



PARIS GOOD fashion

**ACCOMPAGNEMENT DES JEUNES MARQUES
EN DEVELOPPEMENT DURABLE**

*Ou comment donner des clés
aux entreprises de mode
de petite et moyenne taille
pour accélérer leur transition
environnementale et sociale
(bonnes pratiques, carnet
d'adresses...)*

ACCOMPAGNEMENT DES JEUNES MARQUES EN DEVELOPPEMENT DURABLE

3. Introduction

7. Les bonnes pratiques

- 8- écoconception & production
- 12- transports
- 13- retail
- 14- relation consommateur
- 15- communication & supports
- 16- production d'images
- 17- contenus & supports digitaux
- 18- événements éco-responsables
- 19- sobriété numérique

20. L'auto-évaluation

- 21- outils PGF en libre accès
- 22 - documents PGF à disposition

23. Les bonnes adresses

- 24- sourcing de proximité éco-responsable
- 27- réemploi des matières & fins de séries tissus
- 28- packaging de transport & de production
- 29- bureautique
- 30- recyclage

C'est quoi le développement durable ?

Selon la définition consacrée par le rapport Brundtland (1987), le développement durable est « un développement qui répond aux besoins du présent sans compromettre la capacité des générations futures à répondre aux leurs ».

La notion de développement durable a été officialisée en 1992 au Sommet de la Terre à Rio, qui s'est tenu sous l'égide des Nations Unies.

Elle repose sur trois piliers (économie/écologie/social) un développement économiquement efficace, socialement équitable et écologiquement soutenable.

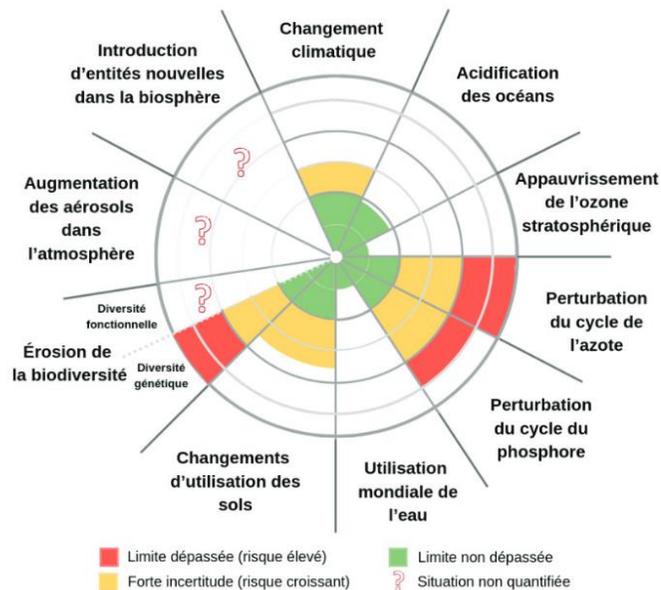
Les objectifs de développement durable



Pourquoi est-il urgent d'agir

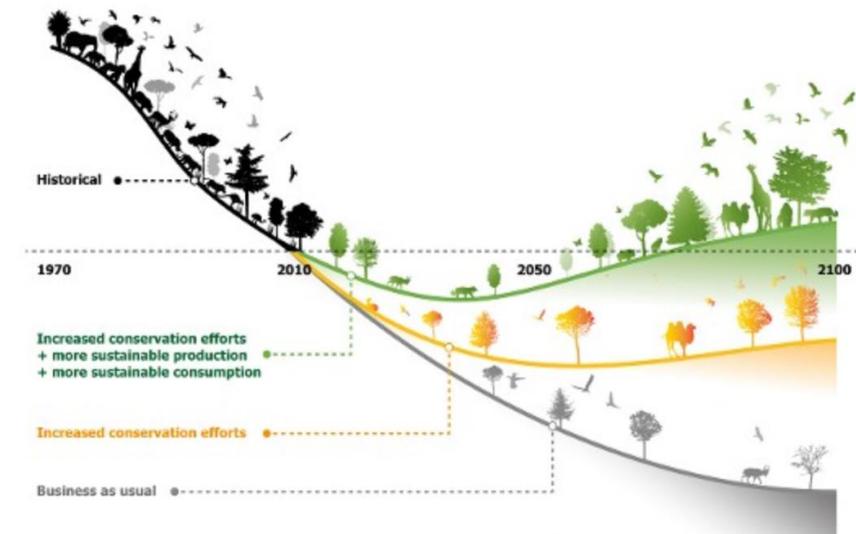
Selon les scientifiques, nous sommes sur une trajectoire de réchauffement climatique de 3,5° à 4° d'ici 2100. Nous sommes nettement au dessus de la préconisation voulue par l'Accord de Paris de maintenir sous les 2° la hausse des températures. A terme, ce sont les conditions de vie des générations futures qui sont en danger. Nous avons un devoir urgent de réduire nos émissions de gaz à effet de serre.

Le concept de dépassement des 9 frontières, développé par Johan Rockstrom et les chercheurs réunis en 2009 au sein du Stockholm Resilience Center offre une vision globale et transversale des risques planétaires que nous encourons par le réchauffement climatique.



D'après Steffen et al., Science, 2015

L'Union Internationale pour la Conservation de la Nature (IUCN) estime la perte d'espèces est maintenant entre 100 et 10 000 fois plus rapide que le taux d'extinction naturel. Selon le rapport Planète Vivante 2020 du WWF, les populations de vertébrés - poissons, oiseaux, mammifères, amphibiens et reptiles - ont chuté de 68% entre 1970 et 2016.



This artwork illustrates the main findings of the article, but does not intend to accurately represent its results (<https://doi.org/10.3033/41136-010-005-y>)

En quoi la mode est-elle responsable ?

Selon le rapport publié en décembre 2020 par l'association Climate Chance, qui fait date de par l'ampleur de sa bibliographie, le secteur de la mode émettrait 2,1 milliards de tonnes de gaz à effet, soit 4 % des émissions mondiales.

Il serait par ailleurs responsable de la pollution de 25 % des eaux mondiales.

500 000 tonnes de micro-plastiques (libération des particules au cours des lavages du textile, procédés de fabrication,...) sont rejetées chaque année dans l'océan. Si la mode n'est pas le seul secteur à en générer, elle y participe pour une large part.

87 % des matériaux utilisés dans la fabrication des vêtements finissent à la poubelle.

Pour produire les vêtements, il faut de la matière première, du transport, de l'énergie pour transformer. Depuis les années 50 avec l'émergence des matières synthétiques et plus encore avec le développement de la fast fashion et du Made in Asie et autres pays à très bas prix, l'impact de la mode dans ces trois domaines a bondi.

D'après Climate Chance, avec 84,5 milliards de mètres cubes d'eau par an, le coton capterait 93 % de l'eau utilisée par l'industrie textile.

Si le coton ne totalise que 2,4 % des terres agricoles mondiales, il concentre 22,5 % des insecticides répandus sur la planète. La crise sociale est accentuée par la crise sanitaire. Que ce soit en France, en Europe ou dans les pays producteurs, la COVID a fragilisé l'ensemble des salariés. Les conditions sociales de production dans certaines usines des pays à faible coût de main d'œuvre comme le Bangladesh sont régulièrement dénoncés par les associations. A cela s'ajoutent les protestations internationales récentes autour du sort des Ouïghours.

Si la mode est un secteur jugé comme « non essentiel », il contribue néanmoins largement à la création d'emplois et de richesses, tout en apportant du bien-être et de la satisfaction esthétique à toutes celles et tous ceux qui s'y adonnent.

Tout l'enjeu pour le secteur est de devenir exemplaire, et faire évoluer ses pratiques pour demain avoir un impact positif pour notre planète et sur les conditions de vie des individus.

Ce que les acteurs de la mode peuvent/doivent faire pour devenir exemplaires (thèmes en % des propositions exprimées)

25%

Recyclage et seconde main

12%

Favoriser le recyclage des vêtements

Donner les invendus à des oeuvres de charité plutôt que les détruire

4%

4%

Utiliser des matières et fibres issues du recyclage d'anciens vêtements

3%

Développer et démocratiser la vente de seconde main

2%

Mettre en place un système de récupération de vêtements dans les magasins

18%

Matières et procédés de fabrication

8%

Privilégier les matières naturelles et éco-responsables tout en limitant les matières plastiques dans les vêtements

6%

Rendre les vêtements de meilleure qualité, plus solides et durables dans le temps

4%

Limiter l'utilisation de produits chimiques dans les vêtements

Relocalisation

20%

18%

Relocaliser la confection de vêtements

2%

Développer les cultures de matières premières françaises raisonnées

Information des consommateurs

15%

10%

Améliorer et augmenter la transparence sur l'origine et la composition des produits

5%

Sensibiliser les citoyens aux enjeux de la mode responsable

Emballages

10%

Limiter l'utilisation d'emballages et de cintres plastiques

Conditions de travail

4%

Garantir des conditions de travail convenables dans l'industrie textile, en particulier à l'étranger

1

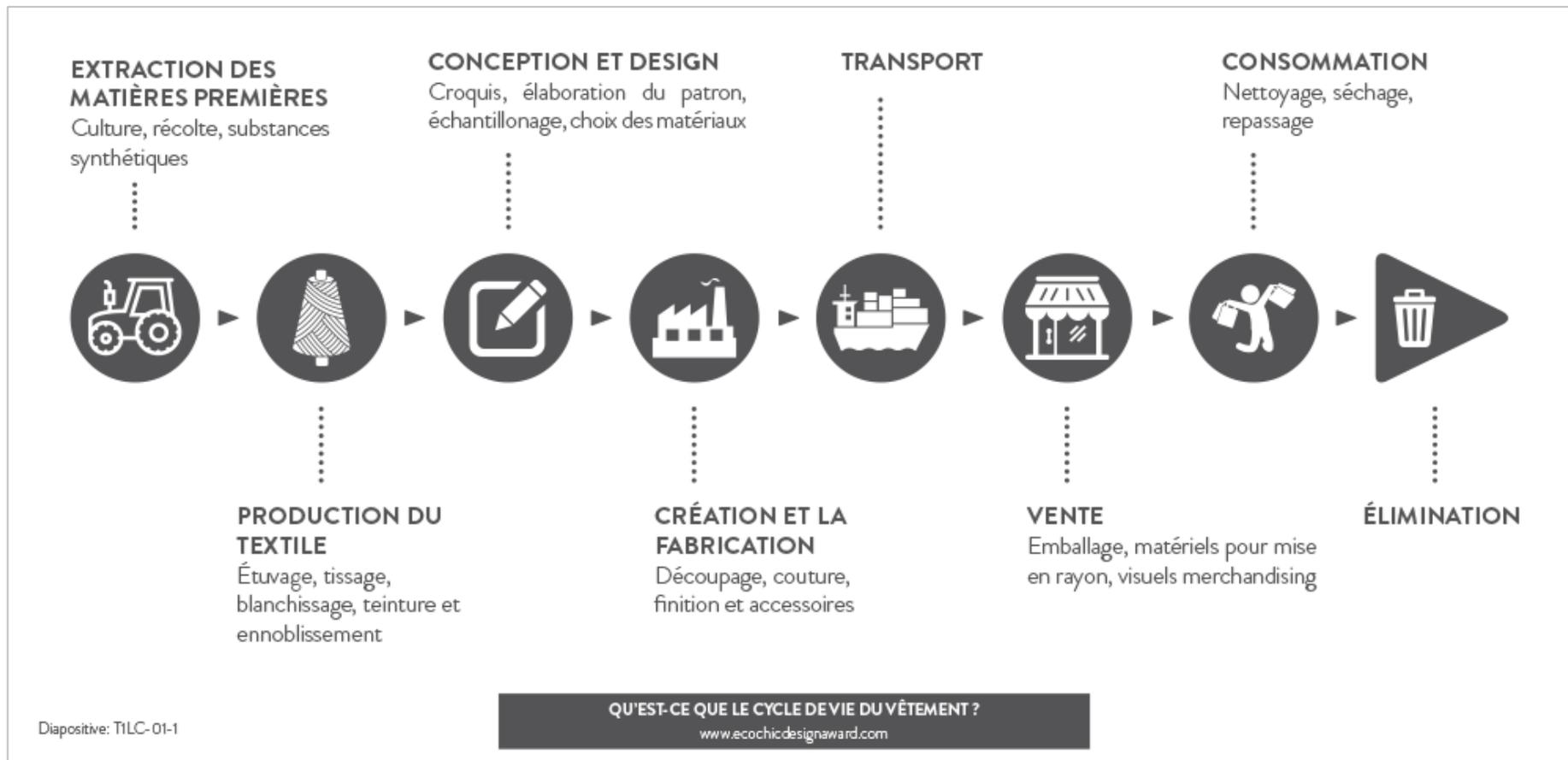
QUE FAIRE ?

Les bonnes pratiques de base à mettre en œuvre immédiatement

- 8- écoconception & production
- 12- transports
- 13- retail
- 14- relation consommateur
- 15- communication & supports
- 16- production d'images
- 17- contenus & supports digitaux
- 18- événements éco-responsables
- 19- sobriété numérique

Les bonnes pratiques / l'éco-conception & la production

Penser la fin de vie du produit dès sa conception



Diapositive: TILC-01-1

Quelles pistes envisager ?

CRITÈRES ENVIRONNEMENTAUX ET SANTÉ – PAP ET ACCESSOIRES

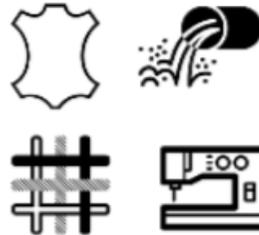
Matières premières



- Coton bio, coton CmiA, coton équitable
- Laine bio, laine traçable/responsable certifiée
- Matière recyclée / upcyclée (polyester, coton, cachemire, cuir, etc.)
- « Faux cuir » végétal
- Tencel®, Monocel® (Lyocell), Naia™, EcoVero™
- Lin, chanvre (bio ou européen), soie bio, yak, alpaga

CmiA : Cotton made in Africa / RWS: Responsible Wool Standard

Transformation



- Tannage végétal, sans chrome / métaux
- Teinture, délavage (denim) à faible consommation d'eau et d'énergie
- Certification Oeko-Tex au produit
- Eco labels officiels : Eco label européen, Bluesign, Nordic Swam, Blue Angel, etc.

Utilisation et fin de vie



- Location
- Seconde main / Vintage
- Service de réparation
- Eco conception pour faciliter le recyclage / le compostage
- Produit garantie à vie ou produit bénéficiant d'une durée de garantie supérieure aux standards du marché

© Go for good

Les bonnes pratiques / l'éco-conception & la production

Les 13 questions essentielles à se poser

- Quelle qualité choisir pour allonger la durée de vie des produits
- Est-il possible de produire localement & en circuits courts
- Quelle pourrait être le recyclage du produit
- Augmenter l'utilisation de matières premières naturelles & bio
- Comment s'assurer de la bienveillance animale
- Quel affichage de l'impact environnemental sur l'étiquetage
- Comment éviter la surproduction
- Comment vérifier l'impact des étapes de transformation
- Comment veiller à des achats responsables
- Quelles Chartes/Audit DD des fournisseurs (social & environnement)
- Quel est le prix « juste » qui permettra de rémunérer au mieux mes prestataires
- Comment limiter l'impact des transports
- *Si recyclé, est-ce recyclable ?*

Les bonnes pratiques / l'éco-conception & la production

Les principaux éco-labels auxquels se référer



Global Organic Textile Standard (GOTS)

- international
- contrôlé par des organismes indépendants.

Au niveau environnemental :

- les fibres utilisées sont d'origines naturelles et composées au minimum à 70% de fibres issues de l'agriculture biologique.
- les OGM sont interdits dans la cultures des fibres.

Au niveau de la qualité des produits, le label GOTS se base sur les normes ISO et fait appliquer des critères en matière de résistance et de rétrécissement au lavage et séchage, ainsi qu'en matière de stabilité des couleurs.

Au niveau social, le label agit durant la phase de transformation textile en garantissant des conditions de travail dignes

Ce label garantit l'absence de substances nocives ou allergènes dans le tissu mais ne garantit pas que la fibre utilisée est biologique.

7 niveaux de certification dont **OEKO-TEX STANDARD 100 :**

Tient compte des réglementations légales importantes telles que

- les produits colorants azoïques
 - le formaldéhyde
 - le pentachlorophénol
 - le nickel, etc... interdits.
- les nombreux produits chimiques nocifs pour la santé, même s'ils ne sont pas encore réglementés par la loi.

De l'ordonnance européenne relative aux produits chimiques REACH

De nombreuses classes de substance également relatives à l'environnement.

Organic Content Standard (OCS)

est un label qui assure

- la traçabilité
- l'intégrité des matières premières tout au long de la chaîne de production.

Pas spécifique au domaine textile mais il s'y applique car il concerne tous les produits non-alimentaires contenant 5-100% de matière organique.

Il vise à assurer la qualité et la quantité de matière organique contenue dans le produit fini ainsi que la filière de fabrication.

L'écolabel européen

est le label écologique utilisable dans tous les pays de l'Union Européenne.

Il est délivré par l'AFNOR.

Ce label concerne des produits qui ont un moindre impact sur l'environnement sur la base de critères environnementaux et de critères de performance (un produit labellisé doit être au moins aussi efficace qu'un produit classique).

Un produit doit impérativement remplir tous les critères pour pouvoir obtenir le label écologique de l'UE.

Ces critères écologiques tiendront compte de tous les aspects de la vie d'un produit, depuis sa production et son utilisation jusqu'à son élimination ultérieure.

Global Recycled Standard (GRS)

Conçue pour répondre aux besoins des entreprises qui souhaitent vérifier le contenu recyclé de leurs produits (finis et intermédiaires) et contrôler les pratiques sociales, environnementales et chimiques responsables dans leur production.

La norme GRS a pour objectif de définir les exigences qui garantissent l'exactitude des déclarations de contenu et la qualité des conditions de travail

Et de minimiser les incidences environnementales et chimiques. Elle s'applique aux entreprises actives dans l'égrenage, la filature, le tissage, le tricotage, la teinte, l'impression et la couture dans plus de 50 pays.

Les bonnes pratiques / transports

Penser en amont déplacements et transports

- Privilégier les circuits courts
- Mutualiser les livraisons
- Choisir des modes de transports moins polluants (fluvial ou train, ou encore électriques ou hybrides pour les derniers km)
- Choisir des transporteurs plus respectueux de l'environnement (en s'aidant de la notation TK'Blue)
- Réduire les voyages en avion des collaborateurs



Avoir une connaissance complète et globale des chaînes logistiques

- *distances parcourues*
- *différentes étapes*
- *modes de transports à chaque étape*
- *impact total*

Les bonnes pratiques / retail

Interroger les habitudes en magasin

Eclairage basse consommation (LED, BREEAM, HQE)

Eclairage des vitrines (pas la nuit)

Chauffage & climatisation en économie d'énergie

- Des supports de communication en magasin plus durable (papier ou carton certifié FSC)
- Réduction consommation de papier (catalogues avec plus de papier recyclé)
- Suppression des tickets de caisse
- Sacs de caisse en papier recyclé
- Recyclage des éléments de décoration des vitrines (dons aux associations ou réutilisation des décors)
- Dispositif ouvert aux clients de recyclage des TLC
- Travail sur l'emballage B2B & B2C
- Pas de plastique pour les cintres

Packaging Client & Packaging interne :
Elimination du plastique / Packaging réutilisable - consigné / Packaging moins épais, moins volumineux / Rationalisation des commandes

Guide à télécharger : <https://www.alliancecommerce.org/guide-pratique-comment-decarboner-son-commerce/>

Les bonnes pratiques / relation marque-consommateurs

Seuls 14 % des consommateurs font confiance aux informations émises par les Marques en matière de développement durable © IPSOS 2018

Etre dans la transparence vis-à-vis des client-es

Transparence et traçabilité

Provenance et conception du produit

Rendre l'information accessible au client

Entretien du produit

- Conseils d'entretien & de réparation
- Sensibilisation à l'augmentation de la durée d'utilisation des vêtements
- Affichage environnemental
- Etiquetage d'un dispositif d'incitation au recyclage en fin de vie

- Incitation à une baisse de la consommation de vêtements neufs
- Diminution du nombre de promotions, soldes et ventes privées
- Autres :
 - discussions avec clients & sensibilisation
 - communication sur les différentes actions
 - étiquetage
 - seconde main

Communication sur les bonnes pratiques & initiatives responsables de la marque (soit formats physiques, soit formation des équipes au discours à délivrer)

Les bonnes pratiques / communication & supports

Prendre le réflexe de ne pas gaspiller

- Préférer des formats de communication standards (A4, A5, etc.) afin d'éviter les chutes
- Limiter les impressions en favorisant des impressions recto/verso et en noir et blanc.
- Choisir un grammage de papier raisonnable pour les impressions. Pour un usage courant au bureau, privilégier un grammage de 80 g
- Choisir des papiers éco-labellisé (éco-label européen, Ange bleu, Cygne Nordique) ou contenant des fibres recyclées et/ou issues de forêts gérées durablement (FSC 100 %, FSC Recyclé ou FSC Mixte).

- Support de communication plus durable (*papier ou carton certifié FSC de préférence*)
- Réduction consommation de papier (*catalogues avec plus de papier recyclé*)
- Showroom virtuel
- Suppression des lookbooks papier
- Travail sur l'emballage
- Evaluation de l'impact digital

Les bonnes pratiques / production d'images

Interroger chaque étape de la production

- Dès la réflexion créative, intégrer les critères d'éco-conception (choix du lieu de shooting, création de décors, ...)
- Sensibiliser tous les participants & partenaires dès le brief, et tout au long du process
- Vigilance sur les amplitudes horaires, en anticipant la charge de travail et sa répartition afin de ne pas mettre en danger les équipes, et d'agir dans le respect des salariés et du droit du travail
- Challenger les sites/studios sur leurs engagements RSE (certification, énergie, gestion des déchets, ...)
- Favoriser les choix de mannequins et talents locaux afin d'éviter l'impact dû aux déplacements
- S'assurer de réduire les transports inutiles de matériel
- Lorsque c'est possible, favoriser le matériel basse consommation. Eviter les groupes électrogènes en préférant un raccordement local
- S'assurer de la fin de vie des déchets traiteur / utiliser des produits locaux-de saison & de la vaisselle ré-utilisable
- Favoriser le ré-emploi des décors (stockage, don, vente). Sinon veiller à leur destruction par filière adaptée
- Préférer les transports groupés pour les équipes et les transports les moins impactants pour le matériel
- En post production, limiter le nombre de fichiers digitaux enregistrés, et détruire régulièrement les versions intermédiaires

Les bonnes pratiques / contenus & supports digitaux

Adopter les bons réflexes pour les contenus digitaux

- Réaliser un inventaire des contenus publiés directement et indirectement (*média, influenceurs, etc...*). Puis réfléchir à la manière dont vous pourrez alléger l'impact lié à la création, l'accès et l'archivage de ces données.
- Limiter le poids des contenus photos et vidéos en jouant sur la résolution, la durée et/ou la compression audio.
- Limiter l'envoi de fichiers lourds par mail à plusieurs destinataires. Préférer l'utilisation d'un dossier partagé - idéalement sur le serveur de l'entreprise.
- Limiter l'enregistrement de doublons ou de version obsolètes, en supprimant régulièrement des photos / vidéos, notamment pour les fichiers les plus lourds (*ex : Photoshop, Première, After Effects, etc.*).
- Challenger la durée de disponibilité des contenus publiés, la nécessité de garder certains contenus sur les supports de diffusion passé quelques mois.
- Modérer la quantité de contenus publiés (*post carrousels, stories, stories à la une, etc.*), en challengeant la quantité et la nécessité des contenus publiés.
- Limiter l'achat de e-notoriété (*vues, abonnés, likes ou commentaires*). S'il s'agit d'actions de marketing courantes, ces pratiques « fallacieuses » engendrent des impacts environnementaux réels. Limiter les actions de ce type, permet de réduire l'empreinte environnementale des contenus publiés.
- Eco-concevoir les canaux de communication créés pour l'événement (*site ou application*). Soit chercher à réduire la puissance informatique nécessaire à l'utilisation de votre service afin de consommer le moins possible de ressources physiques.
- Se faire accompagner par des experts du numérique responsable ou demander l'application des principes d'éco-conception web à l'équipe Informatique.

Dérouler la check-list pour l'organisation des événements

Décor & Scénographie

- Favoriser la location ou la réutilisation de matériels ou de précédents décors
- Engager une stratégie d'éco-conception des décors

Communication

- Intégrer le critère de recyclabilité pour chacun de vos supports
- Faire concevoir des badges en papier ou carton sans éléments plastiques, idéalement réutilisables ou recyclables
- Rappeler les éco-gestes aux endroits stratégiques grâce à des signalétiques claires et responsables

Transport

- Indiquer les modes de transports alternatifs possibles pour se rendre sur le lieu de l'événement
- Proposer un service de transport responsable (électrique, hybride)
- Compenser les émissions liées au transport de l'événement
- Réduire les voyages en avion des collaborateurs

Energie

- Alimenter l'événement en énergies renouvelables
- Limiter l'usage des groupes électrogènes
- Sensibiliser les équipes intervenant sur vos chantiers et les employés aux éco-gestes énergétiques

Déchets & Hygiène

- Engager une réflexion de limitation des déchets
- Mettre à disposition des poubelles pour les déchets communs, recyclables et éventuellement organiques. Ainsi que des bennes pour les zones techniques.
- Bannir l'usage du plastique à usage unique
- Stocker, revendre ou bien donner les matériaux qui peuvent l'être à des organismes spécialisés en travaillant en amont avec les filières de réemploi.
- Trier les déchets afin de les revaloriser. Demander une attestation de recyclage ou de don aux organismes associés à la fin de vie des rebuts

Traiteur

- Choisir un menu à base de produits locaux et de saison
- Préférer l'utilisation de vaisselles réutilisables
- Engager un partenariat avec une association afin de pouvoir donner les repas restants ou valoriser les déchets organiques

Au quotidien : le numérique

Au jour le jour, adopter la sobriété numérique

- Paramétrer les veilles et régler les équipements en mode « économie d'énergie »
- Sur les téléphones portables, activer l'option "Réglages" > "**Batterie**" pour que la batterie dure plus longtemps
- Mettre les ordinateurs **en veille** en cas d'absence brève, et au-delà d'une heure d'inactivité, l'éteindre totalement
- Faire fonctionner les écrans de façon économe en supprimant les économiseurs d'écran animés (ils empêchent la mise en veille de l'ordinateur et n'économisent pas d'électricité), en réglant la luminosité pour un bon compromis entre confort visuel et économie d'énergie...
- Activer le « **mode sombre** » sur les téléphones portables quand c'est possible, notamment sur les applications
- **Limitier les programmes ou onglets ouverts** et les fermer dès non-utilisation
- **Désactiver les fonctions GPS, Wi-Fi, Bluetooth** sur le téléphone ou tablette lors de non-utilisation ou les mettre en mode « avion »
- Penser aussi aux équipements communs à plusieurs salariés, très consommateurs : (imprimantes, routeurs ou serveurs) doivent être éteints la nuit et le week-end

Les actions digitales, telles que l'usage et la fabrication des terminaux, des data centers et du réseau entraînent des répercussions environnementales et sociales importantes. Parmi elles ; le développement d'émissions de GES, la consommation de ressources en eau ou la contribution à l'épuisement des ressources.

L'augmentation du nombre d'appareils numériques et le développement de leurs usages entraînent le développement d'impacts non-négligeables à l'échelle mondiale.

2

S' AUTO-EVALUER

Réfléchir à tous les aspects du DD, se questionner sur ses pratiques pour les améliorer

De la création et écoconception, à la consommation responsable, en passant par le sourcing, les achats responsables, la chaîne d'approvisionnement, le transport & la distribution, la consommation responsable...

Vous pouvez aller plus loin en consultant notre auto-évaluation qui comporte les 80 questions clés à toutes les étapes du process.

<https://parisgoodfashion.fr/fr/nos-engagements/>

De même pour bien comprendre les attentes clients, nous vous invitons à consulter les résultats de la consultation citoyenne que nous avons réalisée à l'automne 2020. A l'issue de 8 semaines, 106.000 personnes ont exprimé leurs propositions pour une mode plus responsable. Vous y retrouverez tous les chantiers prioritaires. Et une multiplicité d'engagements potentiels.

<https://parisgoodfashion.fr/fr/nos-outils/>

Les outils de nos membres en libre accès

Il existe également d'ores et déjà, grâce à nos membres, les acteurs de la mode, nombre d'outils à disposition pour nourrir vos réflexions, comme, en accès libre :

- Le [guide](#) Mode responsable : Agir réalisé par Deloitte pour l'Alliance du Commerce
- Le [guide](#) sur les approvisionnements responsables publié par la Fédération du prêt-à-porter
- L'annuaire de [l'écosystème de la mode](#) de la Fédération du prêt-à-porter recense conseils pour se faire accompagner
- Les ressources utiles sont également répertoriées par Refashion et disponibles en libre téléchargement sur leur [site](#)
- L'ADEME a publié différentes études pour aider non seulement les professionnels mais aussi le grand public, tel "[Le revers de mon look](#) » avec Fashion Revolution
- L'Institut Français de la Mode et Première Vision mesurent également la montée dans l'opinion publique et [les attentes des consommateurs en matière de mode durable](#)
- Kering a développé un outil très utile en [libre accès](#) pour vous guider dans la mesure de votre impact environnemental
- Kering a également réalisé un [guide des achats responsables](#) qui fait référence dans la profession
- LVMH met pour sa part à disposition les principaux enseignements de son programme [LIFE](#), lancé en 2012.
- Les Galeries Lafayette ont mis en oeuvre une charte avec l'opération [Go For Good](#) qui liste un certain nombre de points saillants pour distinguer les marques engagées.
- Atteindre la transparence de la chaîne d'approvisionnement - [Le guide](#) des principes à mettre en pratique pour être une entreprise 100 % éthique
- De Rigueur propose par ailleurs un diagnostic en libre accès riche en possible solutions concrètes <https://www.derigueur.green/>

Les autres documents PGF en libre accès

Chaque acteur a ses spécificités, selon qu'il soit une marque de prêt-à-porter, une marque d'accessoires, un jeune designer, une PME, une ETI, un distributeur, un acteur événementiel...

Il n'y a donc pas de recette toute faite. Ce serait trop simple.

Pour vous aider, nous ne saurions trop vous encourager à nous rejoindre pour partager les bonnes pratiques et échanger avec tous ceux qui les mettent déjà en œuvre. www.parisgoodfashion.fr

- **Le guide pour la conception d'événements responsables**

https://parisgoodfashion.fr/wp-content/uploads/2021/02/Guide_e%CC%81ve%CC%81nements_responsables.pdf

- **Le guide de la digitalisation des événements**

https://parisgoodfashion.fr/wp-content/uploads/2021/04/Guide-de-la-digitalisation-des-e%CC%81ve%CC%81nements_2904_compressed.pdf

- **Le guide de la production d'image responsable**

- **Le carnet d'adresses durable des lieux à Paris pour produire des événements écoresponsables**

- **Le guide grand public de la seconde main**

3

A QUI S'ADRESSER?

Les bonnes adresses

- 23- sourcing de proximité éco-responsable
- 26- réemploi des matières & fins de séries tissus
- 27- packaging de transport & de production
- 28- bureautique
- 29- recyclage

Les bonnes adresses / sourcing de proximité éco-responsable (base de données 1/3)

| NOM | ADRESSE | Ville | CONTACT | Tél | Mail | TYPE d'Atelier | OBSERVATIONS |
|--|--------------------------------------|------------------------------|-----------------------|--------------------------------------|--|----------------|---|
| 13 A'TIPIK | 10, rue des Antilles | 13006 Marseille | Sahouda Maahleem | 04 13 20 19 89 | atipik13@gmail.com | Insertion | Confection textile/ pas de bureau d'étude (pas de patronage)/ Atelier de coupe (une fois le proto terminé/conditionnement/ repassage + 2 contrôles qualité |
| Annonay www.entreprise-adaptee-annonay.fr | 14 avenue Daniel Mercier, BP 198 | 7100 Annonay | Didier Bertrand | 04 75 67 50 05 06 89 27 22 33 | didier.bertrand@adapei07.com | EA | 3 ateliers: (1) Atelier Découpe (skinflex, synderme, lyliane, douillette, alcantara, cuir...) + sous-traitance maroquinerie de luxe / fermeture à glissière (FAG) (2) Atelier Logistique (3) Atelier conditionnement (montage/ assemblage, étiquetage, lottage, emballage etc) + contrôle qualité |
| APAJH André Busquet/Les Cerisiers apajh.org/index.php | 15 allée Darius Milhaud | 75019 Paris | Madame Gelot | 01 42 08 33 42 06 43 90 01 54 | direction.esat@apajh75.org | ESAT | 2 ESAT: Busquet (Conditionnement/ nettoyage) et Cerisiers (blanchisserie particuliers/ Finitions petite manipulations) |
| Association Jean-Luc François http://association-jeanlucfrancois.blogspot.com/ | 47, rue des Pommiers | 93500 Pantin | Laurine Fournier | 01 48 91 82 89 | associationjeanlucfrancois@gmail.com | Insertion | Du patronage au produit final (pas de gradation)/Porotype sur toile/ Chaîne et trame/ finitions diverses (surjets, coutures rabattues etc.) / Travaille beaucoup avec de jeunes designers - pas de minimum de production) |
| Atelier de la Bièvre https://esatdelabievre.com/ | 37 Rue Louise Weiss | 75013 Paris | Mahir Pasaglioglu | 01 44 24 94 14 | couture@esatdelabievre.com mahir.pasaglioglu@championnet-asso.fr | ESAT | Broderie également |
| Ateliers Chennevières http://www.fondation-amisdelatelier.org/esat/esat-atelier-chennevieres | 75 rue des Fusillés de Chateaubriant | 94430 Chennevières-sur-Marne | Valérie Perrier | 01 45 94 86 42 | atc@amisdelatelier.org/ v.perrier@amisdelatelier.org | ESAT | Atelier maroquinerie, atelier blanchisserie+ conditionnement en sous traitance |
| De fil en aiguille http://de-fil-en-aiguille-masc.over-blog.com/ | Rue des Peupliers | 76890 Val de Saade Normandie | Aurelie Saint Requier | 02 35 32 71 36 | aureliesaintrequier@lamasc.fr lamasc@orange.fr | Insertion | Accessoires enfants (peignoirs, lingettes, bavoirs) + produits écoresponsables (tissu, sopalin, sac réutilisables) |
| DE TOUTES FACONS http://www.facons.acr-insertion.fr/ | 1 av Gabriel Péri | 78700 Conflans Ste-Honorine | Sabrina Ait Selmi | 01 39 72 81 77/ 01 39 19 80 03 | Ait-si-selmi@equalis.org/ adetoutesfacons@acr.asso.fr | Insertion | Création textile en interne/ Repassage/ Retouche - Couture/ Entretien vêtement de travail |
| ESAT A.c.d Père Lachaise https://www.acd.paris/ | 33 Boulevard de Ménilmontant | 75011 Paris | Catherine BOCKLANT | 01 40 27 05 90 | esatperelachaise@acd.paris | ESAT | Atelier Couture/ Blanchisserie/Conditionnement (accessoires et vêtements)/ Coupe+ confection/ Pas de bureau d'étude mais peuvent éventuellement modifier les prototypes. |
| ESAT Jules et Marcelle Levy https://www.reseau-gesat.com/ | 5 Rue Charles Baudelaire | 75012 Paris | Nadine Levy | 01 44 75 70 00 | esat@ose-france.org | ESAT | Plutôt petite séries. Accessoires textiles également |
| ESAT Viala Bastille https://www.spasm.fr/unit-e/esat-viala-bastille | 29 rue du Faubourg Saint Antoine | 75011 Paris | Ekaterina Fritz | 01 53 17 13 50 | e.fritz@spasm.fr | ESAT | Bijoux principalement / Création - couture. |

Les bonnes adresses / sourcing de proximité éco-responsable (base de données 2/3)

| | | | | | | | |
|---|-----------------------------------|---------------------------------|--|----------------------------------|--|-----------|---|
| Femmes Actives https://www.feretrefair.com/ | 39/41 allée Antoine de St Exupéry | 93200 Saint-Denis | Veronique Gobillot | 01 42 43 38 69 | femmesactivesasso@yahoo.fr | Insertion | Production petites séries (30 pièces) par jour/ entre 13 et 17 salariés/ Pas de patronnage: client arrive avec son prototype |
| INSERMODE www.insermode.fr | 14, rue de Biskra | 13014 Marseille | Annie Carrai | 04 91 58 55 51 | anniecarrai@insermode.fr | Insertion | T.shirts et production textile / Tote bags |
| ITHAC www.ithac.fr | 32 rue Pierre Copel | 42100 Saint-Etienne | Patrick Laurent | 06 07 55 90 30 | patrick.laurent@ithac.fr | EA | Bureau d'études: développement produit, patronage, prototypage. Produit de découpe automatique (Jersey, Molleton). Spécialisé dans la confection de T-shirt. Tri Matière. Personnalisation/ Broderie/ Conditionnement/ étiquetage/ mise en palette etc. Toutes les étapes de la conception à la livraison. |
| La Fabrique de la Goutte d'Or https://www.madeingouttedor.paris | 6, rue des Gardes | 75018 Paris | Christian Pecherau | 09 82 46 55 36 | christian.pechereau@madeingouttedor.paris contact@madeingouttedor.paris | Insertion | Association Créateur mode et design + cooperative (ateliers). Bureau d'étude (patronage + gradation)/ Une Table de coupe (coupeur engagé ponctuellement selon besoin > CDD). 4 machines (adaptées pour tissus épais, boutonniers, repassage) + contrôle qualité et espace de stockage. Spécialité accessoires (tout sauf cuir)/ Recyclage (redonne les récupérables à une sté en face). Travail avec de jeunes créateurs, musées, opéra (costumes etc..) / ex. Centre pompidou, Opéra Garnier, Opéra Bastille.... |
| La Main Fine https://www.oparinor.com/boutiques/la-main-fine-boutique-ephemere | Centre Commercial 0 Parinor | 93600 St Denis/Aulnay sous Bois | Bernadette Rwegera | 01 48 20 81 46 | direction@ikambere.com | Insertion | spécialisé Wax/ Toutes productions petites quantités / Tailleur |
| Les Ateliers de la Nacelle https://papillonsblancs91.fr/etablissements-et-services/travail-et-insertion/esat-les-ateliers-de-la-nacelle/ | 34 Boulevard de l'Yerres | 91000 Evry | Thierry LEBACLE Dorothee HIVERNIAUX (directrice adjointe) | 01 60 91 66 66 | cat.nacelle@papillonsblancs91.fr | ESAT | |
| Les Ateliers du GEDHIF www.gedhif.fr | 142 rue André Charles Boullès | 18230 Saint-Doulchart | Nathalie Chaumereuil | 02 48 23 00 11 06 11 30 56 38 | nathalie.chaumereuil@gedhif.fr | ESAT | Couture (recyclage de matières)/ Découpe sur presses - 9 presses (Ex. matelas, sacs à mains etc.)/ Découpe sur cuir/Repassage / Atelier blanchisserie |
| L'œuvre de l'hospitalité du travail / Au fil et à mesure http://www.ohtparis.com/clients-esat/decouvrez-nos-ateliers/latelier-broderie-couture/ | 29, rue Félicien David | 75016 Paris | Monsieur Troussset | Chef de service : 01 42 88 02 34 | b.troussset@lemoulinvert.org | ESAT | Broderie + accessoires textiles/bébé/linge de maison |

Les bonnes adresses / sourcing de proximité éco-responsable (base de données 3/3)

| | | | | | | | |
|--|---|--------------------|-----------------|----------------------------------|--|-----------|--|
| Menilmontant www.esatmenilmontant.com | 40 rue des Panoyaux | 75020 Paris | Laura Korosec | 01 47 97 80 62 06 27 65 88 58 | commercial@champion-net-asso.fr | ESAT | Réalisation de pièces à l'unité en petite série/ Articles de décoration (coussins, rideaux, nappes...)/ Accessoires de mode (sacs, textiles, trouses...)/ Vêtements enfants/ Linge de maison/Retouches |
| Mode Estime http://www.modeestime.fr/nos-services/ | 6, rue Arnold Géraux | 93450 Ile St Denis | Alice Merle | 09 72 45 02 43 | contact@modeestime.fr | Insertion | Confection vêtements, objets, textile)/ Patronnage selon type produit / Focus textile |
| Vestali https://www.vestali.fr/site/ | 117 rue Jean-Baptiste Defenez | 62800 Liévin | Helene Marechal | 03 21 44 32 98 | helene.marechal@vestali.fr contact@vestali.fr | Insertion | Spécialiste industrie textile: confection simple (finitions)/ couture, retouches / repassage/ conditionnement/ recyclage vêtement/training commercial et conseil de vente PAP |
| Yon & Bocage www.esat-yon-bocage.com | Parc d'activités des Charmettes, Rue des Ibis | 85140 Les Essarts | Claire Angibaud | 02 51 48 48 48 06 03 88 60 53 | contact@esat-yon-bocage.com | ESAT | |

- Les Re-créateurs / Emmaüs Défi <http://emmaus-defi.org/recreateurs/> Chantier insertion couture 9 salariés à partir d'une chute, imaginer un nouveau produit en prod

- Fairly Made <https://www.fairlymade.com/>
Approvisionnement et fabrication durable

- La Tisserie Parisienne <https://www.latisserieparisienne.com>
Tissage artisanal Paris à partir de matières collectées

- Homemakers Paris <https://www.homemakers.fr/>
Incubateur prototype et fabrication à Paris

LE T.SHIRT RÉSILIENCE

www.projet-resilience.fr
et showroom
boulevard de Strasbourg

Fabrication durable, locale et génératrice d'emploi d'un T-shirt éco-responsable, en coton bio sourcé en Grèce

Les bonnes adresses / réemploi des matières & fin de séries de tissus

La Réserve des Arts
(réservé aux jeunes Marques
& étudiants en Design)
www.reservedesarts.org

Bennytex
www.bennytex.fr

Nona Source
<https://www.nona-source.com/>

Tissus de Rêve
<https://www.tissus-de-reve.fr/>

Adapta
(cuir recyclé)
<https://www.adapta-paris.com/>

Les bonnes adresses / packaging de transport de production

Packaging ou fournitures responsables, compostables & naturels

- Tipa

<https://tipa-corp.com/>

- Weavabel

<https://weavabel.com/>

- Noissue

<https://www.noissue.co/>

- Paptic

<https://paptic.com/>

Matières de packaging organique

- Magical Mushroom

<https://www.magicalmushroom.com/packaging>



Crédit photo : Tipa

Et REPACK, l'emballage réutilisable pour le e-commerce

<https://shop.repack.com/>

Les bonnes adresses / bureautique éco-responsable

- **Eco-buro**

<http://www.ecoburo.fr/>

- **Un bureau sur la terre**

<https://www.unbureausurlaterre.com/>

- **Esprit recycle**

<https://www.esprit-recycle.fr/106-fournitures-de-bureau-ecologiques>

- **Vegea**

<https://www.vegea.com/objets-publicitaires/developpement-durable-et-ecologie/fournitures-de-bureau-ecologiques-17-102-.html>



Exemple Eco-buro :

50 pochettes kraft recyclées 16x22 = 2,70 €

VS 2,99 € chez un fournisseur non éco-responsable

Les bonnes adresses / recyclage

Recyclage du cuir

- SED NOVE STUDIO <https://www.sednove.studio/>
- ADAPTA
Vente de stocks de cuir dormant de qualité <https://www.adapta-paris.com/>

Recyclage de décors, matériaux, tissus, ...

- La Réserve des Arts www.reservedesarts.org

Recyclage de décors, matériaux, informatique ...

- Plate-forme Co-recyclage <https://www.co-recyclage.com/>

Collecte et recyclage déchets de bureaux

- Le Petit Plus (EA entreprise adaptée, salariés en situation de handicap) <https://lepetitplus.fr/lp/collecte-recyclage-dechets-bureau/>

Recyclage de stocks invendus et transformation en fils et tissus

- Weturn <https://weturn.eco>

PARIS
GOOD
fashion

MERCI

Faites-nous part de vos commentaires et apprenez-en plus sur nos actions sur :

<https://parisgoodfashion.fr/fr/>