



# MANIFESTE

# «TERRITOIRES FABRICANTS»

## 10 idées pour une réindustrialisation durable de la mode

La difficulté de fabriquer des produits simples comme les masques, pendant la crise du COVID, a mis à l'agenda médiatique et politique l'enjeu de la réindustrialisation et réimplantation de la fabrication textile.

Cette prise de conscience a résonné avec des initiatives et prises de position déjà défendues par des entreprises et porteurs de projet français, pour des raisons écologiques et/ou sociales.

**Cette nouvelle sensibilité est une opportunité pour engager des changements durables dans la chaîne de valeurs et d'approvisionnement de la filière mode et habillement.**

Nous croyons à l'avenir des talents, des savoir-faire, des collaborations entre fabricants, marques et distributeurs, des **coopérations territoriales** comme étant le terreau fertile de ce changement.

**Les «Territoires Fabricants» doivent être des bassins de vie, où une part croissante de ceux qui est consommé localement, est produit localement avec des ressources locales.**

Du détaillant indépendant jusqu'à la grande enseigne, recréer des filières d'approvisionnement à moins de 150 km, est à la fois une aventure créative et une manière de renouer la confiance avec ses clients.

Création d'emploi, réduction des impacts, réinvention des business model, ce challenge n'a que des avantages.

Car sans emploi pas de consommation !

# Filière mode et textile :

## 10 idées pour **Re-Fabriquer, Réemployer** et **Régénérer**



### 1 | Partir du besoin et des usages des personnes : la Mode du quotidien pour TOUS !

Il ne s'agit plus de définir une offre pour un client cible hypothétique, des objectifs de croissance et une stratégie marketing pour les atteindre. Il s'agit de partir des besoins quotidiens pour définir son offre et d'avoir un dialogue continu pour co-créer. La question n'est plus : comment vendre le plus de vêtements possible mais comment habiller les client-e-s aujourd'hui et demain en consommant **moins de ressources et d'énergie**, en générant **moins de gaz à effet de serre**.

Soyons ambitieux et **re-produisons en France** des vêtements, chaussures, sacs et objets textile pour TOUS !

Soyons imaginatifs de nombreux besoins existent et n'ont pas d'offre en face.



### 2 | Utiliser les ressources locales à impact carbone faible et non polluantes

Pour concevoir ces produits, le choix des matières premières est capital.

Il s'agit de **sourcer les matières** végétales (lin, chanvre, orties, plantes sans intrants chimiques), les matières animales (laines européennes), matières dormantes (fin de rouleaux, chutes, invendus, textiles usagés, vêtements usagés).

Les matières fossiles comme le polyester doivent être retirées de la filière.



### 3 | Innover pour des matières biosourcées et régénératives

Les textiles à base de mycélium (champignons) de végétaux à croissance sans intrants (ricin) et les sous-produits d'autres secteurs d'activités inutilisés (peaux de betteraves, de poissons, pelures de fruits, marc de café, houblon plantes à croissance sans intrants etc.) ne sont plus de la science-fiction.

Ils peuvent être produits et sourcés partout en France, et pourraient être les **innovations créatives** les plus importantes de la mode du futur.





## 4 | Développer des Tiers-Lieux

**Développer des Tiers-Lieux** pour créer des **collaborations**, inventer des solutions **rapidement** pour le bien commun et **accompagner la qualification** des professionnels et des partenaires.

Selon l'endroit où l'on se trouve dans la chaîne de valeur, les défis sont nombreux pour construire des collaborations stables, durables et profitables.

Quand on est un créateur, comment trouver un confectionneur, un fabricant de matières ou le bon canal de distribution ?

Quand on est un distributeur, comment sourcer les bonnes marques et les bons produits ? Comment réduire l'impact de ces activités ?

Quand on est un fabricant, comment trouver le bon positionnement prix, former ou recruter des personnes qualifiées, le bon moment pour investir et comprendre les besoins fluctuants du marché ?

La clef est de sortir de la simple relation commerciale pour construire des **partenariats stables, durables** et monter en qualification ensemble et tout de suite.

Les Tiers-Lieux ont l'ambition de susciter et d'héberger ces collaborations pour de **meilleurs savoir-faire et un marché local plus fluide et simplifié**.



## 5 | Se faire aider pour investir et ne pas brider son ambition en s'isolant

De nombreuses aides existent : **plan de relance**, aide à la Recherche & Développement dans la mode circulaire, etc.

Des partenaires publics et privés, des fondations peuvent appuyer le **développement des savoir-faire** et des outils productifs locaux.

Des fonds à impact se créent. Ces coups de pouce sont indispensables pour changer de modèle.

La filière de fabrication au sens large doit montrer son courage intrinsèque, et **sécuriser ses marchés en co-investissant avec des marques et distributeurs**.



## 6 | Pas de compromis sur le réduire, réparer, réutiliser, recycler

Les limites planétaires nous obligent à faire moins mais mieux.

La **fabrication à la demande** sans gaspillage doit être une préoccupation constante et partagée par tous les partenaires de notre filière. Habiller les client-e-s, c'est aussi leur proposer des services de **réparation**, de **personnalisation**, de **revente** de seconde-main, de **location** locale afin de **limiter la production de matières et vêtements neufs**, ainsi que la logistique inutile.



## 7 | Mesurer ses avancées et les communiquer, informer vraiment

Pour mobiliser ses collaborateurs, et informer avec justesse ces clients : Il faut **évaluer les impacts environnementaux** de son offre ainsi que de toute sa chaîne de distribution et renseigner précisément la localisation de la fabrication de ses produits et de ses composants.

Chacun doit devenir acteur, force de proposition et d'expérimentation pour mettre en œuvre un **affichage environnemental** compréhensible pour les consommateurs et faisable par chaque entreprise petite ou grande.



## 8 | Former massivement

La production ne doit pas se faire dans des ateliers peuplés d'humains travaillant à la chaîne et exploités.

Pas d'usines textiles inspirées de la ferme aux mille vaches ou des friches de Leicester !

Les ateliers seront numérisés et en réseau, en partie robotisés, la conception sera virtuelle afin d'éviter les prototypes nombreux.

Il faudra **former massivement** : jeunes et moins jeunes et personnes en reconversion d'autres industries ou filières, ainsi que les marques qui ont perdu le savoir de la production agile.

De nouveaux formats de formation en situation de travail rapides et attirants utilisant de **nouvelles pédagogies Peer to Peer** et **accessibles financièrement** doivent être créés **immédiatement**.



## 9 | Manager agile

Le manager autoritaire et solitaire ne pourra pas garantir l'agilité nécessaire dans un monde imprévisible. Il ne pourra inspirer la jeune génération avide de cap commun et d'aventures partagées, et soucieuse de son épanouissement personnel.

Seules les formes d'entreprises qui mobilisent toutes les énergies et intelligences, savent créer des écosystèmes puissants et des **alliances fortes** pourront affronter les aléas et développer avant les autres, les **nouveaux marchés économes en ressources**, mais rentables.





## 10 | Travailler en osmose entre acteurs par sujets ou territoires

**Constituer des équipes projet efficaces** ayant des buts précis et rapides, **écorentables** et créateurs de valeur ajoutée locale.

Élus, entreprises, associations ont chacun leur rôle actif à jouer ensemble.

**Élargir le réseau** aux entreprises innovantes et durables Européennes.

**Cesser les déclarations d'intentions** et les débats entre experts, il est temps de **produire des résultats**.

Ensemble. Tout de suite.

## Conclusion : Et si on se fixait très vite des objectifs communs ?

### Objectif 1 :

Que chaque grande enseigne de distribution approvisionne **1% minimum en France** dès 2022 et 5% en 2025.

**La mode durable et locale doit en effet être accessible à tous** et se trouver dans les circuits de distribution quotidiens des Français en physique ou en ligne.

### Qui s'engage ?

### Objectif 2 :

Que la consommation de vêtements soit faite à 10% en France au plus vite !

Quand ?

Fixons le ensemble dans nos fédérations, groupes, comité de filière d'ici fin 2021.

**Re-localiser nous pouvons le faire !**

Pour contribuer à ce changement, n'hésitez pas à compléter **cette pétition** !

Contact : [hello@fashiongreenhub.org](mailto:hello@fashiongreenhub.org)  
[www.fashiongreenhub.org](http://www.fashiongreenhub.org)