

Politique de produits exemplaires : Patagonia



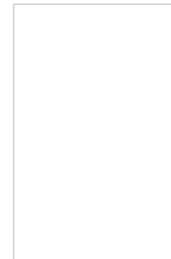
Patagonia

249 Rue Paccard
74400 Chamonix
[Voir le site internet](#)

Auteur :

Isabelle Susini
isabelle.susini@patagonia.com

[Consulter la fiche sur OPTIGEDE](#)



CONTEXTE

Créée en 1973 par un grimpeur chevronné, les vêtements de la marque Patagonia sont conçus pour être performants, à l'image du matériel d'escalade fabriqués par son concepteur. La société Patagonia, qui commercialise des vêtements de sports outdoor, a une fibre environnementale très développée. La société produit à la fois des produits durables et initie de nombreux projets en matière de développement durable à travers le monde.

Sur le plan de la réparation, c'est l'entreprise PETRATEX, implantée au Portugal qui assure ce service pour toute l'Europe.

Éléments déclencheurs :

- Volonté du fondateur de la marque Patagonia de développer des produits de qualité, durables et fonctionnels et qui ont un impact moindre sur l'environnement.
- Audit des fibres textiles : programme d'étude d'impact écologique des produits réalisé en 1992 qui va donner une impulsion déterminante dans le développement des produits. Patagonia opte pour deux choix stratégiques : l'utilisation de polyester recyclé dans un nombre croissant de produits et le choix du coton 100% biologique pour toute la gamme de produits comprenant du coton.
- L'initiative Common Treads, lancée en 2005, qui permet de formaliser la réparation dans les 5 « R » du programme même si cette activité est présente depuis une vingtaine d'années.

OBJECTIFS ET RESULTATS

Objectifs généraux

- Fabriquer des vêtements résistants avec une durée de vie la plus longue possible
- Produire une gamme de vêtements durables adaptés à une série de pratiques sportives en extérieur selon un mode opératoire respectant des prescriptions précises (durée de vie longue, résistant, matières naturelles, matières recyclées, faible impact sur l'environnement, réparable...).
- Etre en cohérence avec les 5 « R » du programme Common Treads (Réduire, Réparer, Réutiliser, Recycler, Réinventer).

Résultats quantitatifs

Pour cette action, les résultats sont mesurés par les indicateurs suivants :

- % de textiles portant le logo « e »
- Nombre de bouteilles PET détournées et été recyclées en pulls polaires.
- Nombre de de produits recyclés

- Nombre de produits réparés
- Nombre de personnes qui rejoignent le programme Common Threads

Résultats qualitatifs

Facteurs de succès :

- Volonté du fondateur de l'entreprise d'initier et de soutenir une démarche globale de DD basée sur la conception de produits minimisant leur impact sur l'environnement.
- Volonté de dédier des moyens humains, techniques et financiers à la mise en place d'une politique soutenable.
- Politique DD orientée client : service retours et réparations en phase avec les 5 « R » du programme Common Threads.

Facteurs limitants :

Éloignement géographique du centre de réparation principal (Portugal), ce qui rend le délai de réparation « incompressible »

- Solution : étude en cours afin de développer une démarche plus locale (1 centre de réparation par pays)

Exigences des consommateurs vis-à-vis du délai de réparation (15 jours)

- Solution : former les vendeurs de manière à ce qu'ils puissent argumenter sur la démarche DD de la marque.

Pénalité dans le cadre de la REP TLC qui ne prend pas en compte les efforts accomplis par l'entreprise sur le plan de la durabilité des produits

- Solution : impliquer les entreprises concernées dans les groupes de travail qui participent à l'élaboration de ces réglementations.

Valeur ajoutée d'une approche « multi-produits » :

- Peu de centres spécialisés en capacité d'effectuer des réparations sur des produits techniques : le fait de travailler avec quelques centres de réparation permet de concentrer l'expertise en un lieu.
- Simplification des procédures sur le plan logistique.

Valeur ajoutée d'une approche territorialisée :

- Simplification des procédures sur le plan logistique.

MISE EN OEUVRE

Planning

1992 : Lancement du programme d'étude d'impact écologique des produits de la marque Patagonia.

1993 : Patagonia lance en exclusivité le Synchron® PCR – « post consumer recycled » – une polaire fabriquée à partir de bouteilles plastiques recyclées. Une polaire Synchron Snap-T permettait de recycler 25 bouteilles de 2l en PET (Polyéthylène Tétraphthalate).

1994 : Premier bilan environnemental de l'entreprise.

1995 : L'entreprise lance son programme de recyclage des chutes.

2003 : Produits : vestes en fibres recyclées post-consommation (PCR®)

2005 : Lancement du Programme de recyclage de vêtements Common Threads.

2007 :

- Le programme de recyclage des vêtements s'étend aux t-shirts en coton biologique et aux polaires Polartec®. Patagonia devient partenaire de bluesign®.
- Lancement des « Chroniques de notre empreinte écologique » qui explique les impacts environnementaux

et sociaix d'une majorité des produits de Patagonia : <http://www.patagonia.com/eu/frFR/footprint/>

2011 : Initiative Common Threads par laquelle Patagonia s'engage mutuellement avec ses clients afin de moins consommer. Ce pacte se focalise sur le 1er « R » – RÉDUIRE des 5 « R » : REDUIRE, REPARER, REUTILISER/REVENDEUR VIA EBAY, RECYCLER ET REINVENTER.

2012 : groupe de travail en cours en vue de développer l'indice Higg qui permet d'évaluer l'ensemble des impacts environnementaux et sociaux de l'industrie de l'habillement, de la chaussure et du matériel de plein air.

Moyens humains

- Une seule personne en poste pour la France et l'Europe avec le titre d'Environment and CSR manager.
- Centres de réparation (nombre de personnes engagées aux activités de réparation non connu).

Moyens financiers

-

Moyens techniques

Procédure pour la réparation des produits achetés en magasin :

- Pour faire réparer les produits Patagonia, le client doit retourner le vêtement au magasin où il l'a acheté. Le magasin conseillera le client et s'occupera du retour pour réparation.
- Si cela n'est pas possible, le client doit contacter le service clients Internet/VPC par e-mail (euro_hotline@patagonia.com) ou par téléphone.
- Transmettre tous les détails sur les besoins de réparations et demander à Patagonia un Numéro d'Autorisation du retour (indispensable).
- Patagonia communiquera la procédure à suivre pour le retour de l'article.
- Le vêtement sera évalué et, si la réparation ne peut être effectuée gratuitement, Patagonia contacte le client.
- Si l'article est jugé irréparable, Patagonia pourra, à son entière discrétion, proposer un produit de remplacement ou faire un avoir pour un montant correspondant au dernier prix de détail connu.
- Si le vêtement a une valeur sentimentale et que le client désire que Patagonia le renvoie plutôt que de bénéficier d'un avoir ou d'un remplacement, le client doit le préciser très clairement dès la demande d'autorisation.
- Patagonia renverra le produit réparé directement depuis son centre de réparation, par courrier express.

4 centres de réparation en Europe :

- Entreprise Petrutex (Portugal) : tous les vêtements à l'exception des combinaisons de surf et des waders
- Réparation des combinaisons de surf : 2 centres de réparation spécifique (Marseille et Royaume Uni).
- Réparation des waders : non précisé

Partenaires mobilisés

Entreprises spécialisées en réparation d'équipement outdoor

VALORISATION DE CETTE EXPERIENCE

Facteurs de réussites

- Une telle politique n'est reproductible qu'avec la volonté et l'engagement des propriétaires de l'entreprise de développer une stratégie développement durable pérenne.

Difficultés rencontrées

- Création d'un logo « e » qui désigne les articles qui contiennent des fibres respectueuses de l'environnement : 54% des textiles concernés.
- Utilisation de coton 100 % biologique certifié pour tous les articles contenant du coton.
- Utilisation de matériaux recyclés (bouteilles PET) : 92 millions de bouteilles PET détournées et été recyclées en pulls polaires.
- Depuis juillet 2005, Patagonia a recyclé 56,6 tonnes de produits.
- Depuis janvier 2012, Patagonia a réparé 26 078 produits.

Recommandations éventuelles

- Encourager l'innovation et la conception de produits qui réduisent leur impact sur l'environnement en dédiant les moyens nécessaires pour atteindre cet objectif.
- Réaliser des audits (ex : études d'impact écologique des produits) afin de disposer d'un outil d'aide à la décision.
- Sensibiliser les entreprises à leur devoir de s'engager dans une démarche durable (ex : implication de Patagonia dans la « Sustainable

Mots clés

REEMPLOI | EMPLOYE | CONSOMMATEURS | TEXTILE

Dernière actualisation

Octobre 2014

Fiche réalisée sur le site optigede.ademe.fr

sous la responsabilité de son auteur

Contact ADEME

Direction régionale