



ARTICLE

RELEVER LE DÉFI DU DÉVELOPPEMENT DURABLE GRÂCE À L'INNOVATION PARTICIPATIVE

L'ÉQUIPE INNOVATION DE LECTRA TRAVAILLE MAIN DANS LA MAIN AVEC SES CLIENTS ET PARTENAIRES AFIN DE RELEVER LE PLUS GRAND DÉFI AUQUEL EST AUJOURD'HUI CONFRONTÉE L'INDUSTRIE TEXTILE

Respect de l'environnement et transparence de la chaîne d'approvisionnement sont en effet désormais au cœur des préoccupations de chacun des acteurs du secteur. Représentant chaque année 10 % du total des émissions de CO2 et 20 % des eaux usées, l'industrie textile subit désormais une forte pression législative au niveau mondial.

Au sein de l'UE, la réglementation Product Environmental Footprint (relative à l'empreinte environnementale des produits) entrera en vigueur en 2025 et contraindra les entreprises des états membres à **fournir aux consommateurs des informations détaillées sur l'impact environnemental de chaque produit**. Entre-temps, la France va mettre en place des réglementations similaires. Des lois visant à lutter contre le gaspillage et à favoriser l'économie circulaire, mais aussi relatives au climat et à la résilience sont d'ores et déjà en vigueur.

Ces **nouvelles réglementations bouleversent les règles du jeu dans l'univers de l'habillement**. Pour les marques de mode, favoriser le développement durable constitue désormais un **avantage concurrentiel**.

Plus vite elles parviendront à respecter ces législations et à adopter des pratiques plus écologiques et transparentes, mieux elles seront préparées pour 2025, en réussissant à combiner, avant leurs concurrents, rentabilité et respect de l'environnement.

Les entreprises qui n'y parviendront pas s'exposent à des sanctions légales et risquent de s'aliéner les consommateurs. Face à la vitesse à laquelle gouvernements et organismes de réglementation imposent de nouvelles règles, les marques de mode tendent à réagir trop lentement en raison des nombreux obstacles qu'elles doivent surmonter.

L'une des principales difficultés est de mesurer, évaluer et analyser l'impact environnemental de ses produits. C'est un défi de taille pour une entreprise seule. **C'est là que l'innovation participative entre en jeu.**

→ [En savoir plus](#)

Innovation participative : la puissance de l'intelligence collective

Depuis 2021, l'équipe Innovation de Lectra mène les débats dans le domaine du développement durable en réunissant ses clients, qui vont des marques de luxe à la fast fashion, mais aussi des universitaires, des experts internes et externes et des consultants lors de groupes de réflexion annuels. À l'heure actuelle, **le développement durable est le principal sujet de discussion** et, en raison de sa complexité, le sujet a été divisé en différentes sous-catégories afin de faciliter la réflexion et la recherche de solutions : **traçabilité, évaluation du cycle de vie du produit, mode circulaire, passeport digital des produits, etc.**

Cette approche participative de l'innovation a pour objectif de renforcer nos liens avec nos clients et partenaires en comprenant mieux leurs difficultés et en créant des scénarios nous permettant de résoudre ensemble ces problèmes.

Lectra peut ainsi également élargir son offre de manière plus réfléchie. Huit sessions de travail rassemblant 15 marques ont eu lieu en 2021. Plus de 40 entreprises ont pu se rencontrer, 6 start-ups ont été présentées aux clients et le choix s'est porté sur **Textile Genesis**.

Popularisée au début des années 2000, l'innovation participative est une approche non traditionnelle qui consiste à rassembler les savoir-faire et compétences des différents acteurs afin de concevoir et développer des produits de manière collective. Notre monde devenant de plus en plus complexe, cette méthode présente plusieurs avantages pour les marques de mode. Elle leur permet d'adopter une approche plus holistique en sollicitant les points de vue d'un éventail plus large de professionnels et d'experts, de créer les produits qu'attendent les consommateurs grâce aux retours directs de ces derniers, de partager des connaissances et, au final, de gagner en compétitivité.

Cette approche moins cloisonnée pourrait même avoir des avantages certains pour la société.



*Nous utilisons en effet cette approche collaborative de l'innovation pour résoudre un problème qui affecte la planète entière. En permettant à nos clients d'assurer le suivi des activités de leurs fournisseurs et de développer des méthodes de production durables et écoresponsables, nous espérons ainsi contribuer à réduire l'empreinte carbone du secteur textile dans son ensemble. **Chaque pas en avant, aussi petit soit-il, doit être considéré comme un progrès majeur.***

FANNY PARCHEMIN
Innovation Product Manager, Lectra

Faciliter l'évaluation et le calcul de l'impact environnemental des produits

Mi-juillet cette année, le groupe de réflexion s'est à nouveau réuni pour discuter, réfléchir et partager études de cas et bonnes pratiques sur le sujet choisi pour cette session : évaluer l'impact environnemental des produits. **Les marques de mode sont engagées dans une véritable course contre la montre afin de mesurer leur empreinte environnementale et ainsi se conformer aux nouvelles réglementations.** La traçabilité de la chaîne d'approvisionnement joue un rôle clé pour y parvenir. La disponibilité et la gestion des données sont donc devenues essentielles. Les gouvernements et autorités réglementaires ne leur ayant pas fourni de normes spécifiques en matière de données, les entreprises développent donc des modèles différents reprenant ceux que leurs logiciels utilisent déjà. Chaque entreprise a sa propre définition de l'impact environnemental d'un produit et son propre système de notation, ce qui conduit à des résultats assez hétéroclites.

Il existait jusqu'ici dans le secteur peu de solutions spécialement conçues pour la collecte, le stockage et l'analyse des données relatives à l'empreinte environnementale des produits. Les différents acteurs devaient donc utiliser les outils dont ils disposaient déjà (PLM, PIM, ERP, SCM ou Microsoft Excel) pour collecter les données produit nécessaires et les classer selon des critères environnementaux, ce qui constituait une activité particulièrement chronophage.

Les marques disposaient des informations concernant leurs produits mais devaient par exemple obtenir de leurs fournisseurs les données relatives à leur consommation d'énergie : une tâche fastidieuse, complexe et difficile à adapter à l'ensemble d'une collection. Sans ces données essentielles, il est impossible de procéder à un calcul précis de l'empreinte environnementale d'un produit.

Afin de faire avancer la réflexion, Lectra a donc suggéré la solution suivante : **développer ensemble un modèle de données standardisé, collecter les données relatives à un vêtement similaire auprès de différents participants et réaliser un test de fonctionnement sur le logiciel.** Il s'agit d'un travail de longue haleine qui donnera lieu à d'autres sessions de travail collectives au cours desquelles les participants devront évaluer les résultats des tests de manière régulière afin de parvenir à un consensus et atteindre leurs propres objectifs.

L'innovation participative selon Lectra : ouvrir la voie en fédérant individus et idées

Selon la formule consacrée, deux têtes valent mieux qu'une. Tout l'intérêt de ce groupe de réflexion réside dans le fait que l'ensemble des participants œuvrent ensemble dans le but de résoudre un problème commun. Chacun peut ainsi partager ses préoccupations, échanger en toute liberté et trouver rapidement de nouvelles idées et solutions.

Élément moteur de cette initiative, Lectra **réunit les grandes intelligences de la mode afin de résoudre ensemble le casse-tête que constitue le développement durable, une pièce après l'autre.**



Notre projet d'innovation participative n'en est qu'à ses balbutiements mais les résultats sont déjà là. En travaillant main dans la main avec nos clients et partenaires, nous sommes convaincus que nous parviendrons à faire évoluer l'industrie textile.

PHILIPPE RIBERA

Vice President of Innovation, Lectra