



Retour d'expériences sur
la filière **textile / chaussure**
en Alsace, Bourgogne
et Lorraine

L'AFFICHAGE
ENVIRONNEMENTAL
DES PRODUITS

ÉDITORIAL

L'affichage environnemental est une belle aventure qui ouvre bien des perspectives ! Connaître et communiquer sur les impacts environnementaux générés par les produits tout au long de leur cycle de vie revêt en effet de nombreux enjeux. Pour les consommateurs, cela signifie à terme l'apparition d'un nouveau critère de décision dans leurs actes d'achat. Pour les entreprises, cela signifie dès aujourd'hui explorer de nouvelles possibilités, de nouvelles méthodologies, de nouveaux questionnements...

Le rôle de l'ADEME et de l'AFNOR étant de préparer les entreprises aux enjeux de demain en s'appuyant sur des partenaires efficaces, l'expérimentation sur l'affichage environnemental a été conçue pour leur permettre de prendre conscience de l'impact environnemental de leurs produits et procédés de fabrication. Au-delà, ce fut aussi l'opportunité de s'interroger sur le management de l'éco-conception, les modes de production, de communication et sur les gains de compétitivité possibles en réduisant son empreinte environnementale.

Enrichissante et constructive, cette expérimentation sur l'affichage environnemental des produits, menée sous l'égide de l'ADEME et de l'AFNOR, a incontestablement permis le développement des connaissances et des compétences des entreprises en matière d'éco-conception. Modalités de travail innovantes et échanges de grande qualité ont également permis aux participants de prendre le recul nécessaire et de partager autour de problématiques communes.

À ce titre, nous tenons particulièrement à saluer l'implication des entreprises qui ont investi un temps précieux pour prendre part aux expérimentations. Ce recueil, que nous espérons utile au plus grand nombre, vous permettra de partager leur retour d'expériences au regard de la méthodologie développée. Et de vous engager, vous aussi, dans la belle aventure de l'affichage environnemental !

*Anne-Michèle Delange, directrice adjointe ADEME
Pascal Thomas, délégué régional AFNOR*

REMERCIEMENTS

Ce projet été rendu possible grâce à l'implication de toute une équipe : Isabelle Salmon (chef de projet AFNOR), Rim Chaouy (ingénieure normalisation AFNOR), Daniel Fues et Julie Piève (experts techniques IFTH), Catherine Aubertin (directrice du Pôle Textile Alsace), Céline Mary et Daniel Mérino (chefs de projet Pôle Fibres) et Olivier Benoit, Cécile Colson et Florence Huc (chargés de mission entreprises ADEME).

SOMMAIRE

| | | | |
|---------------------------------------------------|----|--------------------------------------------|----|
| LE CONTEXTE NATIONAL | 3 | LA MÉTHODOLOGIE | 11 |
| ● Pourquoi un affichage environnemental ? | | ● La méthodologie déployée par les experts | |
| ● Une expérimentation jusqu'en juillet 2012 | | DES ENTREPRISES ENGAGÉES | 12 |
| ● La plate-forme générale ADEME/AFNOR | | ● Elles ont participé ! | |
| ● Pourquoi avoir lancé cette expérimentation ? | | ● Les données clés de l'industrie textile | |
| L'EXPÉRIMENTATION RÉGIONALE | 6 | ILS ONT EXPÉRIMENTÉ | 13 |
| ● Le contexte de l'expérimentation régionale | | ● Alsatextiles | 13 |
| ● Les membres du comité expérimental local | | ● DMC | 15 |
| ● Le déroulement de l'expérimentation | | ● Sogecoq | 17 |
| ● Les bénéfices de l'expérimentation | | ● Tissus Gisèle | 19 |
| LES DÉFINITIONS CLÉS | 8 | ● Virtuose | 21 |
| ● Les indicateurs environnementaux | | ● Corderie Meyer-Sansbœuf | 23 |
| ● L'évaluation environnementale d'un produit | | ILS ONT DIT : LE BILAN | 24 |
| EXPERTS & PARTENAIRES TECHNIQUES | 10 | RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES | 26 |
| ● Le Pôle Textile Alsace ● IFTH | | | |

POURQUOI UN AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL ?

L'objectif de l'affichage environnemental est de permettre au **consommateur** d'intégrer des informations concernant les **impacts environnementaux** générés par un produit tout au long de son cycle de vie. Ce doit être un **critère de décision dans son acte d'achat**. Il doit permettre la comparaison entre produits d'une même catégorie ⁽¹⁾ et, lorsque cela s'avère pertinent, entre catégories de produits.

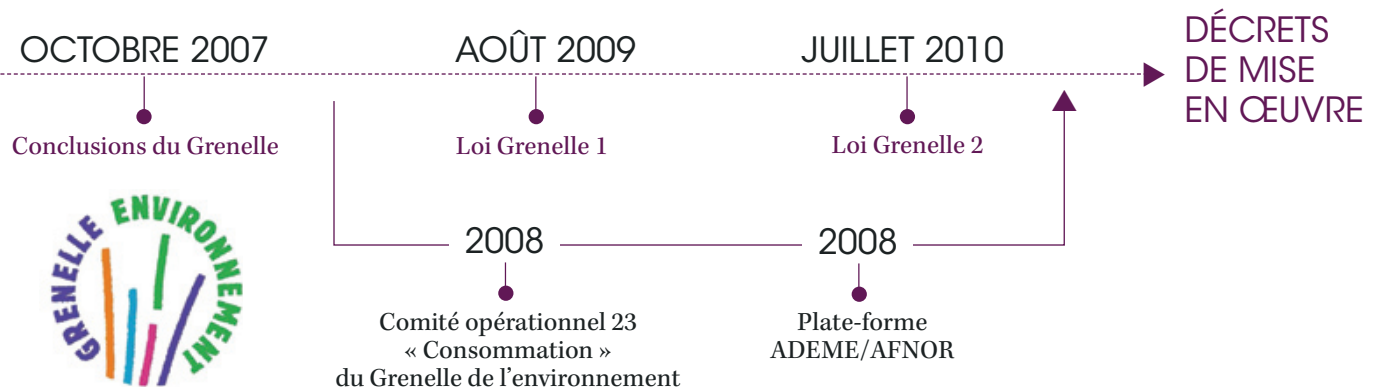
L'objectif complémentaire est d'inciter les entreprises à améliorer la performance environ-

nementale de leurs produits sur la base d'indicateurs précis.

Remarque : la mise en œuvre de l'affichage environnemental doit être réalisée, quelle que soit la catégorie de produits (exemple ameublement, textile) à un coût économiquement acceptable et compte tenu des connaissances scientifiques.

(1) Une catégorie de produit « est un groupe de produits ayant une fonction équivalente » (NF EN ISO 14025).

VERS LA MISE EN ŒUVRE DU GRENELLE DE L'ENVIRONNEMENT



UNE EXPÉRIMENTATION JUSQU'EN JUILLET 2012

Suite au rapport du Comité opérationnel 23 « Consommation » du Grenelle de l'environnement, qui établit la perspective d'un affichage obligatoire d'informations environnementales relatif aux produits à l'horizon du 1^{er} juillet 2012, l'ADEME a piloté l'élaboration d'un **référentiel de bonnes pratiques** ⁽²⁾ au sein de l'AFNOR intitulé « Principes généraux pour l'affichage environnemental des produits de grande consommation ». Publié en juillet 2008, ce référentiel général a pour objectif d'**harmoniser les pratiques d'affichage** en vue d'assurer la comparabilité des informations. En septembre 2009, il a été complété par une annexe méthodologique

plus précise sur certains points (transport, fin de vie...). Il encadre la réalisation des guides méthodologiques par catégories de produits. Ces guides sont élaborés par des groupes de travail (GT) sectoriels coordonnés par la plateforme nationale pilotée par l'ADEME et l'AFNOR. En parallèle, cette démarche est promue aux niveaux communautaire et international. Compte tenu de l'ampleur du chantier et des difficultés rencontrées lors de l'élaboration des référentiels, l'échéance du 1^{er} janvier 2011 s'est transformé en une expérimentation de l'affichage jusqu'en juillet 2012.

(2) Codification AFNOR : BP X 30-323

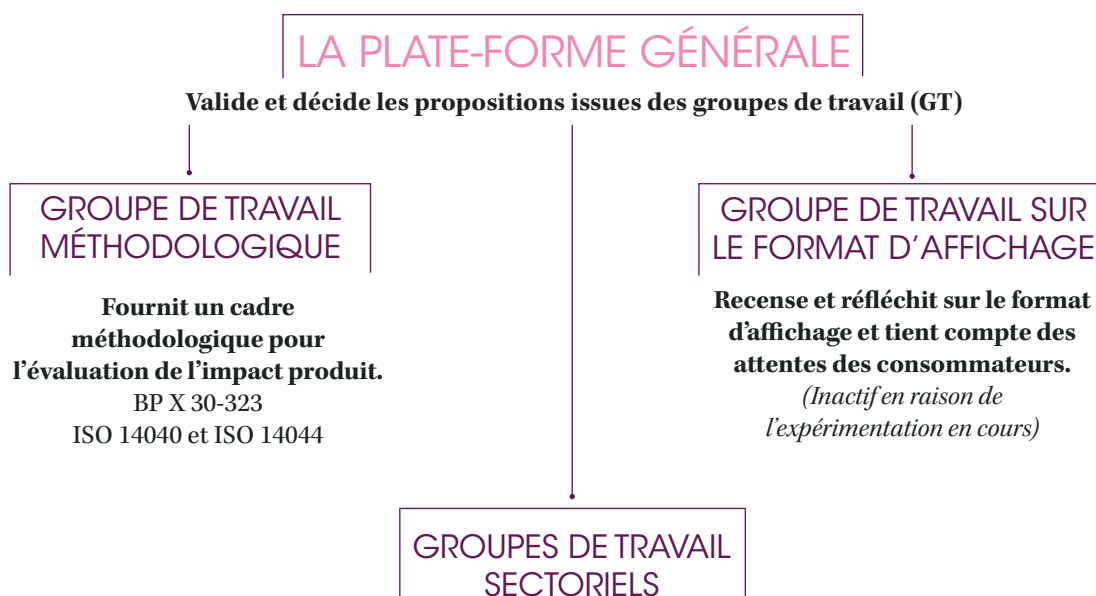
LA PLATE-FORME GÉNÉRALE ADEME/AFNOR

Une plate-forme générale sur l'affichage environnemental, encadrée par l'ADEME et l'AFNOR, a été initiée en septembre 2008. Sa mission ? Mettre en place une méthode simplifiée d'évaluation des impacts environnementaux et explorer les différentes possibilités d'affichage. Elle réunit environ 900 organisations et

1 200 experts (PME, grands groupes industriels, distributeurs, associations de consommateurs, consultants, ONG, pouvoirs publics).

● **Pour tout savoir sur l'état d'avancement des travaux :**

<http://affichage-environnemental.afnor.org>



Élaborent, sur la base des principes généraux, des référentiels d'évaluation spécifiques par familles de produits.

GT 1 Alimentation et aliments pour animaux domestiques
GT 2 Matériel/Équipement (consommateur d'énergie), piles et accumulateurs
GT 3D Produits d'entretien
GT 3J Produits du jardin
GT 4H Hygiène
GT 4B Beauté
GT 5 Chaussures, maroquinerie
GT 5 Habillement, textile de maison
GT 6 Produits de construction, décoration (liée à la construction), peintures, colles et vernis

GT 7 Ameublement
GT 9 Vaisselle, ustensiles de cuisine, arts de la table et décoration
GT 10S Équipements de sport (hors habillement) matériel de camping, matériel mobilité (vélos...)
GT 10J Jeux, jouets
GT 11 Outillage non électrique et quincaillerie
GT 14 Bijouterie (lunettes), joaillerie, orfèvrerie
GT 15 Pièces détachées de l'automobile
GT 16 Instruments de musique
GT 17 Hébergements touristiques

● **À noter :** une base de données générique et publique est en cours de développement afin que les opérateurs disposent d'une ressource commune pour réaliser les évaluations environnementales de leurs produits.

POURQUOI AVOIR LANCÉ CETTE EXPÉRIMENTATION ?

L'expérimentation de l'affichage environnemental a été décidée par **la loi Grenelle II** (art. 228) du 12 juillet 2010 afin d'évaluer l'opportunité d'une généralisation de ce dispositif. Le ministère du Développement durable précise que cette évaluation doit permettre d'identifier les conditions de facilitation de l'affichage pour les entreprises. Les axes d'évaluation, définis avec le Comité national du Développement durable et du **Grenelle de l'environnement** lors de la préparation de l'expérimentation, portent sur :

- les retours des consommateurs ou des acteurs de l'entreprise en contact avec les clients (vente, marketing...), l'évolution de l'image de marque ou d'entreprise...
- la transparence des données et des modes opératoires utilisés par les entreprises pour calculer leurs indicateurs,
- l'évaluation des coûts de l'opération pour les entreprises,
- l'appropriation et la compréhension de la

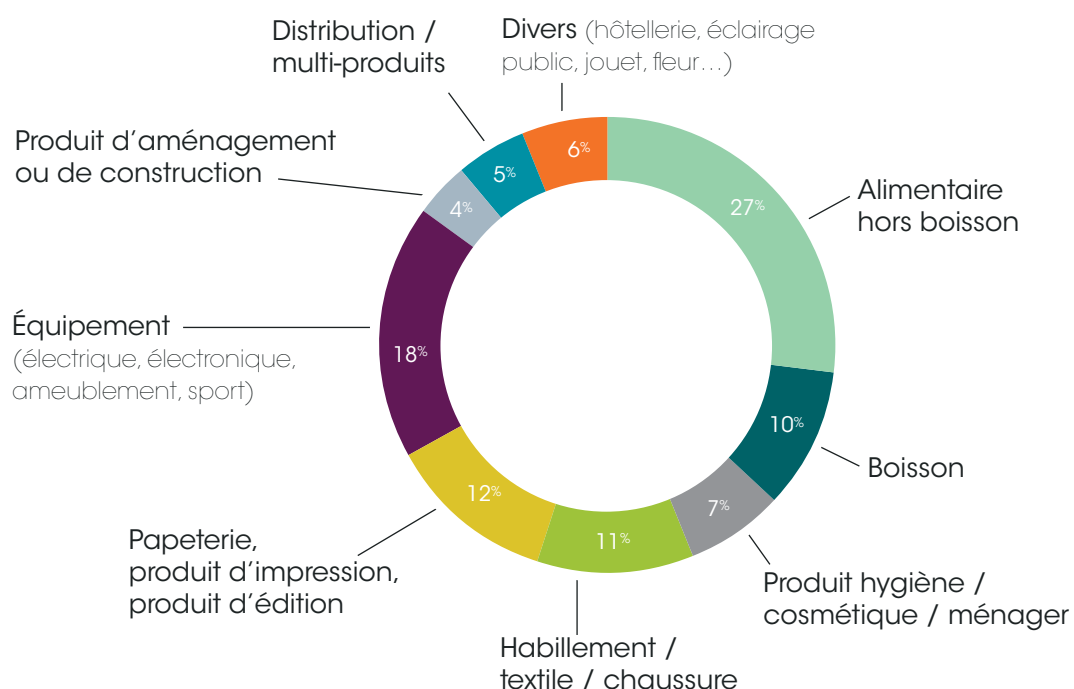
démarche par les acteurs de l'entreprise mais aussi par les ONG, fournisseurs, syndicats...

Cent soixante-huit entreprises participent à l'expérimentation et disposent d'un affichage opérationnel sur Internet, en rayon ou sur le produit depuis le 1^{er} décembre 2011. Des enquêtes-tests sont menées par la Direction Générale de la Consommation de la Concurrence et de la Répression des Fraudes (DGCCRF) avec le soutien du ministère du Développement durable. Sept associations de consommateurs ⁽³⁾ se sont regroupées pour contribuer à cette évaluation ⁽⁴⁾.

(3) Association de défense d'éducation et d'information du consommateur, Association force ouvrière consommateurs, Association études et consommation CFDT, Confédération nationale des associations familiales catholiques, Familles de France, Familles rurales et Union nationale des associations familiales.

(4) Source : Site du ministère du Développement durable.

SECTEURS D'ACTIVITÉ DES ENTREPRISES PARTICIPANT À L'EXPÉRIMENTATION NATIONALE



LE CONTEXTE DE L'EXPÉRIMENTATION RÉGIONALE

En collaboration avec la délégation Grand Est de l'AFNOR, les directions régionales de l'ADEME Alsace, Lorraine et Bourgogne ont proposé aux entreprises un accompagnement à l'affichage environnemental dès 2010. Le choix s'est porté sur les filières agroalimentaire, textile et ameublement, très représentées dans ces trois régions et pour lesquelles les travaux au niveau national étaient avancés. Chacune des régions est pilote sur une filière tout

en proposant un accès en simultané aux autres régions par visioconférence. **L'ADEME Alsace pilote le groupe Textile/Chaussure (GT5).** Pour cette filière, un comité expérimental local a été constitué dans le but de rassembler les structures concernées par l'affichage environnemental des produits. Les entreprises de ce secteur d'activités et les organisations professionnelles des trois régions ont été invitées à participer, dans la limite des capacités d'accueil.

LES MEMBRES DU COMITÉ EXPÉRIMENTAL LOCAL

LES MEMBRES IMPLIQUÉS DANS LE COMITÉ

- Les entreprises inscrites représentées par les chefs de projet internes.
- Les représentants des directions régionales de l'ADEME : Florence Huc pour l'Alsace, Cécile Colson pour la Bourgogne et Olivier Benoit pour la Lorraine.
- Les représentants de l'AFNOR : Rim Chaouy (chef de projet en normalisation et membre du GT 7 national textile), Isabelle Salmon (ingénieur développement) et Pascal Thomas (délégué régional).

CE QU'ILS EN PENSENT

● « Les objectifs de ce comité expérimental étaient d'informer les entreprises régionales et de leur permettre de s'approprier les enjeux, la méthodologie et les outils de l'affichage environnemental. Dans un second temps, à partir de la connaissance des impacts environnementaux associés à leurs produits, cette opération collective a également permis aux entreprises volontaires de s'engager dans une démarche de réduction de ces impacts ».

Florence Huc, ADEME Alsace

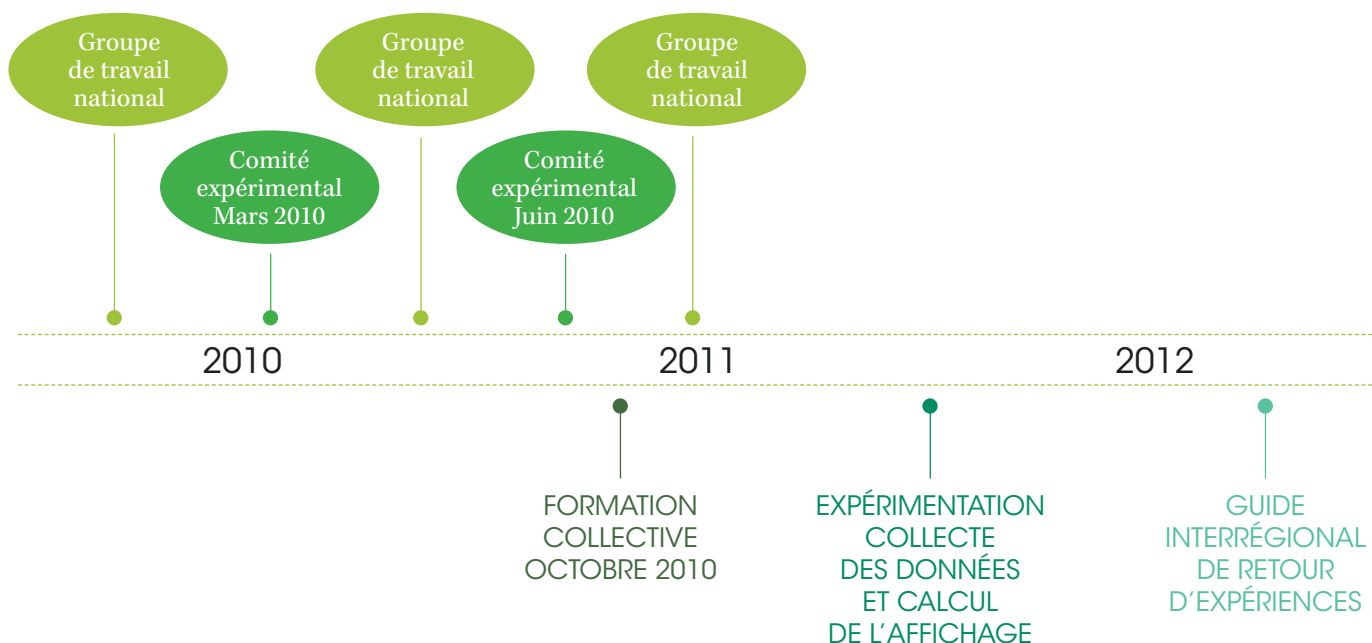
● « Le montage de cette opération collective a permis d'alterner des étapes d'échange et d'appropriation collectives pour des entreprises du même secteur et de secteur différents avec des étapes d'expérimentation individualisée dans chaque entreprise volontaire. Dans les conclusions des entreprises : il est mis en évidence l'apport essentiel de l'expérimentation terrain avec un réseau d'experts et partenaires de proximité. Si c'était à refaire, nous reprendrions le même montage. »

Isabelle Salmon, chef de projet, délégation AFNOR Est

● « Ce comité expérimental régional était le miroir de la plate-forme nationale et du groupe de travail textile et a constitué un lieu d'information, de rencontre et de concertation entre les différents acteurs. »

Rim Chaouy, chef de projet en normalisation AFNOR

LE DÉROULEMENT DE L'EXPÉRIMENTATION



..... Mise à disposition de la documentation des comptes rendus sur la plate-forme électronique d'échanges ►

ZOOM SUR LA FORMATION COLLECTIVE

Une formation collective d'un jour financée par l'ADEME et animée par le cabinet RDC Environnement a permis aux entreprises d'acquérir les prérequis indispensables à une bonne appropriation des enjeux de l'affichage environnemental. Cette formation avait pour but de familiariser les participants au vocabulaire utilisé, aux principes et outils de l'évaluation environnementale des produits et aux différentes données à collecter.

LES BÉNÉFICES DE L'EXPÉRIMENTATION

POUR LE GROUPE DE TRAVAIL DU GT 5 NATIONAL

L'avis d'Édouard Fourdrin, ADEME

- Transmission progressive aux entreprises régionales des idées et orientations du groupe de travail (GT) national.
- Expérimentation progressive sur le « terrain » des idées émises pour vérifier leur faisabilité.
- Enrichissement des réflexions du GT national par de nouvelles idées issues des expérimentations terrain.
- Implication directe des PME régionales dans le processus d'élaboration du document.

POUR LES PARTICIPANTS AU COMITÉ EXPÉRIMENTAL LOCAL

- Création d'une dynamique de groupe.
- Contribution aux travaux français de normalisation sur l'affichage environnemental des produits du GT 5 (Habillement, textile de maison, chaussures, maroquinerie).
- Veille active et participative concernant l'évolution des documents normatifs sur l'affichage environnemental.
- Mesure de la perception de cet affichage dans les lieux de vente.

► Lire aussi le bilan de l'opération (Ils ont dit) en pages 24/25.

LES INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX

Les indicateurs décrits ci-après ont été retenus pour leur pertinence : importance de l'enjeu, différenciation pour une majorité de produits du marché, possibilité de mettre en avant des pistes d'éco-conception, ainsi que leur facilité de mise en œuvre.

LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Cet indicateur mesure la quantité de gaz à effet de serre (GES) émise à toutes les étapes du cycle de vie du produit. Les GES sont des composants gazeux naturellement présents dans l'atmosphère (vapeur d'eau, dioxyde de carbone, méthane, ozone...). Absorbant le rayonnement infrarouge réémis par la Terre (suite au rayonnement solaire), ils ont un rôle important dans la régulation du climat et permettent une température moyenne de 15°C à la surface de la Terre. Les activités humaines ont considérablement accru la quantité de gaz à effet de serre présents dans l'atmosphère. En conséquence, l'équilibre climatique est déstabilisé. Chaque GES a des impacts différents sur l'effet de serre, **l'unité de mesure étant le kilogramme équivalent de dioxyde de carbone (kg eq.CO2)**. Par exemple, le méthane correspond à 6,82 kg eq.CO2.

● On peut retrouver cet impact au cours de la fabrication de la fibre synthétique.

L'ÉPUISEMENT DES RESSOURCES NATURELLES

Une ressource naturelle est dite « non renouvelable » quand la destruction des réserves de cette ressource – exploitation par l'homme notamment – se fait plus rapidement que sa création. L'utilisation de ces ressources entraîne une diminution des stocks disponibles. Cet indicateur mesure la quantité de ressources d'origine non renouvelable (pétrole, fer,

cuivre, charbon) utilisée pour la fabrication du produit jusqu'à sa fin de vie. **Il se mesure en kilogrammes éq. d'antimoine (kg Eq Sb)**. L'antimoine est un élément chimique métallique présent dans la nature en quantité limitée ; il est utilisé par exemple pour les caractères d'imprimerie.

● On peut retrouver cet impact au cours des opérations de transport.

LA CONSOMMATION D'EAU

Cet indicateur mesure la quantité d'eau qui a été consommée pour la réalisation du produit jusqu'à sa fin de vie. **L'unité de mesure est le mètre cube (m³)**.

● On peut retrouver cet impact au cours des opérations d'ennoblissement.

L'EUTROPHISATION DU MILIEU AQUATIQUE

Cet indicateur mesure la modification et la dégradation d'un milieu aquatique, liées en général à un apport excessif de substances nutritives (azote et phosphore). Cet excès accélère la production d'espèces végétales (algues) avec diminution de la teneur en oxygène dissous (asphyxie des espèces présentes). **L'unité de mesure est le kilogramme équivalent phosphate (kg Eq. P) ou azote (kg Eq.N)**.

● On peut retrouver cet impact au cours du lavage des vêtements.

L'ÉVALUATION ENVIRONNEMENTALE D'UN PRODUIT

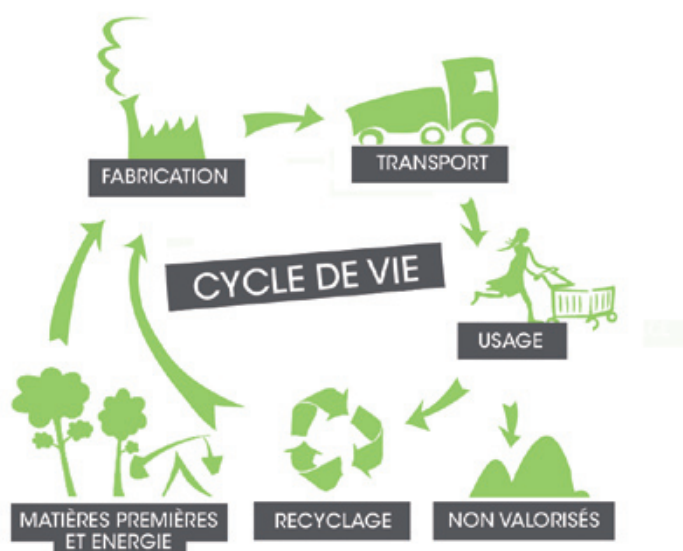
LE BILAN ENVIRONNEMENTAL D'UN PRODUIT

Le bilan environnemental d'un produit permet de traduire sous la forme d'indicateurs l'impact environnemental du produit calculé selon la méthodologie d'analyse du cycle de vie (ACV).

L'ANALYSE DU CYCLE DE VIE (ACV)

Évaluation quantifiée des impacts environnementaux potentiels d'un produit au cours de son cycle de vie (de l'extraction des matières premières à son élimination finale) selon une méthodologie encadrée par la norme NF EN ISO 14040.

LE CYCLE DE VIE D'UN PRODUIT



L'UNITÉ FONCTIONNELLE

Performance quantifiée d'un système de produit destiné à être utilisée comme unité de référence dans une analyse de cycle de vie, selon la norme NF EN ISO 14040 : 2006. Elle permet de comparer les impacts environnementaux de 2 produits sur la base d'une même unité de mesure et souvent sur une durée donnée.

● Exemple : un vêtement porté pendant un jour et lavé.

LES DONNÉES PRIMAIRES OU SPÉCIFIQUES

Mesures réelles ou données collectées sur le terrain au niveau d'une activité lors d'une étape du cycle de vie du produit.

● Exemple : la consommation d'énergie pour le tissage est de x kWh pour l'entreprise X.

LES DONNÉES SEMI-SPÉCIFIQUES

Données qui disposent de valeurs par défaut (majorantes) que l'opérateur a la possibilité de spécifier.

● Exemple : par défaut, la consommation moyenne d'énergie pour le tissage est de x kWh mais celle de l'entreprise Y est de y kWh. L'entreprise Y peut alors changer la valeur par défaut.

LES DONNÉES GÉNÉRIQUES

Valeurs représentatives obtenues à partir d'autres sources que la mesure directe ou le calcul à partir de mesures directes.

● Exemple : impact environnemental de la tonne kilométrique en fonction des modes de transport ou distance de transport pour une étape donnée.



Entreprise

Pôle Textile Alsace

Chef de projet

Catherine Aubertin, directrice

Activité

Le Pôle Textile Alsace est une association qui regroupe les entreprises du secteur textile.

Effectif

2 personnes

Adresse

BP 72076
68059 Mulhouse CEDEX 2

Téléphone

03 89 42 74 08

Courriel

caubertin@ifth.org

Site web

www.textile-alsace.com

Entreprise

IFTH

Chef de projet

François Litty, directeur

Activité

L'IFTH est un centre technique industriel textile-habillement.

Effectif

250 personnes en France

Adresse

25 rue Alfred-Werner - BP 72076 -
68059 Mulhouse CEDEX 2

Téléphone

03 89 42 74 08

Courriel

dfues@ifth.org

Site web

www.ifth.org

PÔLE TEXTILE ALSACE

Le Pôle Textile Alsace a pour vocation de stimuler le travail en réseau entre les acteurs de l'industrie textile, les écoles et les centres de recherche présents sur le territoire. L'objectif est de faciliter le développement de compétences, les mutations et les diversifications des marchés de la filière.

Le Pôle Textile Alsace a été sélectionné en 2011 dans le cadre d'un appel à projet du Ministère en charge de l'Écologie pour l'expérimentation nationale de l'affichage environnemental des produits.

Par cette action collective, il a souhaité :

- favoriser la participation active de petites et moyennes entreprises textiles ;
- constituer un groupe d'entreprises multi-produits représentatif de l'offre textile et contribuer aux travaux méthodologiques du GT5 avec des produits textiles non pris en compte dans le projet de référentiel basé sur la chemise ;
- organiser des échanges interentreprises afin de partager les avancées et les difficultés rencontrées par chaque entreprise.

IFTH

L'IFTH est un réseau de plates-formes technologiques proposant des services à haute valeur ajoutée aux acteurs de la filière Textile-Habillement. Ses domaines d'intervention sont nombreux : fils et fibres, habillement, textiles pour la maison, textiles techniques, composites, textiles pour l'automobile, l'aéronautique...

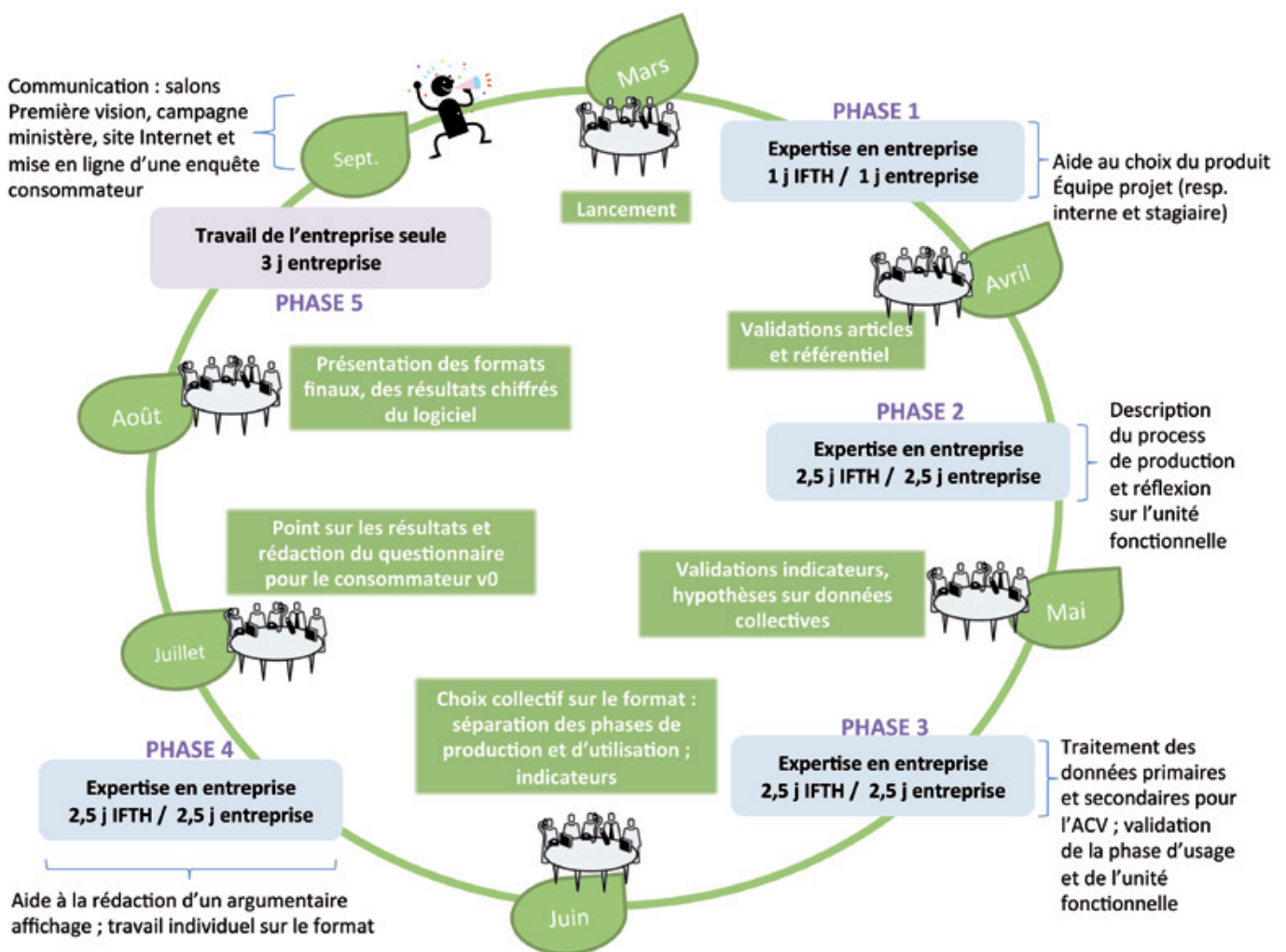
L'IFTH anime le GT5 au niveau national et assure l'accompagnement technique de 16 entreprises impliquées dans le programme CIM-ÉCO®. Dans l'opération interrégionale, son rôle a été d'accompagner 4 entreprises volontaires pour l'expérimentation.

FOCUS SUR LE PROGRAMME CIM-ÉCO®

Depuis 2009, le Pôle de Compétitivité Fibres mène CIM-ÉCO®, programme de développement des Compétences en Ingénierie et Marketing de l'Éco-conception, auprès de 33 entreprises lorraines et alsaciennes. Ce programme se distingue par la conduite de réflexions avec l'entreprise sur sa stratégie et le marketing des produits. Les retours d'expérience sont très positifs : avance stratégique conférée par l'éco-conception et la commercialisation de produits plus vertueux, mobilisation des salariés autour d'un projet valorisant, réduction des coûts, meilleure productivité, notoriété... Plusieurs entreprises ayant suivi ce programme ont souhaité s'engager dans l'affichage environnemental des produits.

MÉTHODOLOGIE DÉPLOYÉE PAR LES EXPERTS

La méthodologie déployée par l'IFTH est décrite ci-dessous. Elle comprend une animation du travail collectif lors de réunions assurées par le Pôle Textile Alsace.



ELLES ONT PARTICIPÉ !

Les entreprises ayant participé au comité expérimental local sont les suivantes :

RÉGION ALSACE

- **Alsatextiles** : impression numérique sur textile
- **Corderie Meyer-Sansboeuf** : fabrication de ficelles, cordes et tresses
- **DHJ International** : transformation de supports textiles
- **DMC** : fabrication de fil pour la mercerie
- **Freundenberg Evolon** : fabrication de non-tissés
- **Green Attitude Compagnie** : création et commercialisation d'articles textiles
- **Lingerie Wolf** : fabrication et commercialisation d'articles de lingerie
- **Scapalsace (Leclerc)** : distribution d'articles textiles
- **SDE SA** : textile de maison
- **Sogecoq** : conception et distribution de chaussures, textiles et articles de sport
- **Virtuose** : conception et réalisation de tissus pour chemises

RÉGION LORRAINE

- **Contino Technologies** : conception et réalisation de sièges banquettes
- **Ethic and Life** : conception et fabrication d'articles textiles
- **Rhovyl SAS** : fabrication de fibres artificielles ou synthétiques
- **Tissage Gérardmer Garnier-Thiébaud** : fabrication de linge de maison
- **Tissus Gisèle** : production de linge plat
- **Tricotage des Vosges** : fabrication d'articles chausants à mailles

RÉGION BOURGOGNE

- **Dim SA** : fabrication et commerce d'articles de lingerie/bonneterie
- **Textilot** : fabrication et commerce de gros d'habillement et de chaussures

LES DONNÉES CLÉS DE L'INDUSTRIE TEXTILE

● **Le textile en Alsace** emploie **11 700** personnes, soit **7,3 %** de l'emploi industriel alsacien et **5 %** des emplois textiles en France. L'ennoblissement en Alsace représente **26 %** de la production française en volume et **20 %** du chiffre d'affaires national. L'impression des produits en coton représente **32 %** de la production française en volume et **30 %** en chiffre d'affaires. L'Alsace est la **4^e** région textile de France par son poids en emploi et comprend environ **120** établissements.

● **Le textile en Bourgogne** emploie, selon les données de l'Insee de 2005, plus de **6 600** personnes. Ses activités relèvent essentiellement de la fabrication de produits textiles, de l'indus-

trie de l'habillement et du commerce de détail. **50 %** des salariés sont employés dans la filière en amont (filature et tissage, fabrication de produits textiles et fabrication d'étoffes et d'articles à maille), qui représente plus de **200** entreprises. La région Bourgogne est classée **13^e** avec un poids de **2,1 %** des emplois régionaux.

● **Le textile en Lorraine** : la Lorraine occupe la **6^e** place française en nombre de salariés, avec **6 700** personnes employées dans le textile fin 2006. Le département des Vosges représente à lui seul plus de la moitié de la production cotonnière nationale. L'industrie est essentiellement composée de PME.

Ils ont
expérimenté !

Alsatextiles
Solutions pour l'impression textile

Entreprise

Alsatextiles

Chef de projet

Gianni Pavan, directeur

Activité

Ingénierie, design et réalisation
de supports en impression
numérique

Effectif

9 personnes

Chiffre d'affaires

1,15 M€

Adresse

3, rue de l'industrie
67400 Riedisheim

Téléphone

03 89 64 50 70

Courriel

gp@alsatextiles.fr

Site web

www.alsatextiles.com

ALSATEXILES

NOS MOTIVATIONS

« Notre objectif est d'orienter l'entreprise vers un développement économique basé sur un circuit court de distribution. Cette expérimentation a été l'occasion de valoriser notre démarche d'éco-conception et plus particulièrement notre procédé de fabrication. Grâce à l'affichage, le consommateur pourra comparer, de façon crédible, nos produits avec une fabrication plus éloignée, voire non respectueuse de l'environnement. Pour cela, il faut s'assurer de donner une information tangible. La démarche nous a également permis de participer à une émulation locale grâce au travail en réseau, de développer des relations commerciales, mais aussi de prendre tout simplement le temps de se poser et de sortir du quotidien. »

NOTRE DÉMARCHE

Unité fonctionnelle

Décorer 2 panneaux coulissants de placard pour 3 ans (2,5 m x 2 m).

Méthodologie

- Calcul des impacts environnementaux selon les 4 indicateurs du référentiel chemise réalisé avec l'appui de l'IFTH.
- Le produit est composé d'un tissu 100 % polyester filé en Turquie, tricoté en maille bloquée en Allemagne et imprimé par jet d'encre avec un colorant à base aqueuse et des pigments naturels minéraux.

Mode de communication

Étiquette visible sur le blister du produit avec un lien vers le site :
www.pixadecor.com.



| | Production & fin de vie | Lavages ménagers |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------|-------------------------|
|  Effet de serre | 5,3 kg eq. CO ₂ | 0 g eq. CO ₂ |
|  Consommation d'eau | 54,7 litres | 0 litre |
|  Eutrophisation | 16,5 mg eq. P | 0 mg eq. P |
|  Épuisement des ressources naturelles | 32,1 mg eq. Sb | 0 mg eq. Sb |

NOS DIFFICULTÉS

- La première difficulté a été de s'appropriier l'ensemble des nouveaux concepts (vocabulaire, méthodologie...) et le référentiel textile.
- La seconde a été de collecter des données chez des fournisseurs basés à l'étranger : appel téléphonique pour présenter la démarche, envoi d'un questionnaire, utilisation des chiffres fournis par notre partenaire ou des données génériques lorsque les valeurs manquaient.

LES APPORTS DE L'EXPÉRIMENTATION

- Cette expérimentation s'est transformée en un véritable projet d'entreprise et a apporté un réel bénéfice interne. Elle a contribué à développer la notoriété de notre entreprise et à renforcer notre argumentaire commercial.
- De façon plus large, l'étude nous invite à nous interroger sur notre performance environnementale lors de l'étape de production, sur le choix des matières premières et leur traçabilité ; elle a suscité une prise de conscience bénéfique qui nous a permis de nous améliorer au regard des résultats de l'ACV.
- Cette opération nous a permis de nous rendre compte de la complexité de la démarche si nous devons l'appliquer à tous nos produits.

LES PERSPECTIVES

- L'objectif est d'élargir la démarche et de proposer à nos clients d'autres produits présentant le même type d'informations sur l'impact environnemental. Nous souhaitons développer une expertise technique plus importante en interne pour devenir force de proposition.
- Notre avis : l'affichage environnemental des produits doit être obligatoire, sous réserve d'être encadré par des professionnels, afin de garantir la fiabilité des données. Aussi, un contrôle obligatoire par une tierce partie est pour nous nécessaire.



NOS PRODUITS

Il s'agit d'un décor textile interchangeable pour portes coulissantes de placard format 250x200 cm. Le textile utilisé est 100 % polyester avec une impression avec des encres à base d'eau sans émanation ni rejets. Nous proposons un choix de 42 décors avec la possibilité de faire imprimer son propre visuel. Nos produits sont certifiés Oeko-Tex.



Entreprise

DMC

Chef de projet

Michel Biechlin, responsable développement fil

Activité

Fabrication de fil pour la mercerie (assemblage, retordage, mercerisage, teinture et conditionnement du fil avec une base de coton égyptien)

Effectif

250 personnes

Chiffre d'affaires

55 M€

Adresse

13 rue de Pfastatt
68057 Mulhouse CEDEX

Téléphone

03 89 32 44 37

Courriel

mbiechlin@dmc.fr

Site web

www.dmc.fr

DMC

NOS MOTIVATIONS

« L'affichage environnemental s'intégrait parfaitement à la démarche d'éco-conception de nos produits, avec une attention particulière sur la réduction de l'impact de nos procédés de fabrication. C'est un sujet qui concerne tous les acteurs de l'entreprise et qui contribue à fédérer les salariés autour des valeurs de DMC. C'est également l'occasion de nous différencier des importations et de valoriser le circuit court. Cette opération nous a conduits à réfléchir aux méthodes à mettre en œuvre pour communiquer des éléments techniques et scientifiques à nos clients, tout en vulgarisant le message. Enfin, nous avons réussi à faire prendre en compte les spécificités du fil, et notamment celles des producteurs locaux, au groupe de travail national (GT5). »

NOTRE DÉMARCHE

Unité fonctionnelle

1 pull composé de 6 pelotes de 50 g porté 80 fois au cours de sa vie et lavé 40 fois.

Méthodologie

Calcul de l'impact mené en partenariat avec l'IFTH selon les 4 indicateurs du référentiel chemise pour se différencier des fibres synthétiques.

Mode de communication

Un flyer à destination des consommateurs a été distribué dans des magasins cibles. Le logo du « caddie » du ministère en charge de l'Écologie et du Développement durable figure sur l'étiquette des pelotes. En complément, un questionnaire a été développé sur le site Internet pour recueillir l'avis des consommateurs. L'ensemble de la force commerciale France (soit 20 personnes) a été formé.

| | Emissions de Gaz à Effet de Serre (en g équivalent CO ₂) | Consommation d'eau (en litres) | Eutrophisation des milieux aquatiques (en mg équivalent P) | Épuisement des ressources naturelles (en mg équivalent Sb) |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------|---------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Production et fin de vie | 11,0 | 1,15 | 0,32 | 60 |
| Entretien | 0,9 | 0,35 | 0,09 | 7,1 |

NOS DIFFICULTÉS

- L'analyse du cycle de vie de notre produit, la collecte des données auprès des fournisseurs (en majorité des données primaires, sauf pour les producteurs de coton) et la définition de l'unité fonctionnelle ont été les étapes les plus difficiles.
- L'absence de référentiel pour le fil n'a pas facilité le calcul et le choix des indicateurs.

LES APPORTS

Ce travail nous a permis de développer nos compétences et d'améliorer notre organisation interne entre le marketing situé en Espagne et l'équipe locale basée à Mulhouse. Nous avons changé de circuit de distribution et développé un produit moins gourmand en ennoblement (couleurs pastel). Le processus de production a été simplifié en supprimant des étapes. Résultat, un dépassement des prévisions de ventes et un succès commercial avec :

- la production de 12 tonnes en Espagne, en France, au Benelux et au Portugal ;
- le lancement du produit dans de nouveaux pays en 2012 (Italie, Grande Bretagne et Allemagne) ;
- la création de 22 nouvelles couleurs tendances.

LES PERSPECTIVES

- Nous souhaitons améliorer notre performance environnementale en travaillant sur l'optimisation des procédés de fabrication. L'intégration d'écotechnologie fait partie de nos enjeux. L'objectif est également de renforcer nos compétences en interne en matière d'éco-conception.
- À notre avis, l'affichage environnemental des produits doit rester volontaire tout en étant contrôlé par un organisme tierce partie afin de donner confiance à nos consommateurs.



NOTRE PRODUIT

Nous avons retenu le fil Natura, qui est un fil 100 % coton destiné au marché du crochet et du tricot pour la saison printemps/été. Il est entièrement fabriqué à Mulhouse (made in France) à partir d'un fil approvisionné dans une filature au Pakistan. Le fil Natura est certifié Oeko-Tex standard 100 classe 1 (contact direct avec la peau du bébé) et satisfait aux exigences du règlement Reach.





Entreprise

Sogecoq

Chefs de projet

Jacques Lebaillif, sourcing manager

Activité

Conception, commercialisation et distribution de chaussures, textiles et articles de sport

Effectif

200 personnes

Chiffre d'affaires

100 M€

Adresse

19 rue Icare – Aéroport
67 960 Entzheim

Téléphone

03 88 64 75 00

Courriel

jlebaillif@lecoqsportif.fr

Site web

www.lecoqsportif.com

SOGECOQ

NOS MOTIVATIONS

« Nous avons été sensibilisés à l'éventualité d'une nouvelle réglementation par l'ADEME et l'AFNOR, ainsi que par la Fifas ⁽¹⁾. Pour anticiper cette réglementation française, la Direction sourcing a choisi d'expérimenter l'affichage environnemental sur la collection chaussures hiver 2011. Nous avons assisté aux réunions et formations collectives ADEME/AFNOR et échangé avec les entreprises présentes. Notre entreprise était la seule à représenter le secteur de la chaussure. »

(1) Fifas : Fédération française des industries du sport et des loisirs.

NOTRE DÉMARCHE

Unité fonctionnelle 1 paire de chaussures taille 42 portée 1 an.

Méthodologie

- Étude conduite sur la base du référentiel chaussure (chaussure de ville) sur toute la collection chaussures hiver 2011, soit 90 modèles regroupés en 9 catégories.
- Les 3 indicateurs d'impact ont été calculés pour chaque catégorie sur la base de nos données spécifiques. La disponibilité de données génériques, par exemple pour la colle, a été vérifiée dans les bases de données commercialisées.
- Pour la durée de vie (donnée semi-spécifique), la valeur retenue par défaut a été de « 2 paires de chaussures par an ». Il nous a été proposé de travailler sur une autre durée de vie si nous le souhaitions, à condition de proposer une méthode de calcul adaptée à la chaussure de sport. Dans le cas de la chaussure de ville, il est possible de choisir une autre durée de vie en réalisant des essais de performance (prévus dans l'annexe A du BX30-323-1).

Mode de communication

- Il a été choisi en tenant compte du comportement du consommateur : une étiquette collée à la semelle de la chaussure et une affiche format A4 apposée aux caisses. L'ensemble a concerné 7 magasins de notre marque pendant toute la saison. Les étiquettes affichent les valeurs des 3 indicateurs du référentiel chaussure et la moyenne de la collection.
- Une enquête a permis de recueillir plus de 5 000 avis de consommateurs. Les questions posées :
 - « - Avez-vous consulté la signalétique : affiche explicative à la caisse, étiquette ?
 - Trouvez-vous cette information intéressante ?
 - L'étiquette (pictogrammes, chiffres) est-elle compréhensible ?
 - Cette information peut-elle influencer votre achat ? »



NOS DIFFICULTÉS

- Pour une collection de chaussures, qui représente environ 90 modèles, nous avons dû simplifier les fiches de composition et les regrouper par catégorie.
- Au niveau organisationnel, il a fallu dégager des ressources financières pour la communication, la formation des responsables de magasins, la collecte des données et l'analyse des résultats de l'enquête.

LES APPORTS

- Notre but était de tester la faisabilité de l'affichage environnemental et d'identifier les difficultés, pièges et coûts induits. Nous avons été aidés pour le calcul des données dans le cadre de cette opération ; aujourd'hui il nous est très difficile d'imaginer réaliser cet affichage nous-même.
- L'enquête consommateur a permis de confirmer le fait que nos clients sont peu sensibles à l'affichage environnemental, et que celui-ci n'influence pas leur acte d'achat.

LES PERSPECTIVES

La démarche doit rester volontaire et contrôlée. L'acte d'achat de nos clients n'est pas impacté car ce sont des produits de marque de loisirs répondant à un achat plaisir. Lors des réunions ADEME/AFNOR, plusieurs entreprises du secteur textile avaient également évoqué ce comportement d'achat pour les produits sensibles aux effets de mode.

NOS PRODUITS



Exemple de sticker visible sous les chaussures.





Entreprise

Tissus Gisèle

Chef de projet

Eddy Chevrier, directeur industriel

Activité

Société de confection française spécialiste du linge plat professionnel

Effectif

97 personnes

Chiffre d'affaires

30 M€

Adresse

48, route du Chajoux
88250 La Bresse

Téléphone

03 29 25 40 04

Courriel

e.chevrier@tgl.fr

Site web

www.tgl.fr

TISSUS GISÈLE

NOS MOTIVATIONS

« Suite à la sensibilisation reçue via le comité expérimental interrégional, nous avons décidé d'intégrer le GT5 au niveau national afin de défendre les intérêts des industriels vosgiens. Notre volonté a été d'être acteur plutôt que spectateur. Cela nous a permis de fédérer les industriels et de valoriser la performance de notre outil de production. Au-delà de cette motivation, c'est aussi l'occasion d'anticiper une future réglementation, de nous différencier et d'offrir une continuité à notre démarche d'éco-conception encadrée par le Pôle de Compétitivité Fibres (CIM-ÉCO®). »

NOTRE DÉMARCHE

Unité fonctionnelle







Produire 1 drap polyester/coton de 320 x 180 cm résistant à une centaine de lavages et apportant le confort nécessaire à un couchage de plusieurs nuits consécutives.

Méthodologie

- Collecte des données réalisées en interne suivant les différentes étapes du cycle de vie. Pour la production, l'étude se base sur nos consommations en matières premières, eau, énergie... Pour la phase d'utilisation, les données correspondent à une estimation d'un entretien domestique (une durée de vie du drap de 100 lavages, un lavage en machine à 60°C, une charge de lavage à 5 kg pour 65 l d'eau utilisés). Pour la fin de vie du produit, il a été considéré que les draps usagés étaient, pour moitié d'entre eux, incinérés avec récupération de l'énergie thermique, et pour l'autre mis en décharge.

- Le calcul des impacts a été réalisé sous le logiciel TEAM™ par l'IFTH selon les 4 indicateurs du référentiel chemise.

Mode de communication

| |  Emission de gaz à effet de serre |  Consommation en eau |  Eutrophisation |  Epuisement des ressources naturelles |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Production & fin de vie  | 66 g eq CO ₂ | 5,22 litres | 1,17 mg eq P | 3,34 g eq Sb |
| Utilisation  | 109 g eq CO ₂ | 11,6 litres | 4,77 mg eq P | 7,65 g eq Sb |

- Sur Internet.

- L'affichage est un moyen de valoriser notre politique environnementale aux yeux du consommateur. Cela permet de le sensibiliser à l'impact du produit lors de sa fabrication mais aussi lors de son utilisation, afin qu'il devienne un vrai « consommateur ».

NOS DIFFICULTÉS

- Notre principale difficulté a été de faire entendre « la voix » des producteurs face aux distributeurs, peu sensibles aux conditions environnementales de production.
- La seconde difficulté a été de collecter les données primaires (données réelles de nos produits) sans utiliser les données secondaires afin de ne pas nous pénaliser et d'être le plus crédible dans notre démarche.

LES APPORTS

Cette opération nous a permis de :

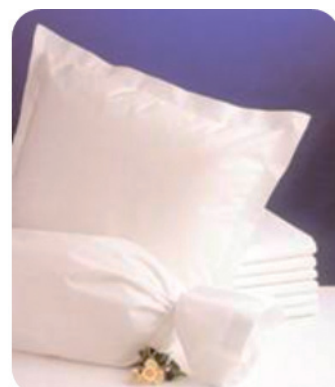
- gagner en notoriété et compétences, au-delà d'un enrichissement personnel confié par le chef de projet ;
- rencontrer d'autres professionnels et établir d'éventuelles relations commerciales avec les membres du GT5 ;
- bénéficier d'une expertise technique.

LES PERSPECTIVES

- Nous pensons que l'affichage environnemental des produits doit être obligatoire du moment qu'il se base sur les données primaires. Pour ceux qui ne les possèdent pas, le résultat du calcul des indicateurs devrait être majoré. Cet affichage doit faire l'objet d'un contrôle par un organisme tierce partie indépendant.
- Nous attendons la poursuite de la valorisation de cette expérience et allons proposer au GT5 un référentiel dédié au linge plat.

NOS PRODUITS

La démarche a concerné le drap 180 x 320 mais il est évident que nous envisageons de poursuivre ce travail sur l'ensemble du linge plat que nous produisons : drap-housse, housse de couette, taie, alèse, traversin, torchons... Notre entreprise est certifiée ISO 9001, label Vosges Terre Textile® et nos produits sont certifiés Oeko-Tex classe 1.





Entreprise

Virtuose

Chef de projet

Fabienne Martin,
responsable qualité et R&D

Activité

Teinture de fils et tissage
d'étoffes destinées à l'univers
de la chemise masculine
haut de gamme

Effectif

105 personnes

Chiffre d'affaires

15 M€

Adresse

15 rue Paul Lang
68560 Hirsingue

Téléphone

03 89 07 52 02

Courriel

fabienne.martin@
virtuosetextiles.fr

Courriel

www.virtuosetextiles.fr

VIRTUOSE

NOS MOTIVATIONS

« L'affichage est une continuité avec notre engagement en matière d'innovation et d'environnement. C'est aussi notre volonté de partager nos expériences avec les entreprises locales et de rester en veille. Nous participons au groupe de travail national pour représenter les industriels du textile et défendre nos positions face aux distributeurs. Nous participons également au programme CIM-ÉCO® pour l'Analyse du Cycle de Vie de nos produits. Pour l'expérimentation nationale sur l'affichage environnemental des produits, nous avons choisi la chemise FreshMax qui est notre seul produit fini commercialisé en direct. »

NOTRE DÉMARCHE

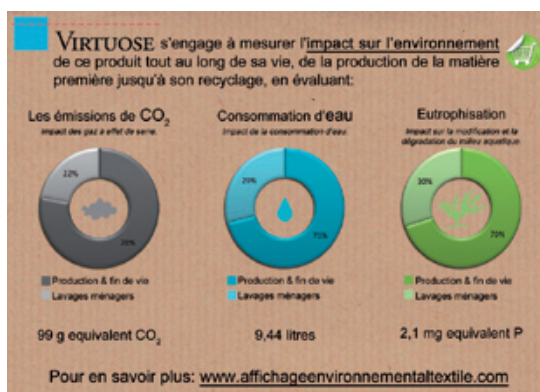
Unité fonctionnelle

1 chemise portée lavée une fois.

Méthodologie

- Appui de l'IFTH pour la collecte des données et pour le calcul des 4 indicateurs d'impact du référentiel chemise (utilisation du logiciel TEAM™).
- Choix de communiquer sur 3 des 4 indicateurs (émission de gaz à effet de serre, consommation d'eau et eutrophisation) parce qu'ils sont les plus représentatifs (selon le référentiel chemise).

Mode de communication



- Une étiquette apposée sur le produit avec une différenciation entre les impacts liés au mode de production et ceux liés au mode d'utilisation.
- Une enquête consommateurs est en cours. Nous avons prévu d'évaluer le comportement d'achat sur notre site Internet* . Des retours de clients qui achè-

tent dans notre magasin d'usine montrent qu'ils ont vu et lu l'étiquette mais que la compréhension des indicateurs est difficile.

* <http://affichageenvironnementaltextile.com>

NOS DIFFICULTÉS

Les difficultés que nous avons rencontrées sont de différents niveaux :

- obtenir des informations de la part de nos fournisseurs de fil coton (70 % des achats par revendeur) : des données secondaires issues d'une base de données américaine ont été utilisées ;
- identifier les données à collecter et dégager le temps pour le faire : des questionnaires types de collecte ont été établis avec l'IFTH et nous avons eu recours à une stagiaire ;
- traduire les données en indicateurs (ex : GES et eutrophisation) : la solution a été de s'appuyer sur l'expertise de l'IFTH ;
- trouver des ressources pour l'enquête consommateur.

LES APPORTS

- Ce travail a contribué à notre notoriété et créé un buzz national sur nos produits.
- Nous avons développé des partenariats avec des entreprises rencontrées lors des groupes de travail locaux, déployés de nouvelles compétences et une ouverture d'esprit sur de nouvelles thématiques.
- Cette opération a été l'occasion de se rendre compte des difficultés techniques – « quand on ouvre une porte, on en trouve 12 derrière à explorer » – et de mieux prendre conscience de nos impacts.
- Elle nous a permis de valoriser nos efforts et résultats environnementaux (diminution des rejets dans l'eau, recyclage des chutes de tissage, climatisation des ateliers...) et d'avoir une continuité par rapport à notre démarche d'éco-conception.

LES PERSPECTIVES

- Nous allons poursuivre la revue de nos processus de fabrication et le développement d'une base de données de recettes coloris qui prendra en compte l'impact environnemental.
- Pour la communication auprès des consommateurs, un affichage de type baromètre serait à notre avis plus lisible. L'affichage doit être bien encadré pour être objectif et permettre des comparaisons entre produits équivalents.
- Nous souhaitons reconduire l'exercice pour toute la collection tissu. Les ressources (temps, budget...) sont le facteur limitant.

NOS PRODUITS

Nous réalisons la teinture fil à façon et la vente de fils teints, tissus teints et tissés teints 100 % coton principalement. Nos produits sont Oeko Tex classe II.



Chemise fabriquée et distribuée sous la marque « Freshmaxshirt ».



Entreprise

Corderie Meyer-Sansboeuf

Chef de projet

Benoît Basier, président

Activité

Concepteur et fabricant
de ficelles, cordes et tresses
depuis 1881

Effectif

50 personnes

Chiffre d'affaires

5,8 M€

Adresse

161 rue Théodore-Deck
68500 Guebwiller

Téléphone

03 89 74 54 54

Courriel

info@meyer-sansboeuf.com

Site web

www.meyer-sansboeuf.com



CORDERIE MEYER-SANSBOEUF

NOS MOTIVATIONS

« Travailler sur l'affichage environnemental de nos produits, c'est être dans la continuité de notre engagement pour l'innovation, le développement durable et le management participatif. Il est important d'être au cœur de l'information et des décisions vis-à-vis des évolutions réglementaires et normatives relatives à notre secteur d'activité. L'inscription au GT5 vise à comprendre les enjeux ainsi que les éventuelles difficultés à anticiper. Le second objectif est de déterminer si l'affichage environnemental permettra de valoriser nos actions en matière de développement durable. Nous avons engagé une démarche d'éco-conception sur une de nos gammes de produits (ficelles pour particuliers) avec le Pôle de Compétitivité Fibres. Nous n'avons pas été retenus dans le cadre de l'expérimentation nationale car notre choix de produit (corde pour le monde du yachting) était trop spécifique. »

NOS APPRÉCIATIONS

- Nos attentes vis-à-vis de l'affichage environnemental sont très fortes :
 - valoriser nos efforts pour offrir des produits recyclables à forte valeur ajoutée technique sur une gamme très large ;
 - nous différencier de la concurrence asiatique (gamme limitée, transport, etc.).
- La principale difficulté réside dans le choix de critères qui permettront de différencier des produits fabriqués localement avec une forte valeur ajoutée technique, de ceux produits à l'étranger et ne respectant pas la réglementation sociale.
- Les méthodes de calcul sont complexes avec les outils actuels et demandent des compétences et des ressources nouvelles (exemple : collecte des données spécifiques). Proposer une méthode et des données moyennées constitue un risque. La durée de vie réelle des produits semble être un des facteurs qui puisse valoriser la qualité environnementale des produits.
- Nous nous interrogeons sur la réelle compréhension de l'affichage par le consommateur. L'affichage environnemental doit rester volontaire avec un contrôle externe.

L'AVIS DES ENTREPRISES

LES BÉNÉFICES

- Gagner en notoriété
- Rencontrer d'autres professionnels et établir des partenariats et/ou relations commerciales
- Prendre conscience des impacts environnementaux de son produit et comment agir pour les réduire
- Offrir une continuité à notre démarche d'éco-conception
- Nous différencier des importations et valoriser le circuit court
- Renforcer notre argumentaire commercial
- Défendre l'intérêt des industriels français
- Prendre le temps de se poser et de sortir du quotidien
- Fédérer les salariés autour des valeurs de l'entreprise
- Bénéficier d'une aide technique et financière
- Identifier les difficultés et coûts induits
- Développer de nouvelles compétences
- Valoriser la performance de notre outil de production, nos efforts environnementaux
- Anticiper une future réglementation
- Être au cœur des réflexions et de l'information

LES DIFFICULTÉS

- Définir correctement l'unité fonctionnelle
- S'appropriier l'ensemble des nouveaux concepts (vocabulaire, méthodologie...)
- Identifier les données à collecter
- Dégager les ressources pour la collecte des données, la communication, la formation
- Collecter les données primaires
- Collecter des données chez des fournisseurs (locaux ou basés à l'étranger)
- Faire entendre la position des producteurs face aux distributeurs
- Utiliser un référentiel non adapté au produit étudié (un seul cas particulier)
- Obtenir des données semi-spécifiques ou génériques en absence de base de données publique
- Dépendre des experts pour le calcul des indicateurs

LES INATTENDUS

- Développement d'une émulation, d'un fort enthousiasme et d'une solidarité entre les professionnels du textile
- Influence positive sur le projet d'entreprise : l'expérience conforte ses valeurs et fédère le personnel
- Création de partenariats avec d'autres entreprises
- Poursuite de la dynamique, par exemple via la constitution du club Développement Durable par le Pôle Textile Alsace

UNE OUVERTURE

Au-delà de cette expérimentation, 5 entreprises accompagnées dans le cadre du programme CIM-ÉCO® ont été évaluées AFAQ Éco-conception. Cette évaluation permet de s'assurer que l'entreprise déploie une démarche d'éco-conception en cohérence avec sa stratégie. Elle note le niveau de maturité de l'entreprise avec possibilité de communiquer en externe et constitue ainsi un outil de valorisation pertinent. Cette évaluation a montré la nécessité pour les entreprises de se structurer en interne afin de pérenniser les actions menées.



L'AVIS DES EXPERTS ET PARTENAIRES TECHNIQUES

COLLECTE DES DONNÉES

Le recueil des données spécifiques est la phase la plus gourmande en temps. Les stagiaires mis à disposition dans le cadre du programme CIM-ECO® sont formés à l'éco-conception et aux procédés de l'industrie textile ce qui a permis de réduire le temps de collecte par 2. L'étape d'ennoblissement par exemple est souvent difficile à évaluer : plusieurs bains de teinture, d'apprêts ou de rinçage rendent la récolte des données difficile.

Un questionnaire spécifique a été rédigé pour chacune des entreprises pour s'adapter à leurs particularités. Notre expertise nous a permis d'apporter une revue critique lors de la collecte des données afin de conserver les données pertinentes.

Pour les données hors production, notre appui aux entreprises a consisté à formuler les bonnes hypothèses et à rechercher des données génériques qui sont souvent peu accessibles par le producteur textile (ex : production des fibres ou des emballages). La base de données génériques prévue par l'ADEME permettra aux industriels d'utiliser les mêmes valeurs.

Un référentiel commun pour le bilan environnemental est indispensable afin de permettre la

comparaison entre produit. Exemples d'écart possibles :

- les emballages intermédiaires ont été pris en compte par les 4 entreprises accompagnées par le Pôle Textile et l'IFTH. Le projet de référentiel textile ne le prévoit pas, les autres participants textiles à l'expérimentation ne les ont a priori pas pris en compte.

- les données de production des matières premières textiles varient beaucoup selon les sources d'information. Par exemple pour le coton, la consommation en eau est très différente d'un pays à l'autre selon l'irrigation des sols.

- sur les phases de production (filature, tissage, ennoblissement, confection), les données moyennes ou issues de la littérature utilisées par ceux qui n'ont pas de données spécifiques s'appliquent à des industries européennes. Or la plupart des entreprises n'ont pas eu accès aux données de production de leurs sous-traitants (Chine, Inde, etc.) et ont donc utilisé des données Europe par défaut.

- le fait de ne pas utiliser la même unité fonctionnelle pour deux articles semblables peut mener à des résultats très différents.

COMMUNICATION

L'axe communication n'a pas été assez développé. Il aurait fallu une à deux réunions supplémentaires avec les experts, les relais des consommateurs et un intervenant spécialisé dans le marketing pour mener une réflexion sur les enquêtes auprès des consommateurs, le graphisme de l'affichage ou les modes de diffusion (Internet, dépliant ...). Notre avis sur la mise en œuvre : les 4 entreprises suivies ont choisi d'afficher la phase de production (comprenant le transport) séparément de la phase d'utilisation et de la fin de vie du produit. Ce double affichage valorise les améliorations apportées aux procédés de production et permet de responsabiliser le consommateur.

LES POINTS FORTS

- Une démarche collective locale qui a favorisé les échanges de points de vue et d'expérience.
- Opération qui a conforté les idées des industriels sur les bénéfices de l'éco-conception.
- Possibilité d'utiliser les données spécifiques des entreprises.
- Bonne cohésion du groupe autour de l'intérêt d'expérimenter quelque chose de nouveau et de défendre une production en France.
- Une démarche locale multi-produits textiles (pas uniquement centrée sur l'habillement).
- Opération qui a permis aux entreprises d'être plus visibles en région.

LES POINTS FAIBLES

- Manque d'expertise marketing et communication : notamment dans le choix du mode d'affichage et du choix des pictogrammes.
- Manque de collaboration de certains fournisseurs.
- Manque de communication au niveau national pour sensibiliser le grand public à cette expérimentation.
- Utilisation de valeurs par défaut sujette à biais.
- Absence de référentiel textile validé au plan national et des recommandations du GT5 peu adaptées au groupe.
- Manque de données génériques disponibles.

NORMES INTERNATIONALES

- **NF EN ISO 14040**

Management environnemental – Analyse du cycle de vie – Principes et cadre.

- **NF EN ISO 14044**

Management environnemental – Analyse du cycle de vie – Exigences et lignes directrices.

RÉFÉRENTIEL DE BONNES PRATIQUES

- **BP X30-323-0 Juin 2011** – Principes généraux pour l’affichage environnemental des produits de grande consommation – Partie 0 : principes généraux et cadre méthodologique.

RÉFÉRENTIELS DE BONNES PRATIQUES SECTORIELS

- **BP X30-323-1 Octobre 2010** – Principes généraux pour l’affichage environnemental des produits de grande consommation – Partie 1 : méthodologie d’évaluation des impacts environnementaux des chaussures.
- **Projet de référentiel d’évaluation environnementale des « pièces de lingerie soutien-gorge/culotte »** proposé par Chantelle en juin 2011.

- **Projet de référentiel d’affichage environnemental « Jean »** proposé par Bio Intelligence Service en avril 2011.
- **Projet de référentiel d’évaluation environnementale des « textiles d’habillement »** proposé par RDC Environnement en novembre 2010.

ANNEXES MÉTHODOLOGIQUES DU BP X 30-323

- **Annexe A** – Méthodologie générale d’évaluation des impacts environnementaux d’un produit ou d’un service.
- **Annexe B** – Liste des gaz à effet de serre.
- **Annexe C** – Taux de recyclage des applications (RB2B) - Nomenclature.

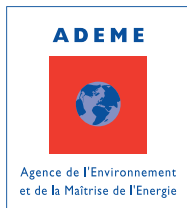
RÉGLEMENTATION

- **Loi n° 2009-967 du 3 août 2009** de programmation relative à la mise en œuvre du Grenelle de l’environnement, dite Loi Grenelle I (voir article 54).
- **Loi n° 2010-788 du 12 juillet 2010** portant Engagement national pour l’environnement, dite Loi Grenelle II (voir article 285).
- **www.legifrance.gouv.fr**

GUIDES DE LECTURE

Les guides de lecture pour les référentiels sectoriels issus des groupes de travail « Chaussures/marquinerie » et « Habillement, textiles de maison » (GT5) et validés par la plate-forme ADEME/AFNOR expliquent et illustrent les choix méthodologiques spécifiques à chaque catégorie de produits. Guide de lecture disponible : Chaussure. À venir : Textile.

- **Ils sont téléchargeables gratuitement sur le site www2.ademe.fr**, rubriques « Domaines d’intervention » puis « Management environnemental et éco-produits » puis « Communiquer ».



ADEME ALSACE

Florence Huc
8 rue Adolphe Seyboth
67000 Strasbourg
Tél. : 03 88 15 58 91
Fax : 03 88 15 46 47
E-mail : florence.huc@ademe.fr
Site web : www.ademe.fr/alsace

ADEME BOURGOGNE

Cécile Colson
1C, boulevard de Champagne
Tour Elithis
BP 51562 21015 Dijon Cedex
Tél. : 03 80 76 89 71
Fax : 03 80 76 89 70
E-mail : cecile.colson@ademe.fr
Site web : www.bourgogne.ademe.fr/

ADEME LORRAINE

Olivier Benoit
34 avenue André Malraux
57000 Metz
Tél. : 03 87 20 03 74
Fax : 03 87 50 26 48
E-mail : olivier.benoit@ademe.fr
Site web : www.lorraine.ademe.fr



DÉLÉGATION EST ALSACE, LORRAINE, BOURGOGNE

Pascal Thomas, délégué régional
14 rue du Saulnois
54520 Laxou
Tél. : 03 83 86 52 92
E-mail : pascal.thomas@afnor.org
Site web : www.afnor.org

DÉLÉGATION EST ALSACE, LORRAINE, BOURGOGNE

Isabelle Salmon, ingénieure
développement
14 rue du Saulnois
54520 Laxou
Tél. : 03 83 86 52 92
E-mail : isabelle.salmon@afnor.org
Site web : www.afnor.org

AFNOR NORMALISATION

Rim Chaouy, ingénieure
normalisation
11 rue Francis de Pressensé
93571 La Plaine Saint-Denis Cedex
Tél. : 01 41 62 85 74
E-mail : rim.chaouy@afnor.org
Site web : www.afnor.org



Ce guide a été rédigé par Florence Huc,
Isabelle Salmon et Pascal Thomas
avec la précieuse collaboration de l'IFTH
et du Pôle Textile Alsace.

