

Re_fashion



Le point sur la filière Textile, Linge de maison et Chaussures

Speedmeeting Rudologie _ Nancy – 6 novembre 2025

Les intervenants



Juliette NEDELLEC

Chargée de développement
Territorial – Secteur Ile-de-
France, Nord & Est



James BOURDON

Coordinateur Back et Front
Office Collectivités Locales



Refashion, c'est quoi ?



L'éco-organisme de la Filière Textile d'habillement, Linge de maison et Chaussures (TLC) en France

Une entreprise privée à but non lucratif agréée par les ministères de l'écologie et de l'économie.

Financée par les marques, distributeurs & fabricants – les *metteurs en marché* – au travers d'éco-contributions.

Pour conduire la transformation vers une filière plus responsable et circulaire.

**Prévention, Réparation,
Réemploi, Collecte, Tri,
Réutilisation, Recyclage**

ETAT DES LIEUX DE LA FILIERE TCL

#1



Mise en marché
des marques
contributrices

891 KT

82% Vêtements



10 % Linge
de maison



8% Chaussures



Collecte
des textiles et
chaussures
par des opérateurs
conventionnés

289 KT

Soit un ratio collecte/
mise en marché
de 32%

Conteneurs

Déchetterie

Association
/ vestiaire

Boutique
/ point de
vente

collecte à
domicile

Une partie de la mise en marché:
→ reste stockée dans les placards
→ est réemployée
→ est jetée dans les ordures ménagères
→ est collectée par des opérateurs non
conventionnés

Tri et régénération
par des opérateurs
conventionnés

206 KT

Soit un ratio tri/
mise en marché
de 23%

84 %
Triées en
France

16 %
Triées hors
France

Une partie de collecte:
→ est cédée à des
opérateurs non
conventionnés
→ est écrémée
→ relève de déchets
de collecte

Mise en marché des marques contributrices

891 KT

82 %
Vêtements

10 %
Linge de
maison

8 %
Chaussures

Collecte des textiles et chaussures par des opérateurs conventionnés

289 KT

Soit un ratio collecte/
mise en marché
de 32%

Conteneurs Déchetterie Association / vestiaire Boutique / point de vente Collecte à domicile

Tri et régénération par des opérateurs conventionnés

206 KT

Soit un ratio tri/
mise en marché
de 23%

85 %
Triées en
France

15 %
Triées hors
France

Zoom sur La deuxième vie des textiles et chaussures après le tri

*Source : RA Refashion 2024



56,8%

Réutilisation
en France
<10%

Réutilisation
à l'étranger
90%



34,5%

Effilochage
Non-tissés pour le
bâtiment, l'automobile,
le rembourrage

Coupe
Chiffons à usage
industriel & ménager

Défilage
Fils pour
nouvelles étoffes

Broyage
Composites,
plastiques
Briques,
bétons



8%

Broyage et
granulation
CSR



0,7%

Incineration
Récupération
énergétique
de la chaleur



0,1%

Incineration ou
enfouissement
sans valorisation
d'énergie

**Résultat du
tri dans les
73 centres
de tri en
France et en
Europe**

Un cahier des charges 23/28 qui illustre un changement d'ambition pour la filière TLC

→ De nouveaux mécanismes et une augmentation majeure des moyens financiers

Des objectifs de collecte revus à la hausse
(60% d'ici 2028)

Des nouveaux dispositifs :

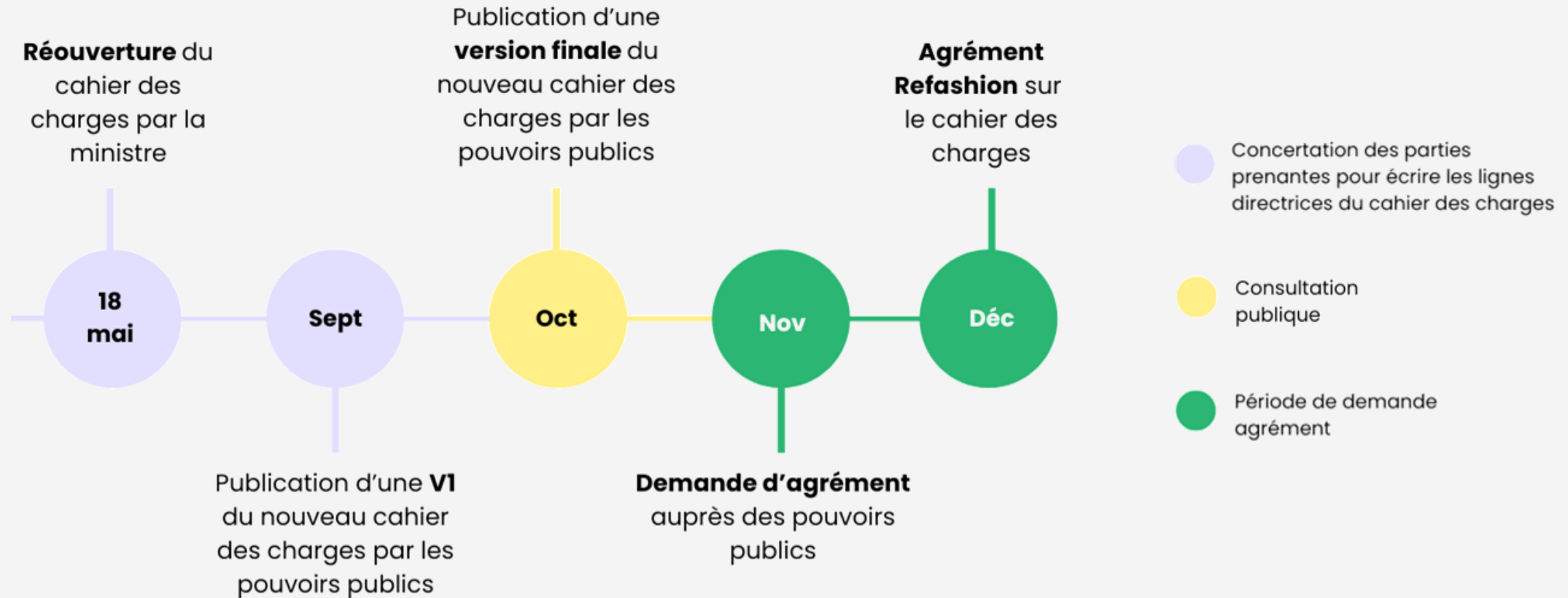
- Fonds **Réparation**
- Fonds **Réemploi & Réutilisation**
- **Nouvelles éco-modulations**
- Mise en place du modèle hybride
(pourvoi sous conditions)



**Pour atteindre ces objectifs,
1,2 milliard d'€ investis par
les marques**

afin de soutenir la transformation de la filière
textiles et chaussures sur la période 2023-2028

Révision du Cahier des Charges de la filière TLC : Refashion passe à l'action



Re_Actt : un projet de transformation global, ambitieux et collectif



Vers une évolution des dispositifs réglementaires actuels

- **Rendre obligatoire le conventionnement de l'ensemble des acteurs du territoire** (collecteurs, trieurs, recycleurs, négociants...) pour assurer la traçabilité complète des TLC
- Faire de l'éco-organisme une **solution de recours** qui permette à tous les acteurs de développer leur collecte et continuer de garder les TLC de leur choix, laissant à Refashion la charge du traitement du gisement restant ;
- **Repenser la répartition des moyens, aujourd'hui concentrés sur le financement des opérateurs de tri, et permettre un accompagnement adapté de chacun des maillons de la chaîne**



Des transformations nécessaires pour

- **Atteindre les objectifs environnementaux de la Filière** à savoir collecter 60% des produits mis sur le marché et garantir leur traçabilité et leur valorisation ;
- **Renforcer la souveraineté industrielle** de la Filière textile, comme appelé par la ministre, en travaillant au déploiement des capacités de recyclage et de réemploi en France et en Europe ;
- **Développer l'emploi local** en soutenant l'ensemble des parties prenantes, notamment les structures relevant de l'ESS (Economie Sociale et Solidaire).

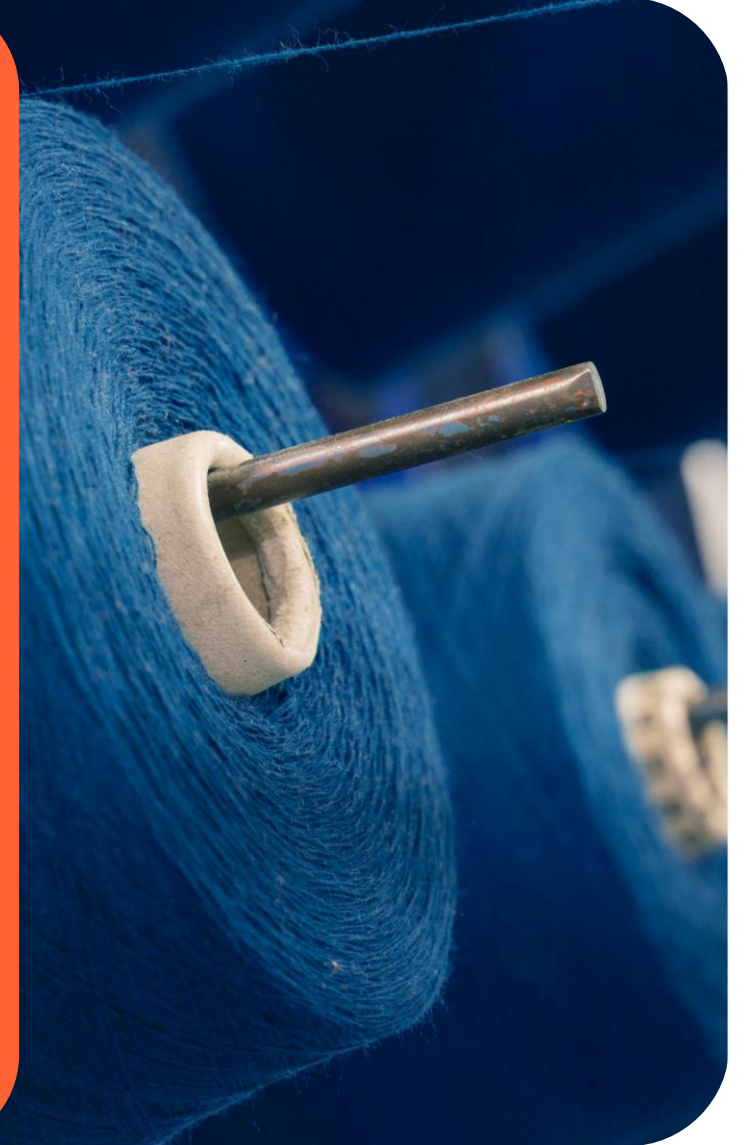


Nécessité d'engager l'ensemble des parties prenantes pour :

- ❖ Enrichir les axes du projet
- ❖ Définir les actions nécessaires prioritaires pour sécuriser la filière

LES ENJEUX DE LA CONVENTION COLLECTIVITE LOCALE ET LES DISPOSITIFS ASSOCIES

#2

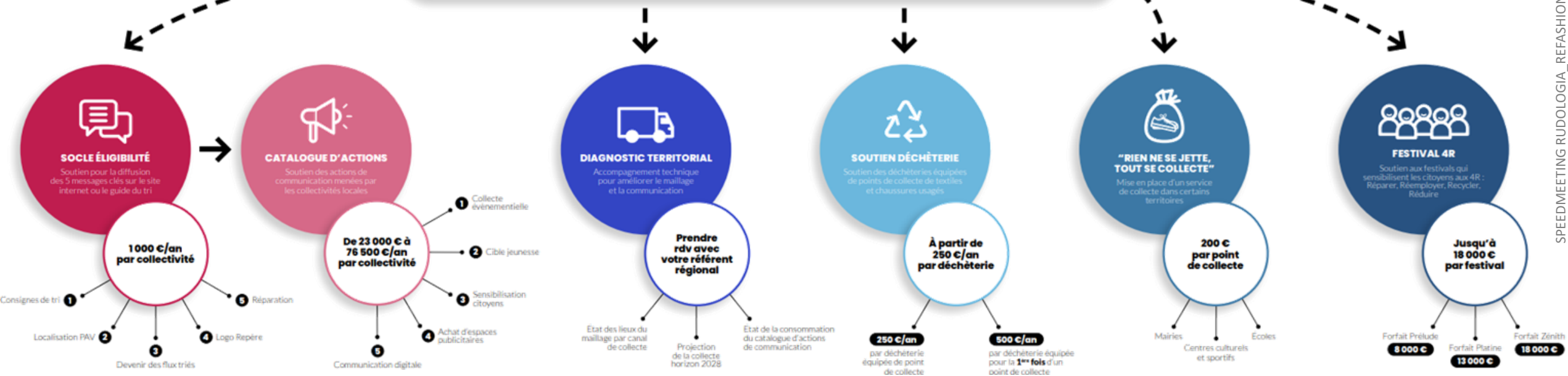


Refashion accompagne les projets des collectivités locales

pour développer la collecte et la sensibilisation des citoyens au geste du tri !



Les différents accompagnements de Refashion



Le catalogue d'actions de communication

Les collectivités locales ont un rôle majeur à jouer au sein de la filière textile et chaussures. D'une part, vous contribuez à assurer qu'il existe un maillage de collecte suffisant; d'autre part vous facilitez l'adoption des bons gestes de tri, en diffusant les messages clés de la filière.

Le catalogue d'actions s'adresse aux collectivités locales conventionnées Refashion.

Il s'agit d'un **dispositif soutenant financièrement** les actions de communication qui contribuent à :

- La **sensibilisation** des citoyens à l'impact de la filière textile, linge de maison et chaussures
- La **diffusion** des messages clés de Refashion
- L'**augmentation** du taux de collecte

Le **barème** de soutien est calculé en fonction de la population de la collectivité, définies ci-après.

Classification	Population de la Collectivité (en nb d'habitants)
TLC 1	≥ 350 000 hab.
TLC 2	[80 000 hab. ; 350 000 hab. [
TLC 3	[20 000 hab. ; 80 000 hab. [
TLC 4	< 20 000 hab.

Les actions de communication soutenues dans le cadre du catalogue d'actions :



Barème unitaire par action

Taille de la collectivité locale	1. Collecte événementielle	2. Cible jeunesse	3. Sensibilisation des citoyens	4. Achat d'espaces publicitaires			5. Communication digitale
				PQR*	Radio locale	Affichage	
TLC 1	3 000 €	300 €	300 €	3 000 €	3 000 €	3 000 €	1 000 €
TLC 2	2 000 €	300 €	300 €	2 000 €	2 000 €	2 000 €	1 000 €
TLC 3	1 500 €	300 €	300 €	1 500 €	1 500 €	1 500 €	1 000 €
TLC 4	1 000 €	300 €	300 €	1 000 €	1 000 €	1 000 €	1 000 €
Bonus collecte		50 €	50 €	Soutien de 70 % dans la limite des plafonds unitaires			

Nombre maximum d'actions soutenues par an

Taille de la collectivité locale	1. Collecte événementielle	2. Cible jeunesse	3. Sensibilisation des citoyens	4. Achat d'espaces publicitaires			5. Communication digitale
				PQR*	Radio locale	Affichage	
TLC 1	6	80 groupes/an	50 groupes/an				
TLC 2	6	50 groupes/an	40 groupes/an				
TLC 3	4	30 groupes/an	30 groupes/an				
TLC 4	4	20 groupes/an	20 groupes/an				
				2 campagne	1 campagne	1 campagne	1 campagne = 12 publications/an

1. La collecte événementielle



Soutien financier

de 3 000 € pour les plus grandes collectivités (TLC 1) à 1 000 € pour les plus petites (TLC 4).

Cf. tableau p. 3.

Les collectes événementielles désignent des **collectes ponctuelles**.

D'une durée de quelques heures à quelques jours, elles sont organisées dans des espaces centraux et fréquentés des communes. Elles peuvent intervenir en complément d'un événement (durant la SERD par exemple).

Solution de **collecte complémentaire** aux points d'apport existants, elles offrent un service de proximité très apprécié des usagers !



**Exemple
Animation de
sensibilisation en
marge d'une collecte
événementielle**

Les Bonnes Pratiques

Exemples de collectes événementielles soutenues :

- ✓ **Collectes éphémères organisées sur un espace public** (marché, mairie,...)
- ✓ **Collectes éphémères organisées sur un espace privé** (parking de supermarché..)
- ✓ **Collectes itinérantes** (déchèterie mobile, recyclerie mobile)
- ✓ **Concours de collecte inter / intra établissement** (associations, salariés d'entreprise...)

Exemples de collectes événementielles non soutenues :

- ✗ Troc party sans espace de collecte
- ✗ Collecte organisée par un opérateur de collecte qui n'est pas conventionné avec Refashion
- ✗ Messages clés non communiqués
- ✗ Les collectes qui n'ont pas permis de collecter des textiles et chaussures usagés (collecte à 0 tonne)

- ➡ L'opérateur de collecte doit être conventionné Refashion
- ➡ 1 adresse = 1 collecte
- ➡ Durée : 1 ou plusieurs journées consécutives = 1 collecte
- ➡ Les messages clés doivent être communiqués
- ➡ Les tonnages collectés doivent être supérieurs à 0 tonne

2. La cible jeunesse



Soutien financier
de 300 € pour
toutes les
collectivités.

Cf. tableau p. 3.

Les actions de sensibilisation jeunesse sont déployées dans les écoles, les temps périscolaires et dans les centres de loisir.

Elles permettent aux jeunes de découvrir la filière textile et chaussure, tout en les incitant à adopter des comportements responsables, notamment en matière de consommation durable, réparation, réemploi et tri.



Exemple
La méthode BISOU
Support diffusé lors
des animations
scolaires

Les Bonnes Pratiques



Exemples d'actions de sensibilisation jeunesse soutenues :

- ✓ **Atelier réparation /couture**
Apprentissage des bases de la couture pour apprendre à réparer
- ✓ **Animations sur le réemploi**
Organisation de défilés seconde main, friperies, troc parties...
- ✓ **Atelier d'upcycling**
Transformation d'un textile ou d'une chaussure usagée pour un nouvel usage
- ✓ **Animations sur les 4R**
(réduction, réparation, réemploi, recyclage) : Organisation d'ateliers pratiques, animations, visites de centre de tri textiles conventionnés, stands de sensibilisation...

Exemples d'actions de sensibilisation jeunesse non soutenues :

- ✗ Action ne portant pas sur l'allongement de la durée de vie des textiles et chaussures usagés
- ✗ Action mobilisant une matière première autre que des textiles et chaussures usagés post-consommation
- ✗ Visite d'un lieu non dédié aux textiles et chaussures usagés
- ✗ Messages clés non communiqués

- ➡ Les messages clés doivent être communiqués
- ➡ 1 groupe = 1 classe
- ➡ Il n'est pas obligatoire de faire une sensibilisation uniquement dédiée aux textiles et chaussures pour être soutenus. Les actions de réduction des déchets sont soutenues si elles incluent les messages clés de la filière
- ➡ Pensez à utiliser le bonus collecte! (50€ de soutien complémentaire si une collecte est réalisée pendant l'action de sensibilisation)

3. La sensibilisation des citoyens



Soutien financier
de 300 € pour
toutes les
collectivités.

Cf. tableau p. 3.

Les actions de sensibilisation des citoyens **permettent de diffuser les messages de la filière** par le biais d'animations engageantes.

Il est primordial d'aller **à la rencontre des citoyens pour les sensibiliser** aux enjeux de l'économie circulaire.

Ces initiatives soutenues jouent un rôle clé dans l'allongement de la durée de vie des textiles et des chaussures.



Exemple
Action de sensibilisation
Défilé de mode de
seconde main, Festival
« Re'Fil ton style »,
Saint Brieuc Armor
Agglomération

Les Bonnes Pratiques



Exemples d'actions de sensibilisation des citoyens soutenues :

- ✓ **Atelier réparation /couture**
Apprentissage des bases de la couture pour apprendre à réparer
- ✓ **Animations sur le réemploi**
Organisation de défilés seconde main, friperies, troc parties...
- ✓ **Atelier d'upcycling**
Transformation d'un textile ou d'une chaussure usagée pour un nouvel usage
- ✓ **Animations sur les 4R**
Organisation d'ateliers pratiques, animations, visites de centre de tri textiles conventionnés, stands de sensibilisation...

Exemples d'actions de sensibilisation des citoyens non soutenues :

- ✗ Action ne portant pas sur l'allongement de la durée de vie des textiles et chaussures usagés
- ✗ Action mobilisant une matière première autre que des textiles et chaussures usagés post-consommation
- ✗ Visite d'un lieu non dédié aux textiles et chaussures usagés
- ✗ Intervention auprès d'un public professionnel
- ✗ Messages clés non communiqués

- ➡ Les messages clés doivent être communiqués
- ➡ Pensez à utiliser le bonus collecte! (50€ de soutien complémentaire si une collecte est réalisée pendant l'action de sensibilisation)

4. Achat d'espaces publicitaires



Soutien financier de 3 000 € pour les plus grandes collectivités (TLC 1) à 1 000 € pour les plus petites (TLC 4).

Cf. tableau p. 3.

Refashion soutient **l'achat d'espaces publicitaires** qui visent à **sensibiliser les citoyens** au geste de tri, et améliorer la connaissance des dispositifs de collecte existants.

Ce soutien peut être utilisé au fil de l'eau **pour donner de la visibilité** à la filière ou **promouvoir un événement textile** sur le territoire. Il couvre jusqu'à 70 % des factures présentées, dans la limite de plafonds unitaires définis selon la taille de la collectivité.

Il offre une opportunité d'amplifier vos actions locales !



Exemple
Campagne de Noël
Intégration d'une campagne textile diffusé dans La Dépêche, COVALDEM 11

Les Bonnes Pratiques

Exemples d'achats d'espace publicitaire soutenus :

- ✓ **L'achat d'espace dans la presse régionale ou départementale** (papier ou web)
- ✓ **L'achat d'espace à la radio locale / le cinéma local**
- ✓ **L'achat d'espace pour réaliser des affichages** sur des panneaux publicitaires, des bus, ou des véhicules de collecte

Exemples d'achats d'espace publicitaire non soutenus :

- ✗ Article de presse non facturé, rédigé à l'initiative des journalistes ou publiés sur des magazines de la collectivité
- ✗ Absence de factures
- ✗ Interview radio
- ✗ Messages clés non communiqués

➔ Les messages clés doivent être communiqués

5. Communication digitale



Soutien financier
de 1000 €
pour toutes les
collectivités.

Cf. tableau p. 3.

La communication digitale est **un outil privilégié** des collectivités, permettant de **relayer les événements importants** du territoire ou de partager les bons réflexes en matière de tri des déchets.

Différents réseaux sociaux sont utilisés par les collectivités, les plus fréquents étant Facebook, Instagram, Youtube et Tik Tok.



Exemple
Post sur les
Réseaux sociaux
Communication digitale
sur Instagram,
SMICTOM VALCOBREIZH

Les Bonnes Pratiques



Exemples de communications digitales soutenues :

- ✓ **Diffusion de posts** sur les réseaux sociaux de la collectivité
- ✓ **Diffusion d'articles sur le site internet** dans des rubriques « actualités »

Exemples de communications digitales non soutenues :

- ✗ Communication sur le site internet de la collectivité, à l'exception de la promotion d'une actualité ponctuelle (ex : promotion d'un événement sur les textiles)
- ✗ Posts sur des réseaux sociaux qui n'appartiennent pas à la collectivité conventionnée Refashion
- ✗ Moins de 12 posts diffusés sur l'année
- ✗ Messages clés non communiqués

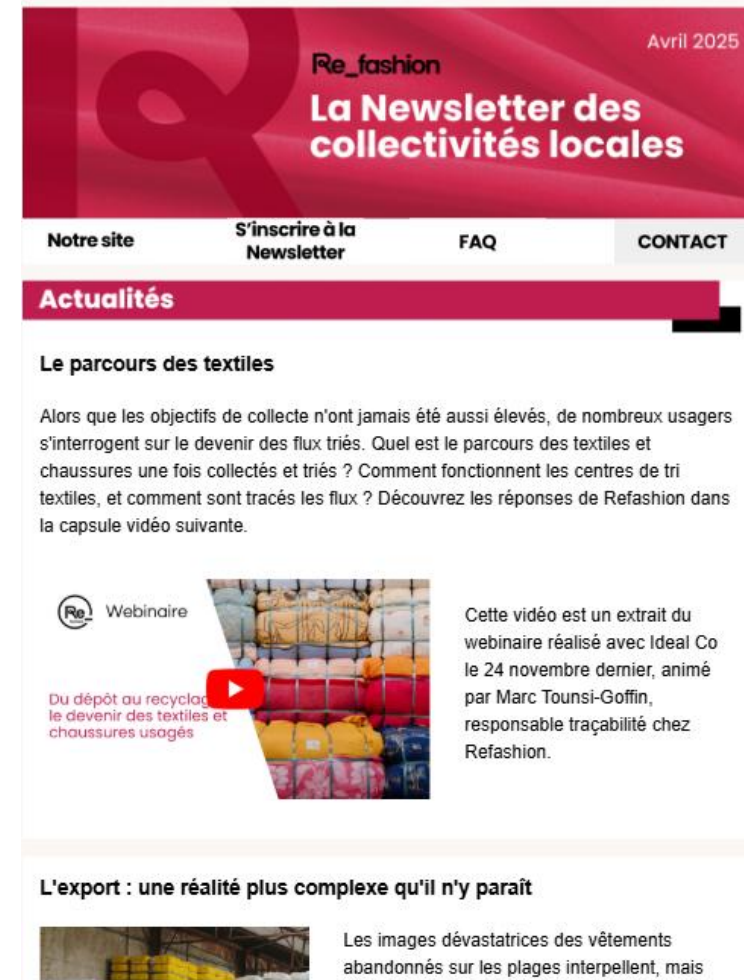
- ➡ Diffusion minimum de 12 posts/an (soit environ 1 post/mois)
- ➡ Les messages clés doivent être communiqués
- ➡ Il n'est pas nécessaire d'indiquer tous les messages clés sur chaque post, ils doivent apparaître sur l'ensemble des publications cumulées
- ➡ Une même publication diffusée sur 3 réseaux sociaux compte pour 3 publications différentes (puisque chaque réseau touche un public différent)

Inscrivez-vous à notre newsletter pour suivre nos actualités !

Une newsletter trimestrielle pour suivre :

- Nos actualités
- Refashion accompagne vos projets
- Zoom sur les territoires
- Calendrier
- Contact

Pour recevoir la newsletter, inscrivez-vous en [cliquant ici](#) !



James BOURDON

Coordinateur Back et Front Office Collectivités Locales

collectivite@refashion.fr

Juliette NEDELLEC

Chargée de développement territorial – Secteur Ile-de-France, Nord et Est

j.nedellec@refashion.fr

Re_fashion

Changeons notre mo(n)de, durablement.