

ÉCO-CONCEPTION

MASTERCLASS #10

MERCREDI 15 DECEMBRE 2021
17H - 19H

LA
CASERNE

Qu'est-ce que l'écoconception et comment l'adopter ?

S'inscrire dans une démarche d'écoconception suppose de repenser sa manière de produire en y intégrant à chaque étape des critères qui minimisent son impact environnemental.

Ecoconcevoir un produit implique en effet de tenir compte de sa fin de vie tout au long du processus de développement.

Quelles sont les notions à prendre en compte à chaque étape (recyclage, minimalisme, type d'utilisation, durée de vie) ?

Comment garder une cohérence entre son produit et sa démarche grâce à une charte éthique et un cahier des charges de durabilité poussés ?

Nous revenons sur les fondamentaux de l'écoconception en présentant la manière de l'intégrer à sa stratégie et ses limites.

Ouvrez grand vos oreilles et sortez vos stylos, la masterclass commence !



Les axes de la masterclass

Lors de la masterclass, les experts prennent la parole au sein d'une table ronde d'une durée d'une heure. Leurs conseils sont concrets et le plus opérationnels possibles. L'intervention est suivie d'un temps d'échange avec les participants.



#1 DÉFINITION ET PRINCIPES DE L'ÉCOCONCEPTION

#2 LES RAISONS QUI POUSSENT À ADOPTER L'ÉCONCEPTION

#3 CHOISIR SA STRATÉGIE D'ÉCOCONCEPTION

#4 MÉTHODE ET OUTILS POUR ÉCOCONCEVOIR

#5 L'ÉCONCEPTION WASHING

#6 LES LIMITES DE L'ÉCOCONCEPTION ET LES SOLUTIONS ALTERNATIVES

Les intervenants

Pour accélérer la transition écologique des marques et des entreprises, LA CASERNE invite des experts à intervenir lors de masterclass au sein desquels les acteurs du changement pourront apprendre et imaginer le monde de demain.



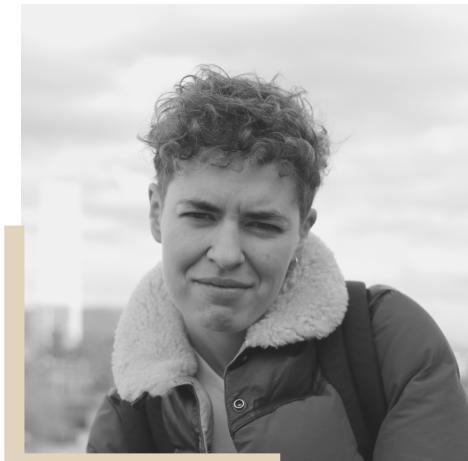
ADÈLE ROUTHIAU, REFASHION

Biographie

Ingénierie diplômée de l'ENSAIT, Adèle est passionnée par le monde de la mode et convaincue de l'importance des enjeux environnementaux et sociaux de cette industrie. Dans le cadre de sa mission chez Refashion, elle suit plus particulièrement les sujets relatifs à l'éco-conception de la filière Textile. Elle a lancé en 2020 la plateforme Eco design, un outil en open source pour aider les marques de textiles et de chaussures à relever le défi de l'éco-conception. Elle anime également « Les rendez-vous de l'éco-conception », des ateliers mensuels de sensibilisation et d'accompagnement à destination des acteurs de la filière.

[ADÈLE ROUTHIAU](#)

[@refashion](#)



JULIA FAURE, LOOM

Biographie

Diplômée en agronomie et en études de genre, Julia est la cofondatrice de Loom, les vêtements conçus pour durer. Elle est également membre de En Mode Climat, une coalition d'acteurs du textiles (marques, mais aussi usines, organismes, médias...) réunis pour faire un lobbying vertueux pour lutter contre le réchauffement climatique.

[JULIA FAURE](#)

[@loom_officiel](#)



CLAIRE DESLANDES MORTIER,
CONSCIOUS FASHION

Biographie

Depuis 18 années dans l'industrie des textile, Claire a exercé comme styliste, styliste&chef de produit, puis à la direction de collection pour des marques premium et luxe. Suite à une prise de conscience sur la transition impérative de mon métier, elle a acquis un Master RSE. Partant du constat du manque d'acteurs pour accompagner les marques dans leurs transitions, elle a créé en 2020 Conscious Fashion qui repose sur trois axes : Conseil/coaching ; Formation et Eco Design.

[CLAIRES DESLANDES MORTIER](#)

[@consciousfashion](#)



BÉATRICE BELLINI,
UNIVERSITÉ PARIS NANTERRE

Biographie

Béatrice Bellini est enseignant-chercheur à l'Université Paris Nanterre et dirige la chaire Positive Business dont l'objectif est de contribuer à faire évoluer les pratiques et l'enseignement du management pour des prises de décision garantissant la pérennité des organisations. Elle est spécialisée sur les modèles d'affaires et la conception d'offres responsables.

[BÉATRICE BELLINI](#)

[@uparisnanterre](#)

Ce qu'ils nous ont dit

L'éco-conception vise, dès la conception d'un procédé, d'un bien ou d'un service, à prendre en compte l'ensemble de son cycle de vie (confection, transport, entretien, fin de vie ...) pour minimiser les impacts environnementaux. Il s'agit d'une démarche multi-étapes et multi-critères qui peut varier en fonction de la stratégie de l'entreprise.



Les flux dans la filière textile

517K de tonnes de textiles & chaussures mis sur le marché par 4096 marques

204 K tonnes collectées soit 39% de la mise en marché auprès de 44 K point d'apport

156 K tonnes triées, soit 2/3 de tonnes collectées sur 64 centres en France et en Europe

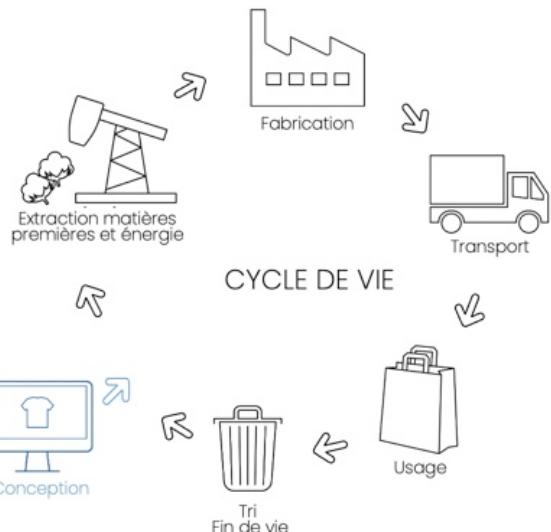
source : Refashion

Le principe de l'éco-conception

Une solution parmi tant d'autres

L'éco-conception n'est pas une solution unique pour révolutionner l'industrie du textile / de la chaussure. C'est un outil/une stratégie parmi d'autres.

Il s'agit d'un pilier de l'économie circulaire qui vise à augmenter l'efficacité de l'utilisation des ressources et à diminuer l'impact sur l'environnement.



Une approche mulet-étapes et multi-critères



Source : Le Revers de mon Look - Universal Love

Les raisons qui poussent à éco-concevoir

L'éco-conception a de nombreux avantages pour les marques de mode. Parmi les raisons qui peuvent les pousser à éco-concevoir, on peut retrouver les suivantes :

- Minimiser l'impact environnemental
- Répondre aux attentes des consommateurs
- Innover
- Gains économiques
- Respecter les réglementations

Les niveaux d'éco-conception

Niveau 1 : Amélioration de la production

Il s'agit du niveau où l'on agit principalement sur les matériaux et les composants

Niveau 2 : Reconception du produit

Il s'agit du niveau où l'on agit sur l'architecture du produit

Niveau 3 : Innovation des fonctions

C'est le niveau auquel on réalise un saut technologique en développant de nouvelles fonctions et de nouveaux usages

Niveau 4 : Innovation du système

C'est le niveau qui permet de dépasser l'éco-conception en changeant de modèle économique

Les stratégies d'éco-conception

Le modèle d'éco-conception est différent en fonction de la stratégie souhaitée par l'entreprise. Les stratégies sont les suivantes:

1) Eco-concevoir pour allonger la durée de vie :

-Durer (produits de haute qualité et offre intemporelle)

-Réparer (produits de haute qualité et peu de composants)

2) Eco-concevoir pour plus de circularité :

- Faciliter le désassemblage (réutiliser des éléments de précédents produits dans de nouveaux)

- Faciliter le recyclage (produit mono-matériaux)

- Faciliter la biodégradabilité



Étude de cas : faciliter le recyclage

1 Faire l'inventaire des composants d'un produit classique (matières, accessoires, fil, etc.)

2 Réfléchir aux éléments possibles d'être supprimés ou remplacés. Plus le produit sera minimaliste plus il sera facile à recycler !

3 Limiter les mélanges de matières (coton / polyester) et privilégier le monomatérielle.

4 Réduire les proportions d'élasthanne (max 5%)

5 Limiter les finitions « épaisses » type enduction et les « points durs » métalliques (boutons, zips, rivets, etc.).



Limites et solutions alternatives

Si l'éco-conception est une solution pour réduire son impact, elle apparaît aujourd'hui insuffisante face à la pollution engendrée par les grands groupes de Fast Fashion. L'addition des marques ayant recours à l'éco-conception ne permettra en effet pas de compenser la catastrophe écologique causée par les plus grands.

Repenser le business model

Pour réduire véritablement son impact social et environnemental, l'industrie de la mode doit adresser la question des volumes de production. Dans ce cadre, la coalition En mode climat travaille pour plus de régulation dans l'industrie et oeuvre pour :

- Revoir l'éco-contribution
- Adapter l'affichage environnemental
- Intégrer l'industrie Textile au Pacte Vert pour l'Europe
- Instaurer une TVA Préférentielle
- Orienter la commande publique

En attendant de changer de business model, les marques peuvent agir à leur échelle en intégrant les logiques suivantes:

- 1) Produire localement ou localiser le plus d'étapes en Europe
- 2) Utiliser des matières naturelles (coton bio, laine etc...)
- 3) Ne rien utiliser venant de Chine
- 4) Ne plus utiliser de techniques marketing pour vendre (soldes, promos, drops)



Suivez-nous sur les réseaux sociaux

Vous faites désormais partie de notre communauté d'acteurs engagés pour transformer durablement l'industrie de la mode. N'hésitez pas à communiquer au sujet de votre participation aux masterclass de LA CASERNE !

En tant que participant aux masterclass de LA CASERNE, vous faites désormais partie de notre communauté d'acteurs engagés.

Restez informé.e sur les prochaines masterclass en visitant notre site internet et en nous suivant sur les réseaux sociaux.

Follow us



[@lacaserneparis](#)



[LA CASERNE](#)



[La Caserne](#)



Informations pratiques

Se rendre à LA CASERNE située au 12 rue Philippe de Girard 75010 Paris :

- RER B, D; Métro 4, 5; Bus 26, 35, 38, 39, 43, 45, 48, 54, 91 - Gare du Nord
- Métro 7; Bus 26, 46, 54 - Louis Blanc

Se déplacer à l'intérieur de LA CASERNE :

Les Masterclass, week-end de conférences, workshops et formations se dérouleront au sein de la Grande Salle (salles polyvalentes ci-dessous) de LA CASERNE située au rez-de-chaussée de l'aile droite du bâtiment.

