



Les entreprises du secteur de
la Mode et la Responsabilité
Sociétale des Entreprises
(RSE) : état des lieux et
opportunités



DEFI

LA MODE DE FRANCE

5 avril 2017



Qui est Vigeo Eiris?

Indépendance et transparence des méthodologies certifiées (ARISTA)

Réseau international

- ▶ 200 experts
- ▶ Présence sur tous les continents

- ▶ Actionnariat international et multi parties prenantes
- ▶ Méthode exclusive sous revue d'un Comité scientifique indépendant
- ▶ Séparation stricte entre les deux entités

vigeo eiris
Rating

Empowering Responsible Investment

Large gamme de produits et services : analyse, opinion, rating et ranking, revue des risques, revue de portefeuilles, ... dédiés aux investisseurs et aux gestionnaires d'actifs souhaitant intégrer les facteurs de responsabilité sociale dans leurs opérations :

- ▶ Plus de **4 000 émetteurs** (entreprises, régions, Etats)
- ▶ Plus de **300 partenaires à travers le monde** : investisseurs, gestionnaires, organisations de la société civile et institutions internationales et académiques

vigeo eiris
Enterprise

Empowering Responsible Management

Missions de diagnostic et d'accompagnement à **l'intégration des critères ESG** au service d'organisations de tous types et de tous secteurs, en vue de l'amélioration continue de leurs démarches de responsabilité sociale :

- ▶ Second Party Opinion dans le cadre d'émissions obligataires responsables (vérificateur CBI)
- ▶ Référent des méthodes et tiers expert indépendant de **labels en responsabilité sociale** (label Lucie, CGEM, Diversité, ...)
- ▶ Plus de **600 projets** menées dans **41 pays** depuis 2002

- ▶ Périmètre : habillement féminin et distribution spécialisée de produits d'habillement féminins
- ▶ Analyse d'études, ouvrages et articles de presse complétée par l'analyse de sites de marques
- ▶ Entretiens semi-directifs réalisés en mars 2017 ; deux types d'acteurs interrogés
 - Marques et façonniers
 - Entreprises spécialisées dans la distribution de PAP féminin et grands magasins
- ▶ Utilisation de la notation extra-financière de certains groupes textiles cotés réalisée par Vigeo Eiris Rating : H&M, Fast Retailing, Marks & Spencer, Inditex, Gap

Référentiel International



- ▶ Conventions, Recommandations, Déclarations, Principes directeurs de l'ONU, OIT, PNUE, Global Compact, OCDE, Union Européenne,...

Facteurs de Risque

- ▶ Déclinaison des objectifs de responsabilité sociale en principes d'action managériale
- ▶ Prise en compte des catégories de risque propres à chaque secteur

38 critères d'évaluation

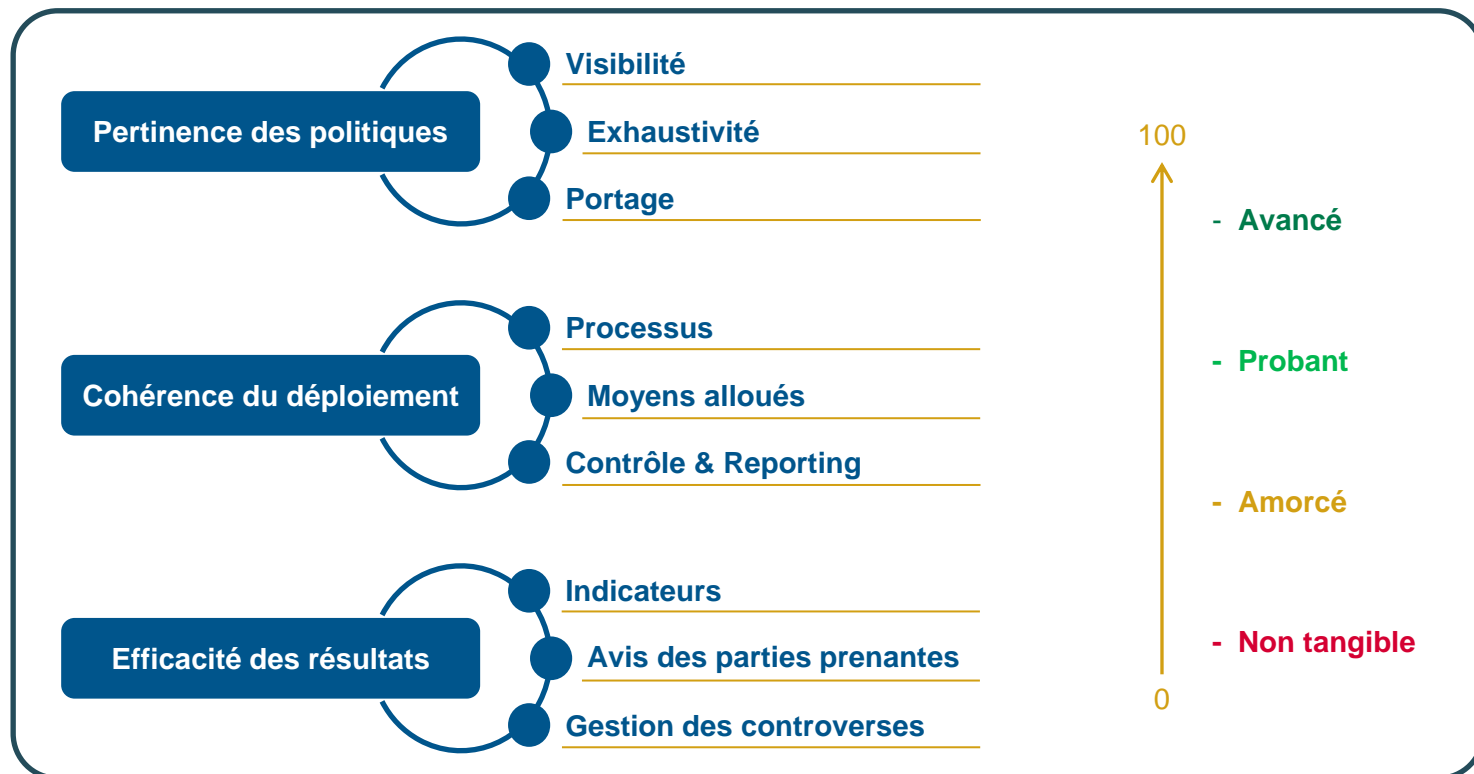
- ▶ 7 domaines d'analyse représentant les intérêts des différentes parties prenantes, déclinés en 38 critères activés et pondérés selon les enjeux sectoriels

*Droits humains, Ressources humaines, Environnement, Questions relatives au clients, Loyauté des pratiques, Communauté et développement local et Gouvernance,

3 items

9 angles d'analyse

4 niveaux de maturité



1. Pourquoi engager une démarche RSE ?

2. Enjeux et recommandations

3. Conclusion

1. Pourquoi engager une démarche RSE ?

Qu'est ce que la RSE ?

Non intégration des enjeux RSE

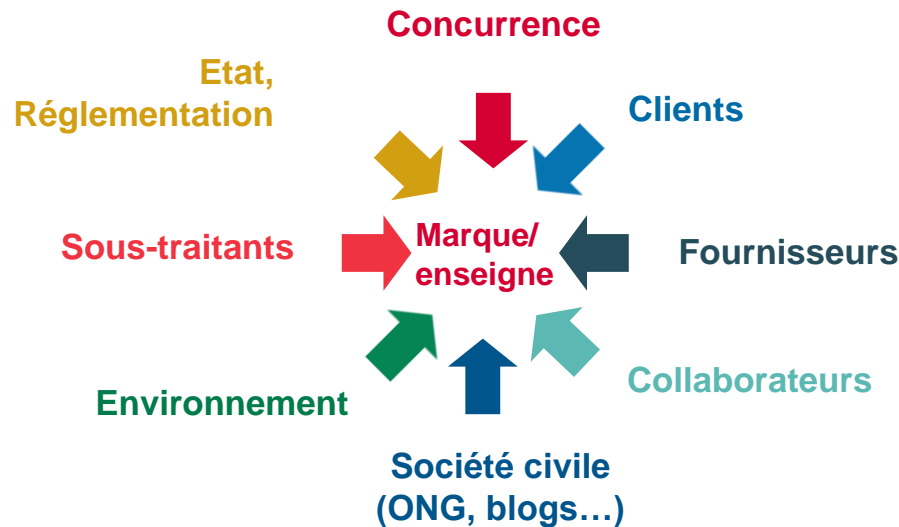


RISQUES

- Judiciaires (procès)
- Atteinte image de marque
- Conflits sociaux
- Non livraison
- Non-conformité et non qualité de la marchandise

Responsabilité étendue

La marque, au centre de ses parties prenantes



OPPORTUNITÉS

- Maîtrise des coûts
- Confiance en la marque
- Mobilisation interne
- Innovation

Création de valeur

SE METTRE EN CONFORMITÉ

SE DIFFÉRENCIER

La non-maîtrise des risques a un coût juridique, de réputation, d'attractivité

- ▶ **L'écosystème** des entreprises est attentif à ces sujets
 - En 2016, 51% des Français déclaraient vouloir consommer autrement (produits éco-labellisés, certifiés éthiques, locaux, moins polluants) *
- ▶ **L'émergence de labels** est la démonstration de la volonté des consommateurs d'être informés sur la conformité des produits à leurs propres références
- ▶ L'attention de l'écosystème à ces sujets peut engendrer des **controverses**



2. Enjeux et recommandations

2.1 Ecoconception des produits (1/2)

Enjeux

- ▶ **Identifier et intégrer les impacts sur l'environnement dans la conception des produits et services en s'appuyant sur le cycle de vie du produit**
 - Un article textile présente des impacts environnementaux à toutes les phases de son cycle de vie

Maturité

- ▶ Une **écoconception** des produits globalement **peu développée** ou ne couvrant qu'une **partie du cycle de vie**

Bonnes pratiques identifiées

- ▶ **Choix de matières** biologiques, équitables, recyclées, certifiées
- ▶ **Sensibilisation des clients** à un entretien moins consommateur d'eau et d'énergie
- ▶ Effort de **réduction des consommations d'eau** pour les usines de teinture

2.1 Ecoconception des produits (2/2)

Recommandations

Fibres écologiques, recyclées, certifiées ...

1.
Matières

2.
Production

Système de Management Environnemental
Contrôle et suivi des performances environnementales

Containers pour la collecte

5.
Réutilisation
recyclage

Optimisation des flux de transport
Mix de transport (maritime, rail-route, camions au biogaz, véhicule électrique ...)

4.
Utilisation

3.
Distribution
et transport

Durée de vie allongée (qualité produit)
Lavages moins fréquents
Mieux communiquer sur la température de lavage...

2.2 Sécurité du produit et information des consommateurs (1/2)

Enjeux

- ▶ **Prévenir et gérer les risques liés aux produits en termes de sécurité et de santé publique :**
 - Utilisation de **nombreux produits chimiques** dans la fabrication d'un vêtement (production fibre et ennoblement)
- ▶ **Informers avec clarté et précision les consommateurs sur les caractéristiques des produits pour éclairer leurs décisions d'achats :**
 - **Souhait du consommateur** d'être mieux informé des différents impacts du produit qu'il achète

Maturité

- ▶ Le niveau de maturité est **probant et homogène** entre les marques et les distributeurs
- ▶ Cependant, l'enjeu de **l'information des consommateurs** est encore insuffisamment pris en compte par le secteur du prêt à porter

2.2 Sécurité du produit et information des consommateurs (2/2)

Bonnes pratiques identifiées et recommandations

Maîtrise du risque produit :

- ▶ Utilisation de **labels**
 - privilégier les matières labellisées Oekotex 100 ou GOTS
- ▶ Identification de **produits de substitution** des substances dangereuses

Respect des intérêts du client :

- ▶ **Informations détaillées** sur les caractéristiques des produits sur le site internet de l'entreprise
 - étoffer le site de l'entreprise avec la composition, la provenance des produits...
- ▶ **Sensibilisation des vendeurs** sur la composition des produits et les conditions de fabrication

2.3 Fin de vie et recyclage (1/2)

Enjeux

- ▶ **Réduire les impacts sur l'environnement liés à l'élimination des produits**
 - Production de nombreux déchets (11 kgs/an par hbt en France)
 - Des pratiques de recyclage peu développées: 32,5% des TLC usagés sont collectés pour être réutilisés ou recyclés

Maturité

- ▶ Des démarches de collecte de vêtement plus répandues dans les enseignes que chez les marques
- ▶ Un nombre de filières en place restreint

2.3 Fin de vie et recyclage (2/2)

Bonnes pratiques identifiées et recommandations

- ▶ Mise à disposition de conteneurs pour les clients sur les lieux de vente
- ▶ Don des invendus
 - **Identifier les filières** et mettre en place des partenariats
 - **Communiquer sur ces dispositifs** en place sur le site de la marque

2.4 Facteurs sociaux et environnementaux dans la chaîne de valeur (1/2)

Enjeux

- ▶ **Intégrer dans la sélection des fournisseurs et sous-traitants des critères substantiels portant sur leur engagement et sur leur capacité à démontrer leur prise en compte des normes sociales et environnementales**
 - 25% des substances chimiques produites dans le monde sont utilisées par la filière textile
 - en moyenne, 200 000 litres d'eau = 1 tonne d'articles textiles
 - De nombreux impacts sociaux : travail forcé, travail des enfants, santé et sécurité des travailleurs, niveaux de salaire...
- ▶ **Inciter les fournisseurs/sous-traitants à prendre des mesures correctives et les accompagner**

2.4 Facteurs sociaux et environnementaux dans la chaîne de valeur (2/2)

Maturité

- ▶ Un niveau de performance **amorcé** concernant les **facteurs sociaux**, avec une **prise de conscience** des acteurs
- ▶ Des **enjeux environnementaux moins bien pris en compte**

Bonnes pratiques identifiées et recommandations

- ▶ **Certification GOTS** de certains fournisseurs
- ▶ Diffusion d'un **questionnaire fournisseur** en amont de la relation contractuelle comprenant des **questions environnementales et sociales**
- ▶ **Audits sociaux** sur site intégrant une dimension environnementale sur les fournisseurs stratégiques de rang 1
 - **Former les acheteurs** aux achats responsables
 - **Accompagner les entreprises** auditées sur les plans d'actions correctifs
- ▶ Partage des audits sur une plateforme commune avec d'autres marques (Sedex)

2.5 Traçabilité (1/2)

Enjeux

- ▶ Une chaîne d'approvisionnement **complexe**
- ▶ Une chaîne d'approvisionnement **mondialisée**

Maturité

- ▶ Un **manque de visibilité** complète sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement
- ▶ Un **niveau de maturité hétérogène** selon:
 - Taille de l'entreprise
 - Positionnement au sein de la chaîne

Bonnes pratiques identifiées et recommandations

- ▶ Réduction du **nombre de fournisseurs**
 - Privilégier dès que possible le sourcing de proximité
- ▶ Identification des fournisseurs jusqu'au rang 3, voire jusqu'au producteur de fibre pour des marques/lignes de produits positionnées « responsables »
 - Identifier la chaîne d'approvisionnement complète sur un **nombre limité de références** dans un premier temps et se donner des **objectifs de couverture** progressifs

2.6 Qualité de la gestion des emplois, protection de la santé et de la sécurité (1/2)

Enjeux

- ▶ **Favoriser les évolutions professionnelles, maîtriser les conditions de la mobilité et développer les compétences et les qualifications des salariés**
 - Les **métiers** techniques liés à la production étant **en tension**, les enjeux de formation et de gestion prévisionnelle des emplois sont particulièrement importants
- ▶ **Prévenir et réduire les accidents du travail et les maladies professionnelles**
 - Les risques en matière de santé et de sécurité sont nombreux : exposition aux substances chimiques, TMS, bruit, manutentions..

Maturité

- ▶ Une gestion peu structurée des RH dans les petites structures
- ▶ Des marges de progrès sur l'anticipation liée aux métiers sous tension
- ▶ Une bonne prise en compte des enjeux de santé et de sécurité, bien que le risque psychosocial ne soit pas toujours traité

2.6 Qualité de la gestion des emplois, protection de la santé et de la sécurité (2/2)

Bonnes pratiques identifiées et recommandations

- ▶ **Cartographie des compétences** et identification des compétences critiques
 - Mettre en place des partenariats avec les acteurs locaux de l'emploi
 - Anticiper le transfert de compétences (tutorat)
- ▶ Offre de formation visant le **maintien dans l'emploi** des collaborateurs
- ▶ **Analyse des causes** des accidents et mise en place de plans d'actions
 - Structurer la protection de la santé et de la sécurité (formation, sensibilisation, communication...)

2.7 Prévention des discriminations, promotion de l'égalité des chances et respect des droits humains fondamentaux (1/2)

Enjeux

- ▶ Prévenir les discriminations fondées sur le genre, le handicap, l'ethnie, la couleur...
- ▶ Développer l'insertion professionnelle des personnes handicapées
- ▶ Prévenir le harcèlement sexuel et moral
 - Quel que soit le secteur, la prévention des discriminations et le respect des droits humains fondamentaux sont des enjeux majeurs pour les entreprises

Maturité

- ▶ Des actions souvent restreintes au **cadre fixé par la réglementation** (égalité professionnelle, contrat de génération...)
- ▶ Un niveau de **maturité hétérogène** concernant la prévention du harcèlement

2.7 Prévention des discriminations, promotion de l'égalité des chances et respect des droits humains fondamentaux (2/2)

Bonnes pratiques identifiées et recommandations

- ▶ Insertion d'une question sur l'égalité des chances dans le **baromètre interne**
- ▶ Système d'alerte en cas de discrimination ou de harcèlement
 - S'assurer que les **processus RH** limitent le risque de discrimination
- ▶ **Formation des managers** à la prévention des discriminations et du harcèlement
 - Aborder régulièrement la question de la prévention des discriminations et du harcèlement en réunion

2.8 Engagement sociétal (1/2)

Enjeux

- ▶ **Optimiser les retombées économiques locales liées aux achats, aux politiques d'investissement et aux contributions aux infrastructures locales**
- ▶ **Promouvoir l'emploi et la formation de la population active locale**
- ▶ Les impacts des entreprises du secteur de la mode sur leur territoire d'implantation sont multiples:
 - Emploi de main d'œuvre locale
 - Formation
 - Achats locaux

Maturité

- ▶ En termes d'engagement sociétal, les entreprises possédant leur outil de production contribuent à l'emploi local
- ▶ Pour les donneurs d'ordres, on observe quelques actions ponctuelles en lien avec la création de filières responsables (actions sociales au niveau des producteurs de fibres)

2.8 Engagement sociétal (2/2)

Bonnes pratiques identifiées et recommandations

- ▶ **Partenariats** avec des écoles, organismes de formation
 - Structurer la démarche d'engagement sociétal en définissant des objectifs en lien avec l'activité
- ▶ Actions proactives en faveur de l'insertion et du maintien dans l'emploi des personnes qui en sont éloignées (personnes handicapées)
 - Développer les contacts et les partenariats avec les entreprises/associations spécialisées
- ▶ **Dons** en nature à des associations
- ▶ Programme d'**achats solidaires**

3. Conclusion

- ▶ La RSE n'est pas uniquement :
 - ▶ Une **succession de bonnes pratiques**
 - ▶ Le strict **respect de la réglementation**

- ▶ La RSE est une démarche :
 - ▶ **Accessible aux TPE/PME**
 - ▶ Qui doit intégrer **l'ensemble des enjeux** du secteur d'activité
 - ▶ Qui prend en compte l'ensemble des **parties prenantes**
 - ▶ Qui repose sur une **analyse managériale**