

Re_fashion



Speed-meeting Rudologia

03/12/2025

Sommaire

1. Refashion :
La filière des Textiles & Chaussures
Actualités de la filière
2. Plans de prévention et de gestion des déchets
des territoires d'outre-mer et chiffres clés
3. Les dispositifs d'accompagnement des
collectivités



Refashion

- Fédère et accompagne tous les acteurs de la filière pour assurer la prévention et la gestion de la fin de vie des Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures mis sur le marché français
- Agréé par les ministères de l'économie et de la transition écologique
- Créé en 2008, en réponse à la loi REP (Responsabilité Elargie du Producteur) pour les Textiles d'habillement, Linge de maison et Chaussures
- 30 associés



DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT de Refashion



Dispositif

Accompagnement des Collectivités Locales

Catalogue d'actions

Soutien des déchèteries

Appel à Expérimentations Reboost

Reprise sans frais / pouvoir à la collecte

Collectivités Locales Conventionnées Refashion

Soutien aux opérateurs de tri

Soutien à la tonne triée par catégorie

Soutien au développement

Soutien pérennisation

Soutien au surtri

Opérateurs de tri répondant aux exigences du cahier des charges du conventionnement

Accompagnement des collecteurs

Catalogue d'actions

DPAV DROM COM conventionnés Refashion

Fonds Réemploi Réutilisation

Fonds Réemploi Réutilisation (ESS)

- Soutien à la traçabilité
- AMI délégués aux têtes de réseaux ESS

Financement d'actions complémentaires : Challenge Reconditionnement

Acteurs du réemploi / Acteurs de l'ESS

Opérationnalité

Reprise sans frais

Développement de nouveaux points de collecte

DPAV ESS / Collectivités conventionnées Refashion dans les territoires éligibles / entreprises

Fonds Réparation

Bonus Réparation

Fonds complémentaire

Cible

Outil

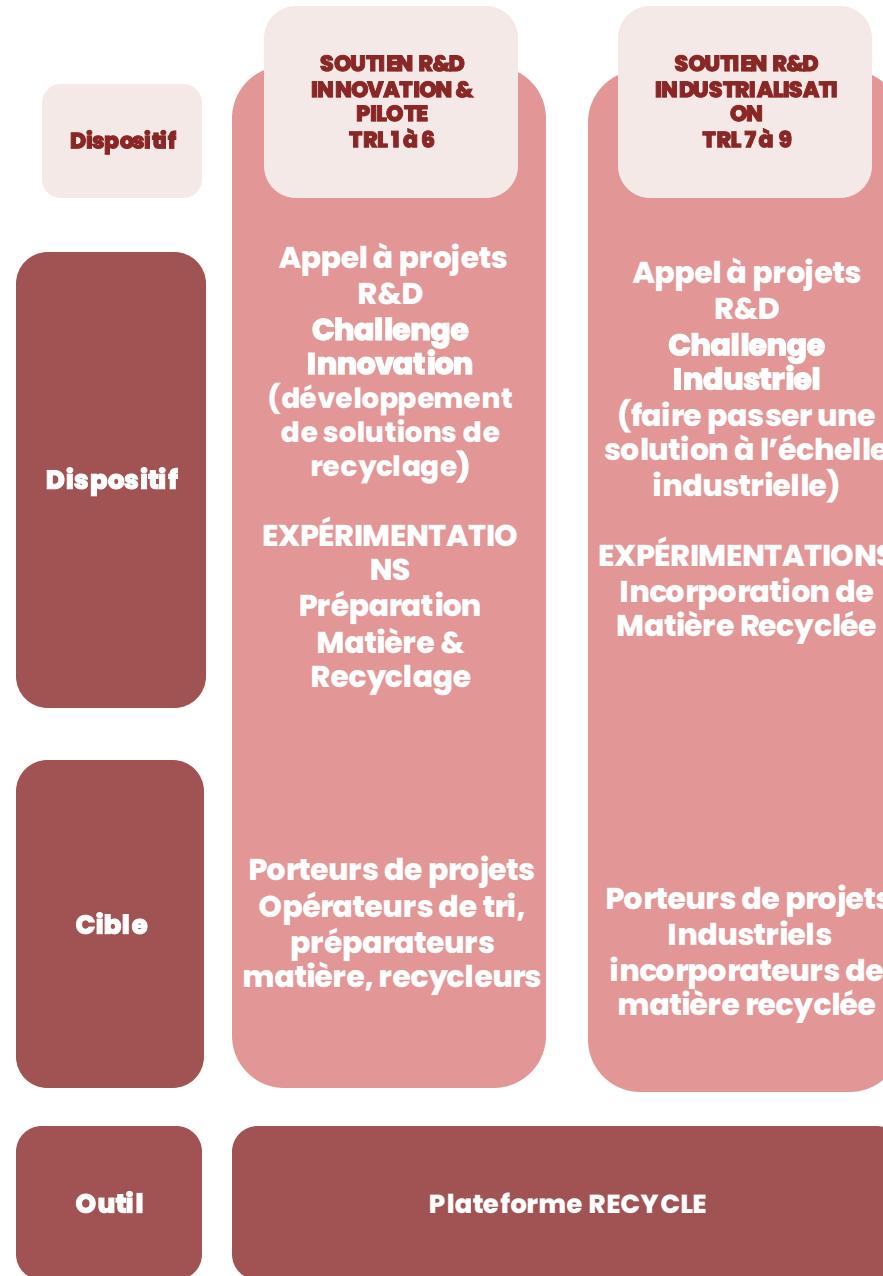
Extranet CL

Extranet Aval

Plateforme POP

Plateforme Reparateurs

DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT de Refashion



Actualités de la filière TLC

- La filière textile & chaussures traverse une crise structurelle majeure, liée à l'effondrement des débouchés de la fripe à l'export
- Réouverture du Cahier des charges de l'agrément pour la REP TLC depuis juin 2025

Ainsi, les exigences applicables à compter du 1er janvier 2026 ne sont pas encore connues

- A l'issue de la consultation, une version finale du futur CDC sera publiée et les éco-organismes feront une demande d'agrément



Plans de prévention et de gestion des déchets des territoires d'outre-mer



Objectif : atteindre le niveau métropolitain moyen en matière de collecte des textiles, linge de maison et chaussures (TLC) d'ici fin 2026

3 axes :

- Axe 1 : Identifier et ancrer la collecte
- Axe 2 : Equiper et diversifier l'aval
- Axe 3 : Sensibiliser et informer

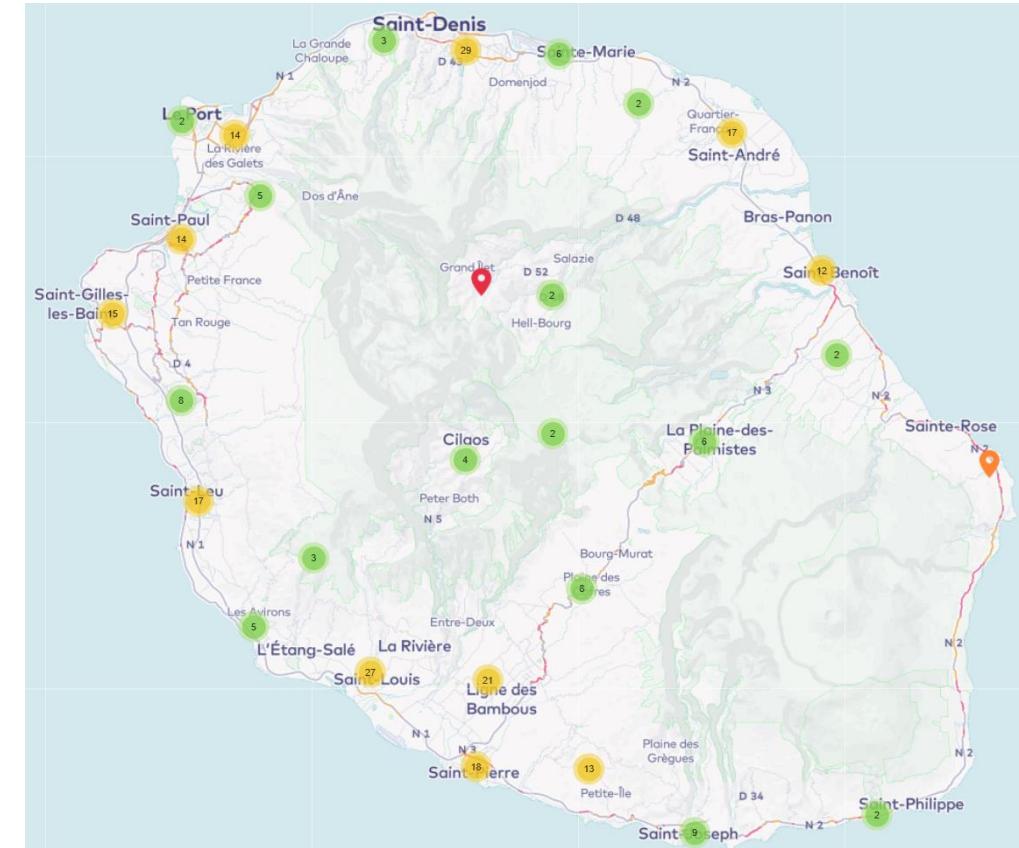
Chiffres clés (octobre 2025)



| | Tonnage collecté 2023 | Tonnage collecté 2024 | Tonnage S1 2025 | PAV 2023 | PAV 2024 | PAV S1 2025 | Nbr DPAV conventionnés 2025 |
|------------|-----------------------|-----------------------|-----------------|----------|----------|-------------|-----------------------------|
| La Réunion | 1 663 | 1 697 | 966 | 204 | 235 | 299 | 12 |

Objectifs de collecte

| | 2023 (t) | 2024 (t) | 2025 (t) | 2026 (t) |
|------------|----------|----------|----------|----------|
| La Réunion | 1 840 | 2 387 | 2933 | 3480 |



Soutiens aux déchèteries



En matière de soutiens financiers aux déchèteries, la convention collectivité fixe deux montants :



Forfait de 500€ x3 / an / déchèterie

Forfait de **1 500€** / an versé
pour toute déchèterie
nouvellement équipée d'un ou
plusieurs contenants



Forfait de 250€ x3 / an / déchèterie

Forfait de **750€** / an pour
toute déchèterie déjà
équipée d'un ou plusieurs
contenants

Ces forfaits s'appliquent uniquement aux déchèteries dans le but de participer aux frais de gardiennage et de maintenance des conteneurs, et de favoriser le déploiement de nouvelles bornes dans ces espaces sécurisés. Il ne s'applique pas aux points de collecte situés à l'extérieur des déchèteries.

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 | 3000 € | 300 € | 300 € | 3000 € | 3000 € | 3000 € | 1000 € |
| TLC 2 | 2000 € | 300 € | 300 € | 2000 € | 2000 € | 2000 € | 1000 € |
| TLC 3 | 1500 € | 300 € | 300 € | 1500 € | 1500 € | 1500 € | 1000 € |
| TLC 4 | 1000 € | 300 € | 300 € | 1000 € | 1000 € | 1000 € | 1000 € |
| 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 | 2 campagne | 1 campagne | 1 campagne | 1 campagne = 12 publications/an |
| TLC 3 | 4 | 30 groupes/an | 30 groupes/an | | | | |
| TLC 4 | 4 | 20 groupes/an | 20 groupes/an | | | | |

* Presse Quotidienne Régionale



| CLASSIFICATIONS | POPULATION DE LA COLLECTE (NBR D'HAB) |
|-----------------|---------------------------------------|
|-----------------|---------------------------------------|

| | |
|-------|----------------|
| 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. |
|-------|---------------|

Processus de déclaration des actions de communication



Accès au catalogue d'action : Mettre à jour son **socle d'éligibilité** en intégrant les 5 messages clés de la filière sur vos supports pérennes = **1 000 € de soutien**

- Consigne de tri : « *Tous les vêtements, linge de maison et chaussures se trient, même abimés. Ils doivent être placés, propres et secs, dans un sac fermé et les chaussures liées par paire.* »
- Le devenir des TLC : *les TLC seront majoritairement valorisés ou recyclés*
- Le logo repère*
- Les adresses (PAV) où le citoyen peut déposer ses TLC usagés : *lien vers la cartographie des points d'apport volontaire (<https://refashion.fr/citoyen/fr/point-dapport>) ou présence du QR code (disponible sur l'extranet)*.
- L'incitation à la réparation des TLC usagés avant de les déposer dans un PAV



1

Conventionnement



2

Socle d'éligibilité



Les consignes de tri

Processus de déclaration des actions de communication

Allégement de la procédure de déclaration

- Fin des demande préalables : **une action = une déclaration**

Diffuser 2 messages clés lors des actions de communication

- Consignes de tri : « *Tous les vêtements, linge de maison et chaussures se trient, même abîmés. Ils doivent être placés, propres et secs, dans un sac fermé et les chaussures liées par paire.* »
- Localisation des points d'apport : *Ajoutez le lien vers la carte nationale : [Je dépose - Où trouver un point de collecte près de chez moi ?](#)*

Périodes de déclaration évoluent :

- Déclaration des collectes évènementielles, la sensibilisation citoyenne et l'achat d'espace publicitaire pendant le **trimestre en cours et au plus tard dans un délai d'1 mois**
- Déclaration des cibles jeunesse pendant le **semestre en cours et au plus tard dans un délai d'1 mois**
- Déclaration de la communication digitale toute au long de **l'année en cours et au plus tard dans un délai d'1 mois**



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 | 3000 € | 300 € | 300 € | 3000 € | 3000 € | 3000 € | 1000 € |
| TLC 2 | 2000 € | 300 € | 300 € | 2000 € | 2000 € | 2000 € | 1000 € |
| TLC 3 | 1500 € | 300 € | 300 € | 1500 € | 1500 € | 1500 € | 1000 € |
| TLC 4 | 1000 € | 300 € | 300 € | 1000 € | 1000 € | 1000 € | 1000 € |
| 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 | 2 campagne | 1 campagne | 1 campagne | 1 campagne = 12 publications/an |
| TLC 3 | 4 | 30 groupes/an | 30 groupes/an | | | | |
| TLC 4 | 4 | 20 groupes/an | 20 groupes/an | | | | |



| CLASSIFICATIONS | POPULATION (NBR D'HAB) |
|-----------------|------------------------|
|-----------------|------------------------|

| | |
|-------|----------------|
| 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. |
|-------|---------------|

Quelle enveloppe disponible pour votre collectivité ?



| | CLASSIFICATION | SOUTIEN MAX POSSIBLE |
|--|----------------|----------------------|
| CA CIVIS (Communauté Intercommunale des Villes Solidaires) | TLC 2 | 53 500 € |
| CA Territoire de la Côte Ouest (TCO) | TLC 2 | 53 500 € |
| CA Intercommunale du Nord de la Réunion (CINOR) | TLC 2 | 53 500 € |
| CA Intercommunale de la Réunion Est (CIREST) | TLC 2 | 53 500 € |
| CA du Sud | | |

| CLASSIFICATIONS | POPULATION (NBR D'HAB) | SOUTIENS MAX POSSIBLE |
|-----------------|------------------------------|-----------------------|
| TLC 1 | $\geq 350\ 000$ hab. | 77 500 € |
| TLC 2 | [80 000 hab. ; 350 000 hab.] | 53 500 € |
| TLC 3 | [20 000 hab. ; 80 000 hab.] | 35 000 € |
| TLC 4 | < 20 000 hab. | 24 000 € |

Légende :

| |
|--------------|
| Conventionné |
| Inscrit |
| Non inscrit |

Zoom – Campagnes de communication Grand public



Expérimentation

Message

Le niveau 1 de la communication (les 5 messages clés) :

« On ne jette rien et tout se dépose en borne de collecte »

2 formats différents

01/10 au 30/10 2024 :
Spots radio et TV de 6 secondes au moment de la météo diffusés sur :

- Freedom (radio) Réunion la 1er (TV)

29/09 au 31/10 2025 :
Spots radio et TV de 20 secondes diffusés sur :

- Freedom (radio) Réunion la 1er et Novelas (TV)



Merci de votre écoute

**Avez-vous vu la campagne de communication DROM-COM ? /
Avez-vous remarqué un impact sur la collecte ?**

Des questions ?