

SYNTHESE DES ECHANGES – MERCREDI 11 DECEMBRE 2024

AU CŒUR DE LA CIRCULARITE : ECHANGES AUX CROISEMENTS DES EXPERTISES ET DES SECTEURS



©Luc Bertrand

Le 11 décembre 2024, la Fédération de la Haute Couture et de la Mode (FHCM), avec le soutien du DEFI, a rassemblé les Maisons membres de la Commission Innovation et Développement Durable en format plénière pour une matinée d'échanges autour de défis communs sur la circularité. Elle a réuni des experts de secteurs variés dont l'alimentaire, la joaillerie-horlogerie, la cosmétique, l'automobile, l'électroménager, l'hôtellerie et l'architecture pour croiser les pratiques et le partage d'expériences. L'événement a été introduit par Pascal Morand, Président Exécutif de la FHCM, Clarisse Reille, Directrice Générale du DEFI, et Léonore Garnier, Responsable Développement Durable de la FHCM.

Économie circulaire : comment en faire un moteur pour la création ?

Emmanuelle Ledoux, Directrice Générale de l'Institut National de l'Économie Circulaire

Poursuivre la vie et les modèles économiques sous contrainte est une réalité partagée par toutes et tous : les ressources sont communes, les enjeux globaux. La question de la circularité est trans-sectorielle, et même si on constate une accélération prometteuse dans le développement de technologies de rupture, la prochaine étape est celle du passage à l'échelle de façon globale. La multiplication des initiatives innovantes est un signe positif pour une faire face à la structuration nécessaire de filières circulaires et ainsi instaurer un modèle économique à la fois rentable, viable et durable.

Réparabilité à quel prix ?

Frederic Grivel, VP Battery Repair Recycling and End of Life, Stellantis

Regis Koenig, Directeur Réparation & Durabilité, Fnac Darty

Camille Masuyer, Head of Performance & CSR Operations, Chaumet

La réparabilité impose une véritable révolution culturelle et économique, nécessitant une coopération entre industriels, réparateurs et consommateurs pour construire un modèle durable et circulaire. Bien que les coûts actuels soient un frein, des solutions émergent comme l'évoque Régis Koenig avec la création de Darty Max, un abonnement qui rend la réparation plus accessible, tandis que Frédéric Grivel met en lumière l'usage de pièces reconditionnées dans l'automobile pour réduire les coûts et répondre aux exigences des clients. Dans l'horlogerie-joaillerie, Camille Masuyer voit la réparation comme un moyen de fidélisation, sous réserve d'équilibrer le coût et la qualité. La réorganisation des compétences, notamment via des formations internes et des hubs circulaires pour le reconditionnement des pièces, devient essentielle pour répondre à la pénurie de main-d'œuvre qualifiée. La mutualisation des ressources inter mais aussi intra entreprises, apparaît également comme une voie prometteuse. Les consommateurs, souvent réticents, peuvent également devenir acteurs du changement si les entreprises les accompagnent tout au long du cycle de vie de leurs produits, comme le propose Darty Max ou l'incitation des assureurs à favoriser l'économie circulaire dans l'automobile chez Stellantis.

Témoignage : design et circularité

Dominique Jakob, Cofondatrice Jakob + MacFarlane

La préservation de l'environnement représente un défi complexe pour les jeunes architectes, pourtant ces contraintes ouvrent la voie à une réinvention où chaque difficulté devient une opportunité créative. Repenser l'usage des matériaux et valoriser les bâtiments existants plutôt que privilégier systématiquement le neuf impose un changement de mentalité : les déchets doivent être envisagés comme des ressources précieuses. Portée par l'agence, l'Université du Caire en est un exemple inspirant, utilisant jusqu'à 80% de la terre locale extraite lors des fondations pour ériger des murs, conciliant flexibilité, économie d'eau et adaptation aux ressources disponibles. Cette démarche circulaire rejoint celle de l'artiste plasticien Moffat Takadiwa et du designer Stefan Shankland, dont la démarche Marbre d'ici transforme les déchets issus de démolitions en une matière première locale, esthétique et écologique. Observer ce qui existe, redéfinir les matériaux délaissés et les intégrer dans un processus de transformation permettent non seulement de préserver l'environnement, mais aussi d'enrichir nos territoires d'une dynamique durable et innovante.

Témoignage - consommation et circularité

Brune Poirson, Directrice développement durable, Groupe Accor

Les modèles d'affaires hôteliers s'appuient sur une expansion volumique, posant la question de leurs limites face aux impératifs environnementaux, auxquels s'ajoute la contrainte majeure de la nature même du secteur, atomisée et fragmentée. Le modèle d'Accor reposant sur des franchisés, la mise en place d'actions engagées pour l'environnement n'en est que plus complexe et nécessite un travail de conviction et d'appropriation. Des décisions importantes ont d'ores et déjà été prises, ainsi l'interdiction du plastique à usage unique qui s'applique à tous. Un engagement qui cristallise en réalité l'enjeu de la circularité à l'échelle industrielle. Non seulement cela permet de remettre en question le cœur du modèle d'affaire en contrant la standardisation massive, mais cela engage également les 3000 collaborateurs et le client final lui-même : c'est un engagement visible et palpable. Cette décision questionne par ailleurs les valeurs mêmes de l'hôtellerie qui repose sur la satisfaction des attentes de la

clientèle. Repenser ses modèles et agir pour l'environnement demande donc un certain courage : œuvrer à la construction d'une voie alternative qui allie engagement fort, durabilité et performance économique.

Affichage consommateur au service de la transformation : partage d'expériences

Amelie Allaert, Home Index Leader, Adeo

Helene Boyer, Directrice Communication et RSE Europe Continentale Kellogg's

Joel Tronchon, Directeur développement durable Europe, L'Oréal

Le Nutriscore, le Home Index et l'Ecobeaauty Score sont trois exemples concrets de mise à disposition d'information au consommateur comme levier de transformation. Chacun avec leurs spécificités, ces affichages permettent au grand public de décrypter leurs produits au moment de l'achat ; mais surtout, en amont, de piloter des stratégies d'amélioration de la performance et d'écoconception des produits. Alors que le Nutriscore, qui continue d'évoluer et soumis à des défis d'harmonisation au niveau européen, pousse à repenser des recettes produites pour améliorer ses qualités nutritionnelles, le Home Index montre qu'un affichage global intégrant des critères environnementaux et sociaux fonctionne et qu'il peut mobiliser de façon inédite l'ensemble des acteurs de l'amont. L'Ecobeaauty Score de L'Oréal, quant à lui, anticipe les exigences des consommateurs pour apporter une information claire et familière en restant fidèle au format de notation ABCDE, familier du grand public. Ces initiatives illustrent un équilibre nécessaire entre transparence, standardisation et impact sur les chaînes de valeur.

Comment construire des données fiables et accessibles ?

Vincent Colomb, Coordinateur affichage environnemental ADEME

Pascal Dagrass, Chef de projet affichage environnemental, Commissariat Général au développement durable

L'affichage environnemental en valeur absolue, qui a été choisi, vise à donner aux consommateurs une information pertinente et qui peut donner lieu à une prise de conscience de la responsabilité de l'acte d'achat. La mise à disposition de données fiables requiert l'établissement d'une base robuste, transparente et accessible. L'intégration des inventaires de données doit se faire à plusieurs niveaux, en prenant en compte les spécificités sectorielles et en assurant une vérification rigoureuse des mesures d'impact. La transparence des algorithmes et la structuration des méthodologies est également un indispensable pour éviter les incohérences et garantir des décisions éclairées. Le principal enjeu reste néanmoins la nécessaire collaboration entre acteurs publics et privés pour affiner ces outils tout en préservant leur agilité, leur fiabilité et les impératifs de confidentialité.

En conclusion, Pascal Morand a souligné tout l'intérêt de ces illustrations multisectorielles, la nécessité d'une grande cohérence entre les données traitées aux niveaux microéconomique (entreprises), mésoéconomique (approche sectorielle) et macroéconomique (politiques publiques), ainsi que l'esprit d'innovation qui rejaillit dans l'ensemble des expériences relatées par les différents participants.