards de dollars de déchets**. La quantité excessive de déchets laisse une empreinte écologique massive qui pourrait facilement être endiguée. Plutôt que de jeter les vêtements, la mode circulaire promeut un changement de modèle économique qui encourage la location de vêtements, le dépôt-vente (friperie), la revente et la production de collections circulaires. Cette tendance perturbe la chaîne de valeur, poussant les entreprises de la mode et les clients à collaborer de diverses manières pour utiliser les vêtements au maximum de leur potentiel.

Les entreprises de mode élaborent de nouveaux modèles commerciaux régénératifs qui optimisent l'utilisation des vêtements sans nuire au chiffre d'affaires. En économisant sur les ressources, notamment l'eau, les fabricants en tireront des bénéfices en termes de coûts. Ces économies, associées à un coût plus élevé par vêtement, peuvent aider à compenser les dépenses inhérentes à la transformation durable.

La qualité supérieure des tissus et des vêtements et la durée de vie plus longue peuvent aider à justifier des coûts plus élevés auprès des consommateurs. Pour transmettre cette valeur aux clients, les entreprises doivent collaborer avec l'ensemble de leurs services, de la production au marketing, jusqu'au service client après-vente.

Valoriser le développement durable

Changer la perception des consommateurs et redéfinir leur image des articles de confection en biens durables et précieux n'est pas une mince affaire, mais de nombreux fabricants ont déjà devancé la concurrence en lançant de nouvelles lignes auprès des consommateurs. Tefron, fabricant leader de sous-vêtements, a fait de grands pas vers le marché de la mode circulaire en **améliorant les techniques de production et d'ingénierie textile pour assurer une recyclabilité maximale des matériaux**. En renforçant la structure des articles vestimentaires, des fabricants comme Tefron garantissent la réussite à leurs clients grâce à la réutilisation et au recyclage des tissus.

Le marché florissant de la mode circulaire offre de nombreuses possibilités d'innovation et de créativité. Une entreprise suédoise de vente de vêtements au détail a ainsi annoncé qu'elle versera 5 dollars à ses clients pour chaque sac de vêtements déposé dans ses magasins à des fins de recyclage. Ce type d'initiative incite les clients à perpétuer le cycle de vie d'un vêtement et permet de réapprovisionner le détaillant en tissus pour son développement futur.

Un autre leader suédois du secteur de la mode, Nudie Jeans, a étendu ses activités en incluant un service de réparation. Plutôt que de jeter et de racheter, les clients sont encouragés à **rapporter leurs jeans usagés pour les faire réparer**. Ce modèle innovant d'achat/réparation/recyclage semble fonctionner pour la marque de mode, qui a récemment annoncé son objectif d'atteindre **la neutralité carbone d'ici 2025**. Nudie Jeans a également ouvert un marché destiné aux jeans recyclés sur sa boutique en ligne. Ces vêtements répondent aux normes suédoises de l'écolabel « Good Environmental Choice ».

Créer de nouvelles opportunités commerciales

Pour les entreprises de mode désireuses d'adopter de nouveaux processus de fabrication et de distribution, les perspectives de rentabilité sont considérables. Les méthodologies appliquées dans la mode circulaire contribuent à une économie circulaire, et selon les [chercheurs](#), ce modèle n'est pas seulement bénéfique pour la planète. Il l'est aussi pour la longévité du secteur de la mode. La mode circulaire offre le **taux de dépréciation le plus faible** en comparaison aux autres modes d'habillement. Les fibres, les textiles et les tissus sont conçus pour maintenir leur valeur, voire l'augmenter, dès la période d'utilisation initiale et plus tard lors de leur réintroduction dans l'économie.

Le recyclage des vêtements réduit le coût de production des vêtements et ouvre une multitude de nouvelles opportunités commerciales pour les entreprises de la mode qui alimentent d'autres industries pour préserver l'intégrité de la supply chain. Par exemple, la location de vêtements est un domaine pour lequel les entreprises soucieuses de tirer parti de la mode circulaire manifestent un réel intérêt.

Les modèles de location offrent une flexibilité :

- **Sur le court terme** : ils répondent aux attentes de la mode éphémère (fast fashion) et aux besoins évolutifs des clients.
- **Sur le long terme** : les locations prolongées offrent des produits de référence à certains segments de la population et répondent à une demande accrue de locations saisonnières et annuelles.
- **Via les services d'abonnement** : ils peuvent aisément être classés par catégories (vêtements pour bébés, tenues professionnelles, etc.) et peuvent être utilisés pour répondre à des besoins vestimentaires à des intervalles modulables.

Au-delà de la location de vêtements, la mode circulaire rend la revente de vêtements plus attrayante pour les clients et les détaillants. Selon un [rapport publié en 2021 par la plateforme ThredUp](#), le marché de la revente de vêtements pourrait croître 11 fois plus vite que le secteur de la vente au détail d'ici 2025. Les clients peuvent remettre en circulation leurs pièces déjà portées par le biais de dépôts-vente ou de friperies, ou bien rechercher des entreprises (à l'instar de Nudie Jeans) qui reprennent les vêtements usagés pour les revendre. Les marques peuvent s'adapter pour développer des programmes de reprise pour leurs vêtements.

Cette approche incite davantage les clients à recycler leurs articles, assure la continuité des activités commerciales et encourage la fidélité à la marque.

Garantir la durabilité du développement durable

Outre les avantages que présente son adoption, le modèle de mode circulaire comporte son lot de défis. La mode circulaire prend de l'ampleur, mais ses premiers adeptes devront s'assurer que leurs processus peuvent s'adapter à un modèle plus durable. Cela signifie que le suivi des stocks, l'approvisionnement, la fabrication et les ventes doivent être contrôlés comme il se doit, de préférence en temps réel. Le maintien d'une visibilité sur l'afflux et la production de produits nouveaux et réutilisés compliquera inévitablement la supply chain et les canaux de distribution.

Le comportement des clients est également une condition sine qua non mais c'est un aspect auquel l'industrie de la mode a toujours été confrontée. Les entreprises de la mode doivent chercher des moyens innovants d'impliquer leurs clients et de les encourager à adhérer au cycle, que ce soit par le biais de politiques collaboratives de reprise, d'échanges ou de services de réparation. La mode circulaire met les marques au défi de repenser le classement en catégories des matériaux puisqu'elle exige de les intégrer depuis leur forme brute jusqu'à leur véritable date de péremption, après avoir fait plusieurs fois le tour de la « roue ».

Réévaluer les processus internes

Pour gagner en compétitivité, les entreprises de la mode doivent chercher d'autres moyens de répondre aux besoins des consommateurs éco-conscients. Les comportements des clients évoluent en permanence, mais les consommateurs modernes revendiquent ardemment un désir de durabilité accrue pour les vêtements qu'ils portent et la manière dont les marques de vêtements opèrent. Les entreprises de la mode doivent évaluer les processus commerciaux existants afin de déterminer où sont utilisées la majorité des ressources, où se situe la majeure partie des déchets et quelles substances ou matériaux contribuent au plus haut volume de pollution.

Elles doivent également travailler avec les distributeurs ou les fournisseurs pour optimiser la consommation d'énergie et éliminer les déchets. Même si cela s'avère impossible, les entreprises de mode devraient envisager de proposer à leurs clients un programme d'échange visant à réabsorber les vêtements indésirables. Une fois les matériaux collectés, il est facile de les réaffecter à une autre collection et de prolonger leur durée de vie. Si la voie à suivre l'est dans un esprit de responsabilité et dans le souci du développement durable et de l'innovation, la mise en route peut être un processus progressif. Sensibilisation et visibilité peuvent générer des avantages substantiels en matière de transformation de l'entreprise.

EN SAVOIR PLUS 

Suivez-nous :    

infor

Infor est un leader mondial de solutions de gestion d'entreprises déployées dans le Cloud spécialisées par secteur d'activité. Plus de 65 000 organisations dans plus de 175 pays font confiance aux 17 000 collaborateurs d'Infor pour les aider à atteindre leurs objectifs commerciaux. Visitez notre site www.infor.com.

Copyright© 2022 Infor. Tous droits réservés. Le mot « Infor » et le logo associé sont des marques commerciales et/ou marques déposées d'Infor ou de l'un de ses affiliés ou filiales. Toutes les autres marques commerciales citées dans le présent document sont la propriété de leurs détenteurs respectifs. www.infor.fr.

Infor France (SAS), Immeuble Cristalia, 6ème étage, 3 Rue Joseph Monier, 92500 Rueil-Malmaison

INF-2321718-fr-FR-1022-1