



Numéro de la consultation : 2024100007

Service :
RP - Direction de la Supervision des filières REP

CAHIER DES CLAUSES TECHNIQUES PARTICULIERES (CCTP)

Panorama des textiles d'habillement, linge de maison et chaussures vendus sur les marchés

DSREP
Rédaction : Manon LEGER

20/11/2024

TABLE DES MATIERES

| | |
|---|----|
| 1. Contexte de l'étude | 3 |
| 1.1. Les activités de l'ADEME | 3 |
| 1.2. Contexte de l'étude | 4 |
| 2. Objet et contenu de la prestation attendue | 4 |
| 2.1. Objectifs de l'étude | 4 |
| 2.2. Périmètre de l'étude | 4 |
| 2.3. Travaux à réaliser | 6 |
| 3. Descriptif des livrables | 8 |
| 4. Organisation et pilotage de la prestation | 9 |
| 4.1. Encadrement et suivi de l'étude | 9 |
| 4.2. Calendrier de réalisation de l'étude | 10 |

1. Contexte de l'étude

1.1. Les activités de l'ADEME

L'ADEME EN BREF

À l'ADEME - l'Agence de la transition écologique -, nous sommes résolument engagés dans la lutte contre le réchauffement climatique et la dégradation des ressources.

Sur tous les fronts, nous mobilisons les citoyens, les acteurs économiques et les territoires, leur donnons les moyens de progresser vers une société économe en ressources, plus sobre en carbone, plus juste et harmonieuse.

Dans tous les domaines - énergie, air, économie circulaire, gaspillage alimentaire, déchets, sols... - nous conseillons, facilitons et aidons au financement de nombreux projets, de la recherche jusqu'au partage des solutions.

À tous les niveaux, nous mettons nos capacités d'expertise et de prospective au service des politiques publiques.

L'ADEME est un établissement public sous la tutelle du ministère de la Transition écologique et solidaire et du ministère de l'Enseignement supérieur, de la Recherche et de l'Innovation.

LA DIRECTION DE LA SUPERVISION DES FILIERES REP

La Responsabilité Elargie du Producteur (REP) est basée sur le principe « pollueur-payeur » : les producteurs, c'est-à-dire les entreprises responsables de la mise sur le marché français de certains produits, sont responsables de l'ensemble du cycle de vie de ces produits, depuis leur conception jusqu'à leur fin de vie. La REP transfère, entre autres, tout ou partie des coûts de gestion des déchets vers les metteurs sur le marché.

En France, les prémices du principe de la REP datent de la loi de 1975 relative à l'élimination des déchets et à la récupération des matériaux, et le dispositif des filières REP a commencé à prendre son essor avec le décret du 1er avril 1992 relatif aux emballages ménagers. Ensuite, il s'est étendu à de nombreuses filières de produits telles que les piles et accumulateurs, les papiers, les équipements électriques et électroniques, etc.

La loi AGE¹ a instauré la création de plusieurs nouvelles filières REP et transformé en profondeur le système d'organisation des filières REP. Aujourd'hui, l'objectif du dispositif REP n'est plus seulement de traiter les déchets générés, mais également de prévenir la production de déchets.

De plus, conformément à la directive européenne sur les déchets qui impose de renforcer les moyens de suivi des filières REP par l'Etat, l'article 76 de la loi AGE¹ crée une instance de suivi et d'observation des filières REP, confiée à l'ADEME : la Direction de la Supervision des filières REP (DSREP), chargée de superviser ces filières et de les accompagner pour atteindre les objectifs fixés par l'Etat. L'une des missions de la DSREP est de réaliser des études qui permettent d'accompagner techniquement les acteurs des filières. Le présent cahier des charges s'inscrit dans cette mission d'accompagnement des filières REP par l'ADEME.

¹ [Loi n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire](#)

1.2. Contexte de l'étude

Aujourd'hui, il y existe différents canaux de vente de textiles ménagers de type TLC (Habillement, linge de maison, chaussure). Les canaux les plus connus sont les boutiques et les plateformes de vente en ligne mais des ventes se réalisent aussi par le biais de marchés qui se tiennent dans les communes, que ce soient des marchés de plein air ou des marchés couverts. Si ces derniers sont facilement visibles quand on se promène en ville, leurs gisements sont peu connus.

Dans un contexte où de nombreux enjeux environnementaux existent sur les TLC tel que le réemploi et la réutilisation et où les acteurs de la filière doivent respecter différentes réglementations et législations (obligations relatives au principe de REP, limitations sur les substances chimiques, encadrement pour lutter contre le greenwashing, interdiction de la destruction des invendus, etc.), la DSREP souhaite mieux connaître ces gisements.

L'objectif de l'étude est de caractériser et quantifier les typologies de TLC mis en vente sur les marchés et de connaître l'organisation de ces canaux de vente de TLC (typologie des marchés, acteurs, réseaux).

2. Objet et contenu de la prestation attendue

2.1. Objectifs de l'étude

Cette étude a pour objectif de réaliser un panorama des TLC mis en vente sur les marchés, en :

- Identifiant les typologies de marchés récurrents ;
- Identifiant et cartographiant les acteurs et réseaux qui interviennent sur ces marchés ;
- Identifiant et quantifiant les typologies de TLC mis en vente ;
- Identifiant les connaissances et pratiques des acteurs au regard des réglementations et législations qui s'appliquent aux TLC.

2.2. Périmètre de l'étude

- **TLC** : on entend par TLC les textiles ménagers de type : habit, linge de maison, chaussure ; quelle que soit leur origine.

La typologie de TLC peut se définir d'une part selon les catégories et sous-catégories de produits telles qu'établies par l'éco-organisme REFASHION, et d'autre part par le statut du produit par rapport à son cycle de vie :

- Les TLC neufs qui ne sont pas des invendus ² de tiers, ni issus d'upcycling ³ et qui ne sont pas des défectueux
- Les TLC issus des invendus non transformés de tiers
- Les TLC issus de transformation d'invendus
- Les TLC défectueux issus de défauts de fabrication
- Les TLC de seconde main
- Les TLC issus d'upcycling
- ...

² Selon la définition qui figure dans l' « Etude des gisements et des causes des invendus non alimentaires et de leurs voies d'écoulement » de l'ADEME, p10, partie 1.3.1 : <https://librairie.ademe.fr/consommer-autrement/5035-etude-des-gisements-et-des-causes-des-invendus-non-alimentaires-et-de-leurs-voies-d-ecoulement.html>

³ Selon la définition qui figure dans le guide pratique des allégations environnementales du CNC (Conseil National de la Consommation), p64 : <https://www.economie.gouv.fr/dgccrf/allegations-environnementales-ce-qu'il-faut-retenir>

- **Marchés** : marchés récurrents, de type marchés de plein air et halles couvertes, qui se tiennent sur un espace public. Les marchés saisonniers sont inclus.
Sont exclus : les marchés exceptionnels (ex : vide-greniers, les événements éphémères, etc.), les marchés aux puces (ne proposant que de la brocante et fripe).
- **Acteurs et réseaux** : Le commerçant tenant le stand de vente⁴ et les acteurs avec lesquels ce commerçant est en lien avant la vente sur le marché, tels que : fabricants, importateurs, distributeurs, grossistes, détaillants, organisateurs, standistes, dé-stockeurs/soldeurs, franchises, etc.
- **Réglementation et législation** : Identifier si, a minima, les TLC vendus sont conformes aux réglementations et législations suivantes : adhésion du 1^{er} metteur en marché auprès de l'éco-organisme REFASHION, présence de l'info tri, allégations environnementales, présence de substances chimiques, sources d'approvisionnement, garantie légale de 2 ans, etc.
- **Zone géographique** :
 - TLC : France (en métropole et Outre-Mer)
 - Marchés : France (en métropole et Outre-Mer)
 - Acteurs et réseaux :
 - Commerçant tenant le stand : France (en Métropole et Outre-mer)
 - Acteurs en amont du commerçant : France et international

⁴ A noter que ces commerçants doivent avoir une AOT (Autorisation d'Occupation Temporaire) et un SIRET pour mener leur activité de vente sur un marché : <https://entreprendre.service-public.fr/vosdroits/F32276>

2.3. Travaux à réaliser

L'étude se déroulera en trois phases :

- Phase 1 : Travail bibliographique
- Phase 2 : Enquête
- Phase 3 : Entretiens et visites terrains

Les phases pourront se chevaucher.

Phase 1 : Travail bibliographique

La phase 1 est un travail préparatoire en vue de la réalisation des phases suivantes. Le prestataire devra collecter et consolider les données et informations existantes relatives à la vente de TLC sur les marchés et restituer les éléments suivants :

- Caractérisation des marchés récurrents en France : description des types de marchés (plein air, couvert, saisonnier – d'autres catégorisations pour tenir compte de spécificités liées à la taille des communes pourront être proposées) et estimation du nombre de marchés par typologie, et si possible par département et par région
- Caractérisation des acteurs et réseaux intervenant sur ces marchés, y compris acteurs de type fédération, syndicat ou autre organisation professionnelle représentant les commerçants
- Première description et quantification des TLC, par typologie (notamment via le croisement de données de mises sur le marché et de consommations)
- Recensement des pratiques au regard des réglementations et législations
- Recensement le plus exhaustif possible des commerçants de TLC sur les marchés récurrents en France comprenant leurs coordonnées (adresse email notamment) et périmètre d'intervention (commune-département-région)

Phase 2 : Enquête

La 2^{ème} phase de l'étude a plusieurs objectifs :

- Identifier et quantifier les typologies de TLC par type de marché et si possible, par taille de commune et par département
- Renforcer les connaissances sur la caractérisation des acteurs et réseaux
- Compléter le recensement des pratiques au regard des réglementation et législations
- Consolider d'autres informations sur l'activité des commerçants (ex : typologie de clients, difficultés rencontrées, ...)

A cette fin, le prestataire devra interroger, à l'appui d'une enquête en ligne, les acteurs recensés en phase 1. Il proposera et rédigera une trame de questions qui sera soumise puis validée par l'ADEME. La trame pourra être adaptée en fonction des profils des commerçants. Le prestataire sera chargé de l'envoi et du traitement de cette enquête, il consolidera et analysera les réponses et en fera une synthèse.

Voici des exemples de questions attendues dans l'enquête :

- Sur quel(s) type(s) de marché ponctuel vendez-vous des textiles de type TLC ?
- Quel type de textile vendez-vous sur votre stand ?
- Est-ce que vos produits portent des allégations environnementales et sociales et si oui, lesquelles ?
- En 2024, combien ou quelle quantité (kg) avez-vous mis en vente ? Quelle part avez-vous vendu ? Si possible, déclinez ces chiffres par type de marché et type de textiles.
- Quelle est l'origine de ces textiles, comment et auprès de qui vous approvisionnez-vous ? Connaissez-vous l'ensemble des acteurs derrière la chaîne d'approvisionnement ? Si oui, quels sont-ils ?
- Avez-vous connaissance des réglementations et législations qui s'appliquent aux textiles ? Si oui, lesquelles ?
- [...]

A l'issue de la phase 2, le prestataire devra produire un rapport intermédiaire qui comprendra les résultats des phases 1 et 2 ainsi qu'un descriptif de l'approche méthodologique employée pour aboutir à ces résultats.

Phase 3 : Entretiens et visites terrain

Les objectifs de la 3^{ème} phase sont :

- Observer les allégations environnementales et la présence de l'info tri sur les TLC des marchés en métropole
- Compléter les résultats et analyses issus des phases précédentes en interrogeant un panel de commerçants (via des appels téléphoniques et entretiens sur les marchés)
- Compléter les analyses en interrogeant d'autres acteurs tels que : les autorités de contrôles, l'éco-organisme Refashion, des collectivités, des associations, des entités représentant des commerçants, des acteurs ayant une relation commerciale avec les vendeurs sur marché, ...
- Consolider et croiser les résultats et analyses des trois phases
- Evaluer la robustesse et les limites des résultats et analyses

Pour remplir ces objectifs, le prestataire réalisera des visites de marché en métropole et des entretiens avec des acteurs situés en métropole, Outre-Mer et à l'international.

Des visites de marché seront réalisées en métropole en vue d'interroger les commerçants et d'observer les TLC. Ces visites doivent assurer une représentativité de la diversité des marchés et des communes en France. Il est attendu a minima 2 à 5 visites de marché, sur une vingtaine de communes. Le candidat précisera dans son offre les critères de sélection et le dimensionnement qu'il propose pour ces visites terrain.

Par ailleurs, une quarantaine d'entretiens devront être réalisés (en métropole, Outre-mer et à l'international) pour interroger les autres acteurs (autorités de contrôles, l'éco-organisme Refashion, des collectivités, des associations, des entités représentant des commerçants, des acteurs ayant une relation commerciale avec les vendeurs sur marché, ...). Parmi ces entretiens, une partie pourra être consacrée à des échanges avec des commerçants en vue d'affiner les résultats de l'enquête ou des visites terrain.

Le candidat précisera et justifiera dans son offre la répartition et le dimensionnement de ces entretiens.

Le prestataire proposera une trame d'entretien qu'il fera valider par l'ADEME. Il pourra proposer des trames spécifiques selon les typologies d'acteurs interrogés le cas échéant.

A l'issue de cette 3^{ème} phase, le prestataire rédigera un rapport final qui répondra aux objectifs du 2.1 et comprendra les résultats des trois phases de l'étude et, le cas échéant, des recommandations de travaux complémentaires nécessaires pour compléter la connaissance de ce gisement de TLC.

Dans son offre le candidat précisera la méthodologie envisagée pour répondre aux objectifs des trois phases précédemment décrites et il détaillera notamment les modalités envisagées pour le traitement des données à caractère personnel et confidentielles qui seront collectées.

3. Descriptif des livrables

Les livrables attendus sont les suivants :

- Un **rapport intermédiaire, non public**, comprenant les données et résultats des **phases 1 et 2** :
 - Restitution de la phase bibliographique :
 - Caractérisation des marchés
 - Première caractérisation des acteurs et réseaux qui s'y intègrent
 - Première description et quantification des typologies des TLC
 - Recensement des pratiques au regard des réglementations et législations
 - Restitution des freins et leviers rencontrés pour mener la 1ère phase
 - Bibliographie détaillée
 - Restitution de la phase d'enquête :
 - Résultats et analyse des données de l'enquête :
 - Identification et quantification des typologies de TLC par type de marché
 - Caractérisation approfondie des acteurs et réseaux recensés en phase 1
 - Recensement approfondi des pratiques au regard des réglementations et législations
 - Consolidation et analyse des autres informations recueillies relatives à l'activité des commerçants (ex : typologie de clients, difficultés rencontrées, ...)
 - Restitution des freins et leviers rencontrés pour mener la 2ème phase
 - Evaluation de la robustesse des données recensées ainsi que les limites d'exploitation
 - Ressources complémentaires :
 - Fichier Excel listant les informations sur les commerçants identifiés en phase bibliographique en précisant ceux ayant été sollicités pour l'enquête et ceux ayant répondu
 - Trame de l'enquête
 - Réponses à l'enquête
- Un **rapport final, non public**, comprenant les données et résultats des **phases 1, 2 et 3** :
 - Description du contexte de l'étude et des objectifs
 - Description de la méthodologie de collecte et traitement des données et de l'ensemble des hypothèses posées
 - Restitution et analyse des résultats des phases 1, 2 et 3 dont :
 - Evaluation de la robustesse des données recensées ainsi que les limites d'exploitation
 - Liste des freins et leviers pour mener les trois phases
 - Restitution complète des connaissances et pratiques relatives aux réglementations et législations
 - Conclusion et perspectives
 - Bibliographie détaillée
- Une **cartographie des acteurs et réseaux de vente de TLC sur les marchés ponctuels** : cette cartographie représentera visuellement les différents modèles d'acteurs et réseaux.
- Une **synthèse publique (format Word)** d'une vingtaine de pages maximum comprenant :
 - Description du contexte de l'étude et des objectifs
 - Description de la méthodologie
 - Restitution et analyse des résultats
 - Conclusion et perspectives
- Une **présentation publique (format Powerpoint)** : Ce livrable devra présenter de manière synthétique les résultats de l'étude : contexte, objectif, méthodologie, restitution et analyse des résultats, conclusion et perspectives.

- **Des livrables complémentaires, non publics**, comprenant l'ensemble des informations et données de marché collectées en Phase 1, 2 et 3 :
 - Fichier Excel listant les informations sur les commerçants identifiés en phase bibliographique en précisant ceux ayant été sollicités pour l'enquête, ceux ayant répondu à l'enquête, ceux ayant été interrogés et ceux ayant demandé la signature d'une charte de confidentialité
 - Fichier Excel listant les informations des autres acteurs interrogés
 - Trame de l'enquête
 - Réponses de l'enquête
 - Trame des entretiens
 - Compte rendu des entretiens et visites

Des modèles de documents Word et Powerpoint respectant la charte ADEME seront transmis au candidat sélectionné dès le démarrage de l'étude.

4. Organisation et pilotage de la prestation

4.1. Encadrement et suivi de l'étude

La validation des différents documents produits sera réalisée par l'ingénieure en charge du suivi de la prestation pour l'ADEME.

Le candidat devra intégrer dans sa proposition la tenue :

- D'un comité de pilotage (COPIL) réunissant l'ADEME (DSREP et Direction Economie Circulaire) et la DGPR. Ce COPIL se réunira **quatre fois** au cours de l'étude (démarrage, post phase 1, post phase 2, résultats de l'étude). A minima, la première réunion du COPIL se tiendra en présentiel.
- D'un comité de suivi (COSUI) réunissant des parties prenantes. Sa composition sera constituée par l'ADEME **sur la base de suggestions du prestataire**. Ce COSUI se réunira à deux **reprises** au cours de l'étude (démarrage et résultats de l'étude).

Le prestataire sera chargé de la préparation, de l'organisation, de l'animation et de la rédaction des supports de présentation puis des comptes rendus de réunions. Ces documents seront transmis pour validation à l'ADEME, au moins une semaine avant les réunions pour les supports de présentation et au plus une semaine après les réunions pour les comptes-rendus.

Des réunions de travail avec l'ADEME (point téléphonique ou visio) seront organisées de manière régulière, pendant toute la durée de la prestation.

Le candidat proposera et décrira dans son offre les modalités d'organisation de ces différentes réunions.

4.2. Calendrier de réalisation de l'étude

Durée de la prestation totale : 13 mois à compter de la notification du marché

Le calendrier prévisionnel de l'étude est le suivant :

- Début de la prestation : début décembre 2024
- Rapport intermédiaire : + 7 mois après le début de la prestation
- Livrables finaux provisoires : + 10 mois après le début de la prestation

Le candidat proposera un planning détaillé de travail permettant de respecter ces conditions.