



AVRIL 2024

RÉPARATION D'ARTICLES TEXTILES

Les préoccupations écologiques et la réglementation favorisent le développement de nouveaux services

RÉPARATION D'ARTICLES TEXTILES

Les préoccupations écologiques et la réglementation favorisent le développement de nouveaux services

Secteur polluant, la production de vêtements, de chaussures et d'articles de maroquinerie est de plus en plus critiquée. Tandis que la réglementation évolue pour limiter l'impact environnemental de la mode, les consommateurs modifient leurs habitudes et se tournent vers des pratiques plus durables. La réparation des articles apparaît comme une solution pour prolonger la durée de vie des pièces textiles et réduire les achats de produits neufs.

Les marques de mode se mobilisent pour répondre à cette demande et améliorer leur image sur les sujets écologiques. Mettant en place des services de réparation en interne ou basés sur des prestataires, elles cherchent également à capter la valeur d'un marché en croissance. Des relations de concurrence ou de partenariats se nouent ainsi avec les spécialistes émergents du domaine, entre nouveaux ateliers et plateformes d'artisans.

Toutes ne démarrent pas avec le même niveau d'implication. Des marques écoresponsables se sont positionnées depuis longtemps sur cette activité ou s'y lancent désormais dès leur création, tandis que le luxe s'y convertit peu à peu malgré une certaine réticence initiale face aux questions écologiques. La compétitivité de la réparation pour les articles d'entrée de gamme et le manque de main d'œuvre restent toutefois des problématiques touchant l'ensemble du secteur.



DANS CE DOSSIER

RECOMMANDATIONS	4
LES ENJEUX ÉCOLOGIQUES PORTENT LE DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ	5
La réglementation donne un nouvel élan à la réparation de pièces textiles	5
Des besoins conséquents face à l'évolution du marché du textile	7
Les articles d'entrée de gamme, un défi pour le secteur	9
LE SECTEUR TEXTILE SE CONVERTIT À LA RÉPARATION.....	10
Des modèles spécialisés se développent.....	10
Les marques engagées affirment leur positionnement.....	13
La mode traditionnelle suit la tendance.....	14
Le luxe cherche à s'imposer sur les questions de durabilité.....	15
Une progression lente dans le textile technique professionnel.....	17
PRINCIPALES SOURCES UTILISÉES.....	18

RECOMMANDATIONS

- L'enjeu écologique s'impose comme une **problématique majeure du secteur textile**, ce dernier générant à la fois de fortes émissions de gaz à effet de serre et une grande quantité de déchets.

- Les pouvoirs publics font ainsi **évoluer la réglementation** afin de limiter les pollutions émises, tant en imposant des contraintes aux marques qu'en favorisant la réparation des articles.

- Les acteurs du secteur textile se mobilisent également pour **s'adapter aux nouveaux comportements de consommation** et améliorer leur image concernant leur engagement environnemental.

- Ces différentes initiatives stimulent la **demande** pour la réparation de produits textiles, et le marché bénéficie de prévisions prometteuses dans les ventes de vêtements.

- Le secteur de la réparation se développe à un rythme soutenu, mais insuffisant pour répondre à la hausse des besoins. **Les opportunités restent donc nombreuses pour de nouveaux entrants**, qui peuvent pour l'instant profiter d'une faible intensité concurrentielle sur le marché.

- Deux modèles principaux se dessinent. D'une part, celui de **l'atelier internalisant les capacités de réparation** et s'occupant directement de la réalisation de la prestation. D'autre part, **l'outil numérique proposant la mise en relation** entre les particuliers, les marques et les professionnels de l'artisanat.

- En termes de business models, les acteurs vont donc généralement opter pour **une facturation à la prestation ou une logique de commission**

prélevée sur l'activité des artisans indépendants. **D'autres modèles peuvent être envisagés** en fonction de la contractualisation avec d'éventuels partenaires.

- Les ateliers peuvent **entrer en concurrence avec les marques** s'ils ciblent sans intermédiaire les particuliers propriétaires de pièces textiles. Des dépenses autrefois réalisées dans l'achat de nouveaux produits sont dans ce cadre **captées par les prestataires de service**.

- À l'inverse, les acteurs de la réparation peuvent aussi **nouer des partenariats avec les marques**, et venir constituer ou compléter leur propre service. Cette approche permet d'**acquérir plus facilement des clients** et de renforcer son positionnement face à la concurrence.

- **Le luxe semble être un segment idéal pour se positionner**, permettant de mieux valoriser les prestations et englobant un marché large : la pertinence de la réparation apparaît d'autant plus forte que le produit est haut de gamme.

- **Le lieu de réparation** constitue également un élément de différenciation. Certains acteurs s'appuient sur les locaux de leur atelier, d'autres installent **des corners** dans des boutiques ou des grands magasins. **La réparation à domicile** représente une autre possibilité.

- Une spécialisation par types de produits peut être suivie. **La réparation du textile technique professionnel** demeure par exemple un segment encore peu développé, et conserve donc du potentiel.

LES ENJEUX ÉCOLOGIQUES PORTENT LE DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ

La réglementation donne un nouvel élan à la réparation de pièces textiles

“Il a été observé qu'à partir de 25/35 % de moins sur la facture, cela pouvait déclencher un changement d'habitude. C'est ce seuil qui nous a aidés à déterminer les barèmes du bonus que nous avons ensuite modulé avec les fédérations et les retours terrain.”

“Le coût moyen d'un vêtement en France s'élève à 12,5 euros et celui de la réparation à 19 euros. Et si le prix de la réparation d'un produit représente plus d'un tiers de celui du neuf, il part à la poubelle.”

Elsa Chassagnette, responsable du fonds de réparation au sein de Refashion, novembre 2023

• L'évolution de la réglementation constituée, avec **le lancement du bonus réparation pour les articles textiles** en fin d'année 2023, le principal facteur de dynamisme du secteur à court terme.

• Le bonus s'accompagne d'une **plateforme de recensement des acteurs** par Refashion, l'éco-organisme de la filière textile. Seules les entreprises labellisées par Refashion, c'est-à-dire pouvant **prouver la maîtrise d'un savoir-faire** en matière de réparation textile, peuvent être inscrites sur la plateforme.

• Cette double initiative réglementaire vise à **contrebalancer les deux principaux freins** au développement de la réparation : le prix et le manque de connaissance du public.

• Le dispositif du bonus **subventionne directement les prestations de réparation**, ce qui permet aux particuliers d'en bénéficier sans réaliser aucune démarche.

• Ce volet financier apparaît essentiel, notamment auprès des personnes de moins de 35 ans, pour **réduire l'écart de prix avec l'achat d'un produit neuf**.

• **La dimension informationnelle** représente également un élément incontournable pour changer les habitudes des Français. Ces derniers sont **nombreux à ne pas connaître** de boutiques où faire réparer leurs vêtements, ou à ne pas y penser. **Le référencement des acteurs disponibles arrive d'ailleurs en première position** parmi les soutiens souhaités par les particuliers pour mieux diffuser cette pratique (source : Ifop & Refashion).

• Avec une multiplication des réparations par dix et plus de 2,3 millions d'euros économisés par les particuliers quatre mois après le lancement du bonus (source : Refashion), **le dispositif a connu un franc succès**. Les objectifs des pouvoirs publics semblent ambitieux, avec une hausse de 35 % des réparations entre 2019 et 2028.

• Malgré une part plus élevée de points de retouche textile parmi les acteurs labellisés, **c'est la cordonnerie qui est largement majoritaire** dans les réparations demandées.

LES ENJEUX ÉCOLOGIQUES PORTENT LE DÉVELOPPEMENT DU MARCHÉ

Lancement fin 2023 du bonus réparation pour les vêtements et les chaussures

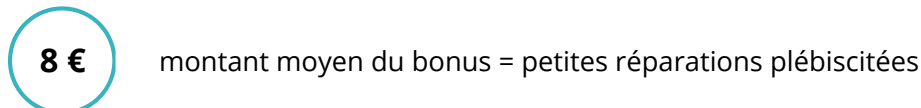
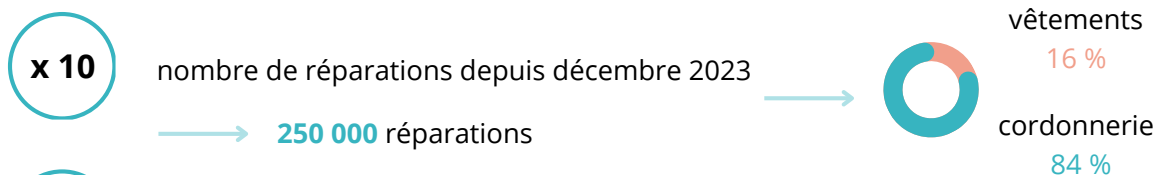
- **16 millions** d'articles textiles réparés en 2019
- **21,6 millions** objectif à atteindre d'ici 2028

→ subventions directement appliquées sur les prix des réparations



- | | | |
|-----------------------------|-----------------------|-------------------------------------|
| • couture 6-8 € | • couture/collage 8 € |] pas plus de 60 %
du coût total |
| • trou/accroc/déchirure 7 € | • ressemelage 18-25 € | |
| • zip 8-15 € | • zip 10-14 € | |

Des effets positifs immédiats sur le nombre de réparation effectuées



→ **2,3 millions d'euros** économisés par les Français grâce au dispositif

Les attentes des Français concernant la réparation de vêtements

Raisons pour ne pas faire réparer le vêtement

- plus cher que le neuf
43 % des Français ayant préféré jeter un vêtement
- ne pas savoir à qui s'adresser
32 %
- ne pas penser à la réparation
18 %

Type de soutien souhaité

- recensement des professionnels
42 % des Français
- aide financière
38 %
↓
51 % des moins de 35 ans

Traitement IndexPresse. Sources : Refashion, Ifop

Des besoins conséquents face à l'évolution du marché du textile

“Ces quinze dernières années, le nombre de fois qu'un vêtement est porté avant d'être jeté a diminué de 36 %. Si l'industrie textile avait la durabilité comme priorité absolue, nous consommerions moins d'énergie, gaspillerions moins d'eau et créerions moins de déchets.”

Thibault Liebenguth, cogérant d'AIR Coop et consultant RSE, décembre 2020

“Il faut d'abord réparer ce qui est abîmé et réutiliser les habits que l'on ne met plus. Le fait de recycler arrive en bout de chaîne, car recycler nécessite beaucoup d'eau, d'énergie, de machines...”

Calypso Sottovia, coordinatrice environnement chez Patagonia, décembre 2020

- La croissance du marché des produits textiles se montre dynamique, conduisant à **un vivier de vêtements à réparer toujours plus important**. Les Français ont acheté 46 articles par an en moyenne entre 2009 et 2019 (source : *L'Usine nouvelle*). Ils acquièrent **60 % de textiles en plus** depuis 2008 (source : *Recyclage Récupération*). En 2022, **plus de 3,3 milliards d'articles** ont été mis sur le marché en France, contre 2,9 milliards en 2018 (source : *Refashion*). Au niveau mondial, **la production textile a doublé** sur la période 2000-2015 et devrait atteindre les 100 millions de tonnes à l'horizon 2030.

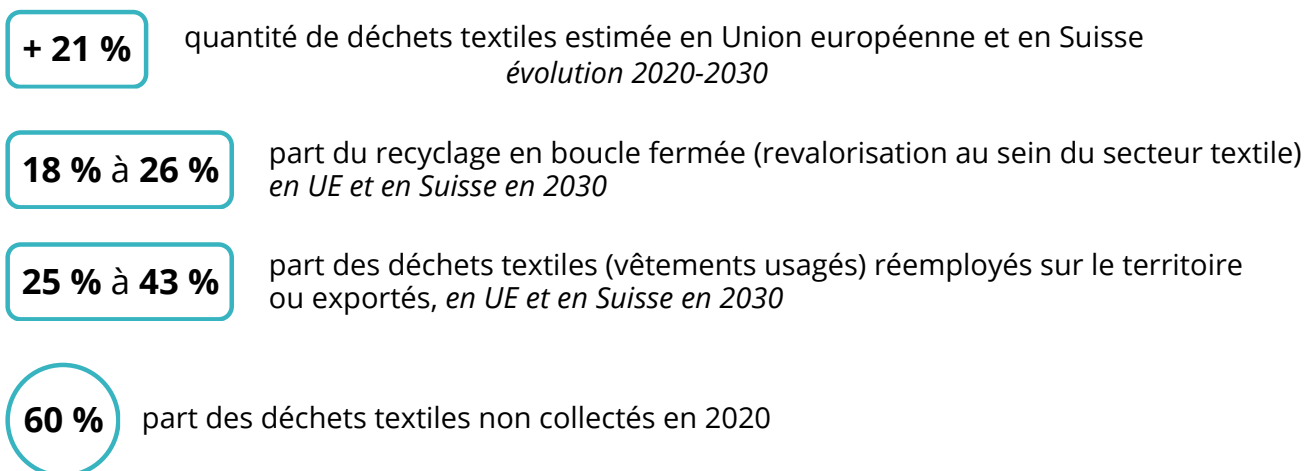
- Cette production considérable fait face à **des moyens insuffisants pour recycler les articles abîmés**. La majeure partie des vêtements usagés ne sont pas collectés, et **les flux récupérés par les centres de tri s'avèrent déjà excessifs** par rapport à leurs capacités, obligeant les acteurs français à exporter cette matière. En parallèle, seul un habit sur dix est réutilisé (source : *Recyclage Récupération*).

- La réparation des vêtements et autres articles textiles semble donc nécessaire pour enrayer la multiplication de produits usagés et non valorisés. Si les capacités de recyclage sont pour l'instant trop faibles pour contenir l'accroissement des flux, **elles ne constituent pas une panacée** : le recyclage génère de la pollution (énergie, eau, parfois produits de traitement) et ne freine pas la production d'articles neufs. De son côté, la réparation permet de **limiter les besoins en nouveaux articles** et prolonge la durée de vie des produits de façon plus écologique. **Elle s'adresse en outre aux vêtements globalement en bon état**, là où le recyclage est dédié aux pièces textiles trop dégradées pour être à nouveau portées.

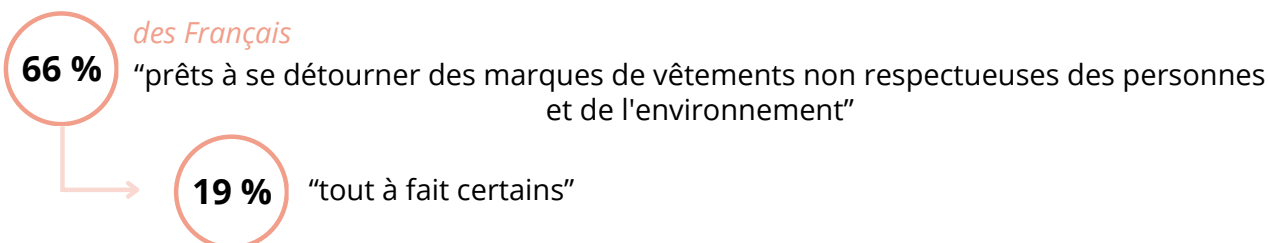
- **La réparation s'intègre donc dans de nouveaux schémas de consommation** promouvant des approches plus respectueuses de l'environnement. La volonté de mieux consommer en limitant le recours au jetable et en allongeant la durée de vie des produits se retrouve notamment dans le marché de la seconde main, en plein essor. Il aurait atteint **33 milliards d'euros dans le domaine de la mode** au niveau mondial en 2023 (source : *Bpifrance*). L'achat d'un vêtement d'occasion **réduirait de 82 % les émissions carbone** par rapport à l'acquisition d'un équivalent neuf.

- Tout comme la seconde main, la réparation des vêtements permet en outre d'engendrer **des économies pour les acheteurs**. En prolongeant la durée de vie d'un produit, le consommateur évite de procéder à un nouvel achat. Cette tendance se consolide, **83 % des Français étant prêts à réparer leurs vêtements** pour rallonger leur durée de vie en 2023 (source : *Fashion Network*). Dans la seconde main, **les aspects budgétaires et environnementaux** arrivent respectivement premier et deuxième parmi les motivations d'achat (source : *Capterra*). Les vêtements constituent le second type de produits d'occasion le plus acheté, par la moitié des Français.

Une production textile excessive générant une grande quantité de déchets

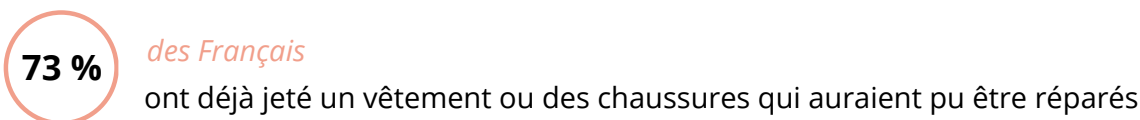


Des consommateurs plus volontaires, mais qui jettent encore facilement



Raisons pour acheter un produit d'occasion

- 15 %** • durabilité
- 14 %** • rallonger le cycle de vie du produit
- 4 %** • éviter de soutenir des pratiques commerciales non éthiques



Traitement IndexPresse. Sources : McKinsey, Capterra, OpinionWay, Ifop

Les articles d'entrée de gamme, un défi pour le secteur

“Au cours de ces dernières années, la clientèle de ces enseignes dites low cost s’est élargie au-delà des acheteurs les plus modestes. Les prix toujours plus attractifs séduisent une majorité des Français, qui reviennent acheter fréquemment. Cette tendance a pour conséquence une perte de repères sur la valeur des produits et des référentiels de prix très (trop) bas, non sans un impact économique, social et environnemental.”

Étude Kantar, 2022

“Avec ces importants volumes, plus que la question de la qualité, car certaines pièces d'entrée de gamme sont de qualité, cela pose la question de l'attractivité de ces produits pour une seconde vie.”

Sandra Baldini, directrice marketing et communication de Refashion, novembre 2022

- Environ 70 % des articles textiles achetés en France sont considérés comme d'entrée de gamme (source : Kantar). **Cette forte proportion constitue un potentiel obstacle** au développement de la réparation.

- **Le faible prix des produits pénalise la compétitivité** des services de réparation par rapport au

rachat d'un produit neuf. Un écart de prix suffisant en faveur de la réparation est nécessaire pour inciter les consommateurs à y recourir.

- Des chemises d'entrée de gamme peuvent ainsi afficher **un prix moyen de 13 euros, avec une borne à 25 euros** (source : Kantar). Des caractéristiques similaires sont observées pour les pulls (à 14 euros et 35 euros, respectivement) ou encore les chaussures (22 euros en moyenne, pour un prix d'entrée de gamme allant jusqu'à 50 euros).

- Ces faibles prix se retrouvent notamment chez des **distributeurs axés sur le low cost**. “Parmi les dix enseignes (Action, Primark, Kiabi, Lidl, Zee-man, Shein, Stokomani...) de plus en plus plébiscitées pour les achats neufs des Français ces dix dernières années, **70 % proposent un prix moyen d'achat par article inférieur de 25 % à 85 %** au prix moyen du marché”, souligne une étude publiée par Kantar en 2022.

- Les articles d'entrée de gamme peuvent en outre se révéler **de faible qualité et donc se dégrader rapidement**. Leur mauvais état peut freiner leur réutilisation, la réparation n'étant parfois plus possible si le vêtement est trop abîmé.

- Cette problématique se pose d'autant plus que ces volumes de pièces textiles **ne peuvent parfois pas être recyclés, pour des raisons similaires** : coût trop important, dégradation des fibres... Le secteur se retrouve ainsi avec une importante quantité de déchets textiles peu valorisables.

LE SECTEUR TEXTILE SE CONVERTIT À LA RÉPARATION

Des modèles spécialisés se développent

Circularité et réparation textile, des marchés prometteurs



Traitement IndexPresse. Sources : Fédération de la mode circulaire, Accenture Strategy

La réparation se structure comme un secteur à part entière

“ Désormais, on peut faire restaurer un beau sac à main ou une belle paire de chaussure dans l'espoir de la revente. C'est intéressant car souvent un objet réparé est moins porté par son propriétaire qu'un objet neuf, on parle d'obsolescence émotionnelle. Cependant, lorsque cet objet est revendu à un tiers, se crée alors chez ce nouvel acheteur cette satisfaction de la nouveauté. C'est un bel exemple d'économie circulaire.”

Quentin Muret, responsable économie circulaire et stratégie de durabilité chez Accenture, 2023

• La réparation de vêtements ou de chaussures prend de l'ampleur du fait de l'émergence de nombreux acteurs spécialisés dans le domaine ou sur le segment plus global de la circularité. Ces

acteurs promeuvent une mode durable, basée sur la réparation, et s'inscrivent dans une logique opposée à la fast fashion, dont ils critiquent les impacts sociaux et environnementaux.

• En 2022, une Fédération de la mode circulaire a été lancée en France, rassemblant alors environ 150 acteurs dans ce domaine. Elle comptait 250 entreprises en avril 2024.

• La Fédération estime que le marché de la circularité dans la mode pesait 5,7 milliards d'euros en France en 2023. Ce montant pourrait atteindre 14 milliards d'euros à l'horizon 2030, soit 29 % du marché total de la mode et du luxe.

• Le marché de la réparation était quant à lui estimé à 966 millions d'euros en France en 2022 (source : Accenture Strategy). Deux tiers du marché concernent les chaussures et la maroquinerie, tandis que les vêtements représentent le tiers restant.

- La réparation vient également **dynamiser le secteur de la seconde main**, davantage de produits pouvant ensuite être mis sur ce marché. Du côté des vendeurs, le vêtement n'est plus uniquement un produit de consommation, mais **conserve une certaine valeur dans le temps grâce à la réparation**. Cette démarche incite les propriétaires à réparer puis revendre les articles qu'ils n'utilisent plus au lieu de les stocker.

- Les réparateurs indépendants viennent **concurrer les services des marques**, mais s'inscrivent aussi dans un écosystème où **les besoins en réparation risquent d'être supérieurs aux capacités** de l'offre.

Une offre fournie et diversifiée

“Jusqu'ici on consommait plus qu'on ne réparait. Cela a changé avec le Covid, les notions de réparation, de réemploi, de recyclage ont émergé. On s'est rendu compte que les clients étaient prêts à payer pour une réparation de leurs pièces fétiches et un service de qualité.”

Henri de La Porte, fondateur de Galoche et Patin, novembre 2023

- Divers modèles se développent dans le secteur. Des entrepreneurs installent notamment **de nouveaux ateliers de réparation**, parfois centrés sur les vêtements, comme Les Réparables et SuperStitch, ou axés sur la maroquinerie et les chaussures, tels que Galoche et Patin et l'Atelier 23.11.

- **SuperStitch** a été fondée en 2020. La boutique remet en état des jeans et a même lancé sa propre marque dans le domaine. Elle s'appuie sur **des machines anciennes pour apporter un caractère vintage** aux pièces textiles. “Ici nous

travaillons avec des machines d'époque comme l'ourleuse Union Special 43200 G, utilisée par Levi's des années 1940 à 1970 et qui permet de recréer le 'roping effect', soit un effet de corde sur l'ourlet”, détaille l'entreprise. “Nous réparons environ une quarantaine de pièces par jour, des spécimens de qualité, comme des Levi's ou du denim japonais. Jamais des jeans de la fast fashion, cela n'aurait pas de sens”, complète Arthur Leclercq, fondateur de SuperStitch.

- Également lancée en 2020, **Galoche et Patin** se positionne comme **une cordonnerie entièrement digitale**. Elle dispose de salariés répartis dans différentes villes de France (Paris, Lyon, Bordeaux, Nantes, Lille, Strasbourg...) et propose un service de réparation de sacs et de chaussures, accompagné de **la collecte et de la livraison des articles**. La société s'est par ailleurs diversifiée avec une offre d'entretien ou de **réparation de sneakers**. “Avec les baskets, nous avons aussi répondu à une demande de plus en plus importante. De nombreux cordonniers ne voulaient pas s'attaquer à cette typologie de chaussures car **elles n'appartenaient pas à la tradition bottière**. Mais aujourd'hui c'est devenu un produit de luxe, qui peut valoir très cher et que nous réparons : ressemelage, changement du bloc de semelles, nettoyage”, détaille le fondateur, Henri de La Porte. Galoche et Patin propose aussi son service **pour du matériel d'escalade**, notamment les chaussons.

- Différentes clientèles peuvent être ciblées par les sociétés du secteur. **Les particuliers constituent généralement la cible prioritaire**, mais d'autres approches sont également possibles. **Les Réparables**, qui dispose d'ateliers en Vendée et à Lyon, propose une offre de réparation 100 % en ligne **pour les particuliers comme les entreprises, et s'adresse aussi aux marques**. Elle se positionne ainsi comme prestataire auprès de ces dernières afin de soutenir leurs efforts de réparation.

- **Le modèle de la plateforme** trouve aussi sa place dans le monde de la réparation textile. Fondée en 2017, **Tilli** propose diverses prestations de retouches et de personnalisation des vêtements. Le service s'est déployé dans les grandes villes françaises, s'appuyant sur **plusieurs centaines de professionnels indépendants**.

D'abord centrée sur les particuliers avec un **service de retouche à domicile**, la solution numérique de Tilli s'est depuis tournée vers les marques. La société souhaite accélérer sur le volet BtoB et a mené **une levée de fonds de 1,2 million d'euros** en ce sens en 2022. Elle se positionne en tant que service supplémentaire offert par les marques, et installe des corners de réparation en boutique. Tilli compte de nombreux clients : Asphalte, Printemps, BHV, Aigle, Faguo... Elle diversifie aussi ses interventions, avec notamment des animations pédagogiques en boutique et des formations en upcycling (valorisation de matériaux en produits de qualité supérieure).

- **Des acteurs généralistes de la réparation** investissent également le secteur. Fonctionnant comme des plateformes, le réseau **Répar'acteurs**, piloté par les Chambres métiers et de l'artisanat, ou l'application **Moom** facilitent la mise en relation entre particuliers et professionnels.

Le retour en grâce de métiers délaissés

"Pour le cuir, on n'arrive pas à créer plus de 250, 300 nouveaux postes par an, car cela demande beaucoup de formation."

Axel Dumas, dirigeant de Hermès, 2023

"Le prêt-à-porter et les changements de société ont interrompu la tradition de la transmission des savoir-faire liés à la réparation et dévalorisé ces usages."

Isabelle Cabrita, association Good Gang Paris, mai 2021

- Le dynamisme du marché de la réparation conduit à **une forte hausse des besoins en main d'œuvre**. Le travail des matières textiles, et plus encore du cuir, nécessite **une maîtrise technique importante**. La marque Hermès rappelle ainsi que la fabrication d'un sac requiert 15 heures de travail pour un artisan. "Il est, en effet, **très compliqué aujourd'hui de faire une réparation à l'ancienne**, qui demande beaucoup de technicités", confirme Isabelle Cabrita, de l'association d'événementiel autour de la réparation Good Gang Paris. Former suffisamment de réparateurs face à l'accroissement de la demande représente un défi pour le secteur. **La sous-traitance et le recours aux plateformes** apparaissent alors d'autant plus judicieux pour les marques, en leur donnant accès à une multitude de professionnels.

- Le changement d'image de la réparation favorise en parallèle **un renouveau de la pratique amateur**, un phénomène d'ailleurs transversal connu sous le nom de *Do it yourself* (DIY). "Ce qui était autrefois un signe de pauvreté peut devenir une marque de conscience écologique et aussi de créativité", indique Isabelle Cabrita. Le développement des Repair cafés et des ateliers de couture comme Bobines & Combines et La Textilerie constitue un signe de cet engouement.

Ce phénomène se montre **globalement bénéfique pour le secteur**. S'il peut représenter une concurrence pour les réparations les plus simples, il permet aux acteurs de se concentrer sur les réalisations à plus forte valeur ajoutée. Le DIY contribue à **changer les habitudes et les perceptions du public** à l'égard de la réparation, à renforcer les dynamiques communautaires, et peut même à terme **créer des vocations** chez certaines personnes. Dans ce cadre, il incarne une réponse supplémentaire face au manque d'artisans professionnels.

Les marques engagées affirment leur positionnement

“Nous avons besoin d’un nouveau modèle régénérateur et d’un changement structurel si nous voulons avoir une chance de rendre l’industrie textile plus responsable. C’est pourquoi Patagonia appelle les marques à ne plus se contenter de vendre du neuf, mais à encourager la réutilisation et le port prolongé de leurs produits, par le biais de la réparation.”

Willem Swager, directeur des finances et des opérations de Patagonia en Europe, octobre 2023

“Toutes industries confondues, les gens ne s’arrêteront jamais de consommer du neuf, il faut donc les influencer pour acheter des produits neufs qui soient bas carbone et réparables.”

Florian Palluel, responsable transparence et durabilité chez Picture, 2020

- Le développement du marché de la réparation textile vient **soutenir les initiatives de marques engagées** depuis longtemps, voire depuis leur création, dans la question écologique.

- La griffe américaine **Patagonia** dispose ainsi de services de réparation depuis plus de quarante ans. Elle a lancé en 2018 le programme **Worn Wear**, qui a abouti à la mise en place de dizaines d’événements de **réparation gratuite de vêtements** en Europe et aux États-Unis, permettant de sensibiliser 25 000 consommateurs au sujet de la durabilité.

En 2022, Patagonia s’est également associée à la plateforme d’inclusion sociale Makers Unite afin

de lancer aux Pays-Bas le **United Repair Center (URC)**. Il s’agit d’un **hub de réparation textile** visant à faciliter l’insertion des migrants ou des couturiers ayant des difficultés à trouver un emploi. Un autre URC a été mis en place au Royaume-Uni, et **des sites supplémentaires** devraient progressivement ouvrir ailleurs en Europe. Patagonia a par ailleurs initié un **partenariat avec un centre de réparation** en France en 2015.

- La marque française **Picture**, engagée de longue date dans la préservation de l’environnement, a décidé en 2020 d’**étendre à vie sa garantie de réparabilité** pour ses produits. Elle concerne également les articles achetés avant la mise en place de cette décision. Picture collabore en outre depuis 2008 **avec des centres de réparation**.

- De son côté, la marque allemande **Vaude** a renforcé son engagement écologique en mettant en place un **indice de réparabilité** sur ses produits depuis 2020. Plus il est facile de commander des petites pièces détachées et de **les changer rapidement et sans connaissances techniques**, plus l’indice est élevé. La mesure a été généralisée en 2022.

- **L’essor des marques écoresponsables** participe aussi à accélérer les évolutions vers plus de réparabilité. Certaines se regroupent dans des collectifs ou rejoignent des labels **mettant en avant leur implication dans les problématiques environnementales**. C’est par exemple le cas du label **Sloweare**, qui rassemble une vingtaine de marques (La Gentle Factory, Gayaskin, Ecclo, Perpète, La Mécanique du pull...) engagées dans l’éco-conception et la réparabilité de leurs références.

La mode traditionnelle suit la tendance

“On ne peut pas rivaliser avec les géants en ligne. Pour se différencier, il faut proposer des services qu'ils ne sont pas capables de fournir.”

Bea de Beuckelaer,
CEO de Retail Concepts, mai 2023

- Les marques proposent de plus en plus des services de réparation afin d'améliorer leur positionnement écologique et de capter la valeur ajoutée offerte par les prestations. Il s'agit aussi de réagir face à l'émergence d'acteurs spécialisés dans le domaine.

- La marque **Uniqlo**, du groupe japonais Fast Retailing, a installé des **corners de réparation** dans ses boutiques. Cette initiative s'inscrit au sein du **programme Re:Uniqlo**, qui promeut l'économie circulaire sous différentes formes, de la réparation au recyclage.

- La chaîne française de magasins multimarques **Deviante** se positionne sur une approche d'économie circulaire globale. **L'installation d'ateliers de couture dans les 43 boutiques** de l'enseigne permet de fournir une variété de services, de la réparation au retailage en passant par la personnalisation du vêtement. **Une offre de seconde main est également proposée**, et les produits concernés bénéficient d'une présentation similaire à celle des vêtements neufs. “Nous voulons amener notre cible, centrée sur les 40 ans et plus, vers la seconde main, mais avec une solution clés en main, qui lui convient mieux”, précise son directeur général, Stéphane Roche.

- Spécialiste australien des cintres, **Pact Retail Accessories** s'est engagé dans une démarche durable avec **la collecte et la réparation de 80 % de ses produits**. Ces derniers peuvent être réparés plusieurs fois et connaissent une durée d'utilisation de dix ans en moyenne. Le système

a notamment été mis en place en France avec des enseignes de la grande distribution comme E.Leclerc, Carrefour et Monoprix.

- La réparation apparaît comme un **service permettant de se démarquer** pour la société **Retail Concepts**, propriété du groupe belge Yonderland (ex-AS Adventure). Spécialisée dans l'outdoor, Retail Concepts développe **plusieurs prestations dans une logique de durabilité** : location du matériel plutôt qu'achat systématique ; lavage, réparation et entretien des équipements et des textiles... La réparation s'effectue dans un atelier desservant les 48 points de vente de Belgique, de France et du Luxembourg, ce qui **améliore la rentabilité et le bilan carbone** par rapport à un renvoi en usine. La société mise sur **la qualité des produits et la réparation plutôt que sur des prix bas initiaux**. “Nous sommes plus chers que nos concurrents à l'achat, mais pas sur le long terme puisque vous pouvez conserver nos produits plus longtemps”, explique la dirigeante, Bea de Beuckelaer. En 2022, la réparation a concerné 4 900 articles de la société, tandis que 32 000 ont bénéficié d'un entretien.

- Un questionnement réside dans **l'impact qu'aura le développement de la réparation sur les ventes d'articles neufs**. Les marques peuvent craindre une érosion de leur chiffre d'affaires sur les ventes de produits, sans qu'elle ne soit compensée par l'augmentation des activités de services de réparation et d'entretien, où la concurrence s'accroît. **Un tel phénomène n'a cependant pas été observé** pour l'instant. La diminution du prix des vêtements a conduit à une augmentation des ventes, malgré une baisse tendancielle de la part du revenu dédié à l'habillement (65 % en 1960 contre 41 % en 2015, source : *Le Figaro*). Les économies réalisées par **un plus grand recours à la réparation pourraient conduire les ménages à acheter davantage** de produits neufs en parallèle.

Le luxe cherche à s'imposer sur les questions de durabilité

Un secteur au positionnement ambigu sur l'écologie

“Le produit de luxe porte en lui-même une valeur de durabilité qui inclut la réparation. Or, ces initiatives portées et lancées par le secteur luxe, qui valorise le rapport au temps qui passe et son empreinte sur les produits, commencent à émerger un peu partout dans différents segments de la mode.”

Serge Carreira, maître de conférences à Sciences Po Paris, 2020

- Historiquement, le luxe s'est plutôt tenu à distance des problématiques écologiques. Ne souhaitant pas écouler ses stocks par des soldes et renouvelant souvent ses collections, **le secteur détruit ses invendus afin de préserver son image de marque**. L'exclusivité et la rareté, valeurs centrales du luxe, ne sont en effet pas compatibles avec l'établissement de réseaux de distribution parallèles, proposant une forte décote sur le prix. Une partie des invendus sont ainsi **commercialisés dans le cadre de ventes privées**, destinées au personnel : ce type de démarche permet de pratiquer des baisses de prix importantes sans dégrader le caractère haut de gamme revendiqué auprès du grand public. Autre valeur du luxe, l'idéal de perfection peut aussi entrer **en contradiction avec la réparation**, parfois perçue comme du rufistolage ou une manière de faire des économies.

- Un tournant s'est opéré en 2018, où la pratique décriée de la destruction des invendus a généré **des réactions très vives à l'égard de la marque**

Burberry. Celle-ci avait déclaré avoir détruit pour plus de 30 millions d'euros de vêtements pour protéger son image de marque. Néfaste pour sa réputation, la polémique l'a conduite à **renoncer à cette pratique et à s'engager dans la voie de l'économie circulaire**. Elle a ainsi noué un accord avec le fabricant de produits de luxe Elvis & Kresse, pour créer de nouveaux produits à partir de leurs chutes de cuir.

- La loi Agec (antigaspillage et économie circulaire) a en outre introduit en France, à partir de 2022, **l'interdiction de la destruction des invendus**, obligeant les marques à mieux gérer leurs stocks et à prolonger la durée de vie des produits plutôt que de miser uniquement sur la vente d'articles neufs. Les acteurs du luxe peuvent toutefois **continuer ce type de pratique à l'étranger**.

- Certaines marques, comme Hermès et Weston, se sont positionnées de longue date dans la réparation, mais elles restaient jusqu'ici minoritaires. Face aux évolutions sociétales et réglementaires, **le monde du luxe cherche à réinventer sa perception de la circularité** afin d'en proposer une vision compatible avec ses valeurs.

- Les maisons de luxe inscrivent la réparation et la seconde main dans **une logique de temps long et d'unicité du produit**. Elles renouvellent ainsi leur image et s'amarrent à la tendance écologique **en s'appuyant sur leurs fondamentaux** : la durabilité renvoie à leur historique (ancienneté, qualité intemporelle...), tandis que l'exclusivité et la différenciation proviennent de la personnalisation accrue, liée aux réparations successives.

Maisons de luxe et nouveaux acteurs investissent le domaine

“La réparation est un marché très porteur pour les maisons qui valorisent non seulement l'excellence de leurs produits, capables de durer toute une vie, mais aussi la qualité de leur relation client.”

Quentin Muret, responsable économie circulaire et stratégie de durabilité chez Accenture, 2023

“Le certificat d'artisanat est né du désir d'offrir à nos clients un service supérieur de préservation à long terme de leurs produits.”

Leo Rongone, PDG de Bottega Veneta, 2023

• Les acteurs du luxe proposent à leurs clients des prestations de réparation pour **capter la valeur d'un marché évoluant vers davantage de services** et moins centré sur la vente de produits. Elles permettent en outre de conserver un lien avec le client et d'accroître la fidélisation.

• Fin 2022, la maison **Bottega Veneta**, filiale du groupe Kering, a lancé **un certificat d'artisanat**. Cette carte d'authenticité fournie avec l'article acheté permet à son détenteur d'**accéder gratuitement et de façon illimitée à un service de réparation** de Bottega Veneta. D'autres marques comme **Valentino** ou **Chloé** se sont également engagées dans cette voie.

• Marque du groupe LVMH, **Loewe** a ouvert au Japon **un premier magasin ReCraft**, dédié à la réparation de ses articles. **Un service de personnalisation** est aussi proposé, offrant la possibilité au client de choisir les pièces et les matériaux utilisés pour la réparation.

• Déjà positionnée depuis longtemps dans le domaine, **Hermès accélère en accroissant fortement les volumes d'articles réparés**. Ils seraient passés d'environ 100 000 en 2020 à plus de 200 000 en 2022.

• La réparation n'est pas uniquement effectuée par les maisons de luxe. **Des acteurs émergents proposent également leurs services**, pouvant réparer les articles d'une variété de marques.

• En 2023, LVMH a **décerné son prix de l'innovation à la start-up britannique Save Your Wardrobe**, qui met en relation les magasins avec les réparateurs de vêtements, de chaussures ou de bijoux. Elle a intégré pour une durée d'un an **l'incubateur de LVMH**, basé à Station F, à Paris. Le groupe de luxe veut augmenter ses capacités dans la réparation, et le recours à des start-up peut constituer **une réponse pour s'adapter rapidement** à la hausse de la demande. Save Your Wardrobe dispose d'un réseau d'artisans en France, en Allemagne, au Royaume-Uni et aux États-Unis.

• D'autres acteurs s'affirment comme **des spécialistes de la réparation des articles de luxe** :

- **Les Ateliers Beaumarchais** existent depuis 2007 et se focalisent sur la maroquinerie ;

- **Collector Square**, fondée à Paris en 2013, offre des services de réparation **de sacs de luxe, de montres et de joaillerie**. En avril 2023, **un corner temporaire** a par ailleurs été installé au Bon Marché (grand magasin parisien). Collector Square est **aussi présent dans la seconde main** et a noué un partenariat avec le Bon Marché dans ce domaine.

- **Coralie, Maison In Cute, Sage Folie** ou encore **La Clinique du sac** représentent d'autres réparateurs du marché. Cette dernière société ne semble toutefois plus en activité, malgré un site Internet fonctionnel : la dynamique du marché n'empêche pas les défaillances.

Une progression lente dans le textile technique professionnel

“[Dans les appels d’offres publics], la part des points accordés à ces valeurs environnementales (...) est passée en quinze ans de 5 % pour atteindre et parfois dépasser 20 % de la notation globale.”

Marc Pradal, dirigeant de Kiplay, 2021

- La réparation des articles textiles techniques est déjà **assez avancée auprès des particuliers grâce au poids de marques écoresponsables** comme Patagonia ou Picture, et au développement de spécialistes de ces produits tels que Green Wolf.

- **La réparation se développe également dans le monde professionnel**, notamment du fait d’une approche environnementale plus globale. Les marchés publics intègrent ainsi **de plus en plus d’éléments liés à l’engagement écologique** des prestataires.

- **Goodloop**, fondée en 2021, se positionne sur l’ensemble des segments du marché : particuliers, marques (Amer Sports, Hopaal, Cimalp...) et entreprises. Les réparations sont effectuées en interne.

- **Alpex** commercialise de son côté une solution prenant la forme d’un **kit de réparation** de vêtements professionnels. Il comprend **un patch à apposer sur la pièce textile** et permettant de la réparer facilement. Le vêtement ne subit pas de perte de performance. “Ces solutions sont largement **adoptées par les administrations, comme l’armée**”, indique Fabien Michel, directeur RSE d’Alpex.

- Malgré les entreprises présentes sur ce segment, **la réparation des vêtements professionnels progresse de façon plus faible** que pour ceux des particuliers. Plusieurs explications peuvent être évoquées face à cette situation : marché plus restreint et moins accessible, complexité technique, normes de protection...

- **Le potentiel semble pourtant prometteur**, notamment du fait de la variété des secteurs concernés, du bâtiment à l’industrie en passant par le secourisme. De nombreux vêtements textiles professionnels sont soumis à une usure plus importante en raison des nombreuses sollicitations liées à ces activités.

PRINCIPALES SOURCES UTILISÉES

- Athané Stéphanie, "Devianne s'engouffre dans la seconde main", *Journal du Textile*, 2 novembre 2021, p.4
- Audubert Emilie, "Écologie ou économies, quelle raison motive les achats de seconde main des Français ?", *capterra.fr*, 11 octobre 2022
- Baron Peggy, "Les Réparables', une start-up qui donne un second souffle à vos vêtements usés", *ladn.eu*, 3 février 2021
- Besse Emilie, "Luxe et économie circulaire : la réparation devient glamour", *carnetsduluxe.com*, 17 mai 2023
- Delannois Camille, "A.S.Adventure combine profits et durabilité", *Trends*, 18 mai 2023, p.50-52
- Deslandes Marion, "Le service de retouches à domicile Tilli lève 1,2 million d'euros", *fashionnetwork.com*, 18 octobre 2022
- Faguer Astrid, "Mode : ces ateliers qui donnent une seconde vie à nos vêtements et accessoires", *lesechos.fr*, 3 novembre 2023
- Finkiel Yohan, "L'industrie outdoor à l'heure de la 'réparabilité'. De fil en aiguille", *Sport éco*, 14 décembre 2020, p.34-37
- Fron Marie-Emmanuelle, "Le vêtement professionnel gagne en responsabilité", *Journal du Textile*, 26 octobre 2021, p.18-21
- Guinebault Matthieu, "La réparation des vêtements connue mais sous-utilisée par les Français", *fashionnetwork.com*, 13 novembre 2023
- Guyot Olivier, "Plus des deux tiers des vêtements neufs vendus sont des produits d'entrée de gamme : un défi pour la recyclabilité et la réparabilité", *fashionnetwork.com*, 24 novembre 2022
- Harel Camille, "Lancement du bonus réparation textile : tout ce que vous devez savoir", *capital.fr*, 7 novembre 2023
- Jeammet Corinne, "Réparer ses vêtements : hier signe de pauvreté, demain 'marque de conscience écologique et de créativité'", *francetvinfo.fr*, 2 mai 2021
- Jourdain Marion, "La destruction des invendus des marques de mode et de luxe devient interdite", *thegoodgoods.fr*, 2 septembre 2021
- Le Bolzer Julie, "Deux Français sur trois prêts à renoncer à une marque non responsable", *lesechos.fr*, 31 mars 2022
- Mattei Pascale, "Pact Retail Accessories offre plusieurs vies aux cintres", *Journal du Textile*, 12 juillet 2022, p.13
- Nait Mazi Maurane, "3 Français sur 4 disent jeter un vêtement ou une paire de chaussures qui aurait pu être réparé", *cm-cm.fr*, 8 novembre 2023
- Pons Sabrina, "Pourquoi les marques de luxe détruisent-elles encore leurs invendus ?", *lefigaro.fr*, 23 octobre 2021
- Trébeau Victoria, "Spa pour sacs, entretien et durabilité : quand réparer devient un luxe", *harpersbazaar.fr*, 6 novembre 2023
- "Le bonus réparation textile a fait économiser 2,3 millions d'euros aux Français", *lalsace.fr*, 25 mars 2024
- "À Louviers, Hermès ouvre une nouvelle manufacture pour faire face au boom de la demande", *paris-normandie.fr*, 7 avril 2023
- "Les Réparables déploie ses solutions de réparation textile dans la région lyonnaise", *onlylyon.com*, 14 décembre 2023
- "Patagonia. La réparation, l'avenir de l'industrie textile", *M&T2*, octobre-novembre-décembre 2023, p.57-58
- "LVMH mise sur la plateforme de réparation Save Your Wardrobe avec le Prix de l'Innovation", *parisgoodfashion.fr*, 16 juin 2023
- "Tilli : de la retouche à domicile aux partenariats avec la marque", *M&T2*, avril-mai-juin 2022, p.41-43

La collection IndexPresse *Business Etude*

Comment accéder à des données fiables, pertinentes et surtout synthétisées, alors que l'information n'a jamais été aussi accessible en apparence ?

Voilà une question à laquelle sont confrontés quotidiennement les décideurs dans les entreprises lorsqu'il s'agit de prendre les bonnes décisions.

C'est pourquoi nous avons créé la collection **IndexPresse Business Etude**, des études sectorielles complètes, réalisées à partir des plus grands titres de la presse

économique et professionnelle. En s'appuyant sur des informations fiables et de qualité, les études d'IndexPresse offrent des synthèses analytiques et éclairées sur les secteurs d'activité émergents ou en mutation.

Vous aurez ainsi toutes les clés en main pour accompagner votre réflexion stratégique, en vous appuyant sur l'examen des enjeux de votre marché, afin d'anticiper ses évolutions et valider, ou modifier, votre positionnement dans le jeu concurrentiel.

IndexPresse *Business Etude*

Date de parution - avril 2024.



Renaud HAMMAMY

renaud.hammany@indexpresse.fr

Auteur

SECTEURS & MARCHÉS
RÉPARATION D'ARTICLES TEXTILES
ÉDITION 2024

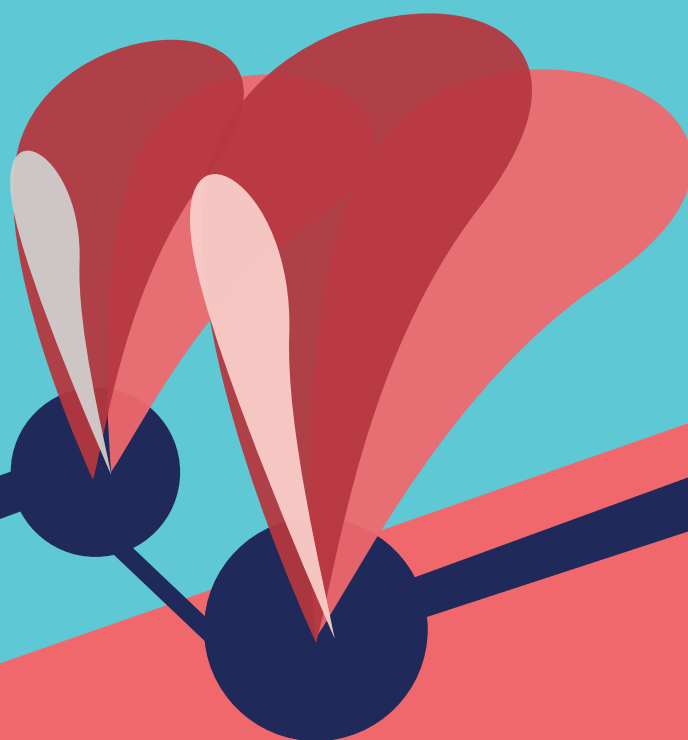


Photo de couverture : © Pretty Panda



IndexPresse

IndexPresse
19 rue René Thomas
38000 Grenoble
Tél. 04 76 92 05 25
indexpresse@indexpresse.fr