

Compte Rendu de la réunion TO BE OR NOT TO BE ECO-FRIENDLY du 9 octobre 2014

Lieu : à l'IFM de 14h à 17h

En présence de : Nelly Rodi, Elisabeth Lulin, Stanislas Vandier, Pierre-François Le Louet, Isabelle de Bussac, Evelyne Chaballier.

POINT SUR LES PARTICIPANTS = 28 personnes + équipe R3ilab

15 textiliens

Contrejour, Marc Artigue

Corderie Meyer Sansboeuf, Benoit Basier

JRC Reflex, Bernard Cugérone

Marvel, Renaud Decrop

Lemaitre Demeestere, Olivier Ducatillion

Dognin, Rafik Mahiout

La Gentle Factory/Happy Chic, Christèle Merter

Waiting for the sun, Antoine Mocquart et Julien tual

Dominique Picquier (maison d'édition)

Filatures du Parc, Emmanuel Pretet

The Other Store, Yann Rivoallan

Chantelle, Philippe SOfys

Société Choletaise de fabrication, olivier Verrielle

Les trouvaillies d'Amandine/ ALTERTEX, Amandine Cha-Dessolier, représentait aussi Eric Boel des Tissages de Charlieu

N'a pu être présent le jour j : Bruno de Lalande, LYTESS

11 techno /Experts

CAP GEMINI / SOGETI	Emmanuelle	CHAMBONNIER
ENSAIT	Ludovic	KOEHL
OLIKROM	Jean-François	LETARD
WIITHA	Brieuc	SAFFRE
IFTH	Denis	COUVRET
Up TEX/ vallée du recyclage	Eric	MEZIN
NATEXPO	Anne	DUPUY
SUNPARTNERS technologies	Jean luc	LEDYS
IN PRINCIPO	Olivier	REAUD
CARBONETEX	Emmanuel	PRETET
JEANNE BLOCH		

2 institutionnels (DGCIS & CELC)

CELC	Marie-Emmanuelle	BELZUNG
DGCIS	Annie	CALLISTI

TIMING

- **Accueil et présentation de Bernard Cugérone, président de JRC Reflex, qui a accepté la Présidence du programme Futurs Immédiats** = Nelly Rodi, Vice Présidente du R3ILAB
- **Introduction avec deux business cases : collaboration NOKIA/Adrien Sauvage & Bang Bang Tent – par Elisabeth Grosdhomme**, PDG de Paradigmes, Société d'étude et de conseil en veille, prospective et innovation
- **Quelles opportunités d'innovation autour de l'empreinte environnementale ?** par Elisabeth Grosdhomme, Stanislas Vandier et Evelyne Chaballier. (PPT ci-joint)
- **Comment y associer de la rentabilité ? 3 groupes de travail d'une heure**
 - 1^{er} groupe : Quels modèles économiques ? animé par Stanislas Vandier
 - 2^{eme} groupe : Quels segments marketing ? animé par Pierre François Lelouet
 - 3^{eme} groupe : Quels services associés ? animé par Evelyne Chaballier

RESTITUTION DES GROUPEES

Groupe 1 : Modèles économiques = Quelles optimisations de couts pour faire de l'Eco Friendly ? et qu'est ce qui permet de vendre plus cher des produits EcoFriendly ? / Stanislas Vandier

Premier constat: pas plus cher de produire de l'EcoFriendly = en menant une démarche de repense cycle de production = des solutions + économiques sont trouvées.

Quelles fonctions doivent etre externalisées ? Tendence croissante à nouer des partenariats.

Penser à valoriser ce qu'autrefois était donné gratuitement = déchets

Ou encore reprendre gratuitement ce qui autrefois était payant

Deuxième constat = 50% des couts énergétiques sont dus à la production mais les autres 50% sont dus à l'usage = il y a donc une éducation du consommateur final à envisager

Quelle est la bonne taille de l'écosystème ?

= taille humaine, traçabilité, pas forcément sur des territoires proches

Il serait intéressant de créer une plateforme BtoB listant les fibres / textiles recyclés en stock pour fluidifier les flux.

Eco Friendly est attractif = perception de valeur

Eco enthousiasme

Susciter du Biodésirable plutôt que du biodurable

Lisibilité (labels trop nombreux)

Argumenter sur l'impact environnemental de l'usage

Eco Friendly est Plus facilement marketé sur marchés de niche

Susciter des clubs d'acheteuses

Groupe 2 : Segments marketing = quelles aspirations et innovations marketing pour des consommateurs prêt à payer plus ? animé par PF Le Louet / Rapporteur : ME Belzung de la CELC

Participants : Denis Couvret/ Ifth, Dominique Picquier, ME Belzung, Amandine Cha-Dessolier, Waiting for the Sun x 2, Anne Dupuy, Renaud Decrop, Yann Rivoallan, isabelle de Bussac/R3ILAB

Apport Immatériel

-Prise de conscience des bénéfices pour l'individu et le collectif = valorisation d'un achat local = en quoi est ce bénéfique à l'acheteur lui-même, mais aussi pour les autres personnes impliquées dans la chaîne de production, pour les autres en général et l'environnement.

+ d'exclusivité= + de valeur = valorisation financière des produits

Traçabilité

Dès les ressources, et sur chaque étape de production, transparence totale, et notation /valorisation scientifique en terme de santé.

Qualité/durabilité

Valorisation quand usage de ressources durables

Valorisation de la durabilité des produits

Revente

Valorisation des articles si recyclés

Services associés

L'après vente/engagement sur les réparations (ex : changement des cols de chemises)

Design / créativité

Comme le Bio c'est bon, faire du BIO c'est beau

Bcq de jeunes designers et stylistes sont intrinsèquement Eco Friendly.

Il faut créer des convergences entre eux et les grandes enseignes

Il manque aujourd'hui dans le paysage de la distribution mode et accessoires, un réseau de distribution avec un positionnement l'Eco Friendly multimarques (que ne peuvent offrir un Nature et découvertes ou un Biocoop trop ancrés dans leur secteur)

Distribution

Valorisation de l'empreinte carbone pour valoriser le local

Communication

Identifier dans la jeune génération des ambassadeurs de l'Eco Friendly. Marion Cotillard a été happée par Dior. Il n'y en a guère d'autres aujourd'hui et pourtant la plupart le sont intrinsèquement (Charlotte Casiraghi + deux autres modeuses ont créé Ever Manifesto)

Le discours doit être construit sans ennemi

Incarné l'humain et reflété la valeur ajoutée de la créativité

Identifier un label commun et unique car trop nombreux

Groupe 3 Quels services associés pour vendre + cher ? animé par Evelyne Chaballier

Le Lieu

Partage : je sais et j'enseigne = conseils

Distribution de vêtements avec parties modulables = pièces changeables (Cols/ manches qui s'usent plus vite)

Site internet qui permette de référencer les marques et leurs partenaires de services associés autour de chez soi

Imprimante 3D = production eco Friendly car locale ?

Production d'énergie localement via stores

Mutualisation

Stocks, Machines, achats

Rapprochement filières récupération plastique / identification des la production les types de plastiques utilisés pour faciliter recyclage

Nettoyage

Textile autonettoyant

Partage fonctions = machine à laver sans eau

Changement d'habitudes

Accepter les défauts

Offrir vêtement vintage en cadeau (comme au Japon)

Innovations de rupture

Fil à partir du carbone dans l'air

Textile auto réparant

ADN du vêtement = traçabilité de toute sa fabrication du Fil à la distribution

PROCHAINES REUNIONS à l'IFM (créneau 14-17h)

JEUDI 13 NOVEMBRE

« MATERIEL / IMMATERIEL »

Les opportunités du numérique pour la chaîne de valeur

JEUDI 18 DECEMBRE

« NOMADISME / URBANISATION »

Et si le textile transformait notre vie dans la ville

JEUDI 15 JANVIER

« NEW AGES & MODES DE VIE »

Des textiles pour mieux vivre à tous les âges

JEUDI 11 juin 9-12h Grand Amphithéâtre de BERCY

Restitution FUTURS IMMEDIATS devant les acteurs de la filière

Quels Scenarii d'Innovation à 2030 ?
