



Sommaire

1. Edito

2. Un guide pour qui, pour quoi ?

3. Mais finalement, c'est quoi la RSE ?

Quelles entreprises sont concernées ?

Qu'est ce que cela implique pour les entreprises ?

Pourquoi faire de la RSE ?

Quels sont les bénéfices de la RSE pour les entreprises ?

Qu'est-ce que la RSE implique pour l'entreprise ?

Quelles sont les principales étapes de la démarche ?

4. Etude de maturité RSE des façonniers textiles Français

4.1. Méthodologie

4.2 . Restitution

4.2.1 Une gouvernance en cours de maturité sur les sujets RSE

4.2.2 Principaux freins et leviers de la RSE pour la filière confection

4.2.3 Des enjeux sociaux et sociétaux bien maîtrisés

4.2.4 L'environnement, prochain enjeu RSE des entreprises de la confection.

4.2.5 Un fragile équilibre économique pour les entreprises du secteur.

5. Recommandations

5.1. Engager les entreprises du GFF dans la démarche RSE

5.1.1 Intégrer un expert RSE au service des entreprises du GFF

5.1.2 Sensibiliser les entreprises

5.1.3 Dialoguer, animer, suivre le plan d'action et les indicateurs

5.2. Mise en place de 4 chantiers RSE stratégiques pour le GFF

5.2.1 Evaluation des risques réglementaires Sociaux et Environnementaux

5.2.2 Eco-conception, économie circulaire et gestion des déchets textiles

5.2.3 Pilotage énergétique des entreprises

5.2.4 Démarche de labélisation RSE du secteur confection

5.3 Plan d'action

5.4 Budget prévisionnel

6. Annexes : Exemple de fiches outil

1. Edito

Rien ne se passe comme prévu dans cette année 2020.

Il y a 1 an je déposais une demande de financement au DEFI afin de traiter, aux côtés de la FFPAPF et de la FHCM, le sujet RSE des fabricants français. Ces fédérations sont aujourd'hui bien malmenées et nous ne pourrions pas conduire ce travail comme nous l'avions envisagé.

La crise COVID est un accélérateur et nous a donné une visibilité inattendue ; l'industrie du textile habillement Française a démontré son extraordinaire résilience, sa capacité de mobilisation et son utilité sociétale

Les mentalités évoluent et c'est une formidable opportunité, pour nous, de démontrer à l'ensemble de nos parties prenantes (clients, institutions, consommateurs) la véritable valeur ajoutée de nos entreprises, nos atouts et de focaliser l'attention sur d'autres avantages concurrentiels que le seul coût de revient de notre production locale.

Riches des différentes actions que vous avez menées depuis longtemps dans vos entreprises pour maintenir le savoir faire au plus haut niveau, une réactivité toujours plus forte et des équipes toujours plus compétentes, nous allons valoriser nos démarches, affirmer notre compétitivité et notre rôle sociétal.

Dans ce cadre, le GFF engage dès septembre une démarche de fond et des actions qui nous permettront de valoriser nos pratiques RSE et bâtir ensemble des éléments de preuves et des solutions concrètes orientées clients.

Sylvie Chailloux



2. Un guide pour qui, pour quoi ?

Ce premier guide de la RSE est destiné à toutes les entreprises de la confection qui souhaitent amorcer une réflexion sur les sujets de la RSE et engager une démarche et des actions de développement durable.

Ce guide apporte les clés pour aborder la RSE de manière méthodique. Il fait bénéficier du retour d'expérience accumulé dans les entreprises pour donner quelques solutions clés en mains pour amorcer une démarche active.

Vous retrouverez également dans ce guide les résultats de l'étude du niveau de maturité RSE des entreprises du secteur réalisée en octobre 2020. Cette étude permet de dégager les principaux enjeux RSE sur lesquels la profession pourra concentrer ses actions.

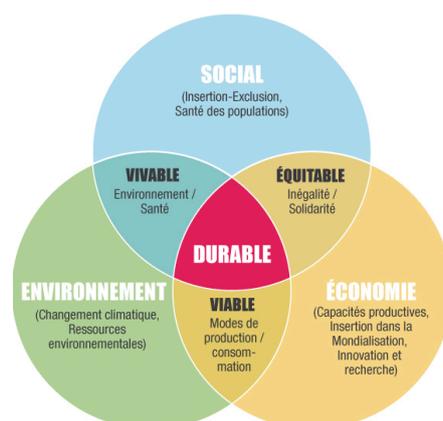
3. Mais finalement, c'est quoi la RSE ?

Voici une interrogation que bon nombre d'entreprises de la confection ont. Mais finalement où commence et où fini la RSE ? Voici quelques réponses à cette vaste question.

La Responsabilité Sociétale des Entreprises, également appelée RSE, est la mise en pratique du développement durable par les entreprises. C'est une vision holistique de l'entreprise, une posture qui amène chacun à prendre conscience de l'impact de l'entreprise sur son environnement.

Une entreprise qui pratique la RSE va chercher à avoir un **impact positif sur la société**, à **respecter l'environnement** tout en étant **économiquement viable**. Un équilibre qu'elle va construire avec l'aide de ses **parties prenantes**, c'est à dire ses collaborateurs, ses clients, ses fournisseurs, ses actionnaires ou ses acteurs du territoire... Pas essence la RSE impacte donc toutes les fonctions de votre entreprise et doit être intégrée dans chacune d'entre elles.

Voici le schéma le plus connu que vous trouverez quand vous évoquez la RSE.



Les entreprises qui s'engagent dans une démarche RSE vont donc intégrer, de façon **volontaire**, ces dimensions **au-delà du cadre légal** qui leur est imposé, en mettant en place des **bonnes pratiques autour des 7 thématiques (la gouvernance, les droits humains, la loyauté des pratiques, les clients, les relations et conditions de travail, son inscription dans le territoire local et l'environnement)** qui sont également les 7 piliers de la norme ISO 26000.

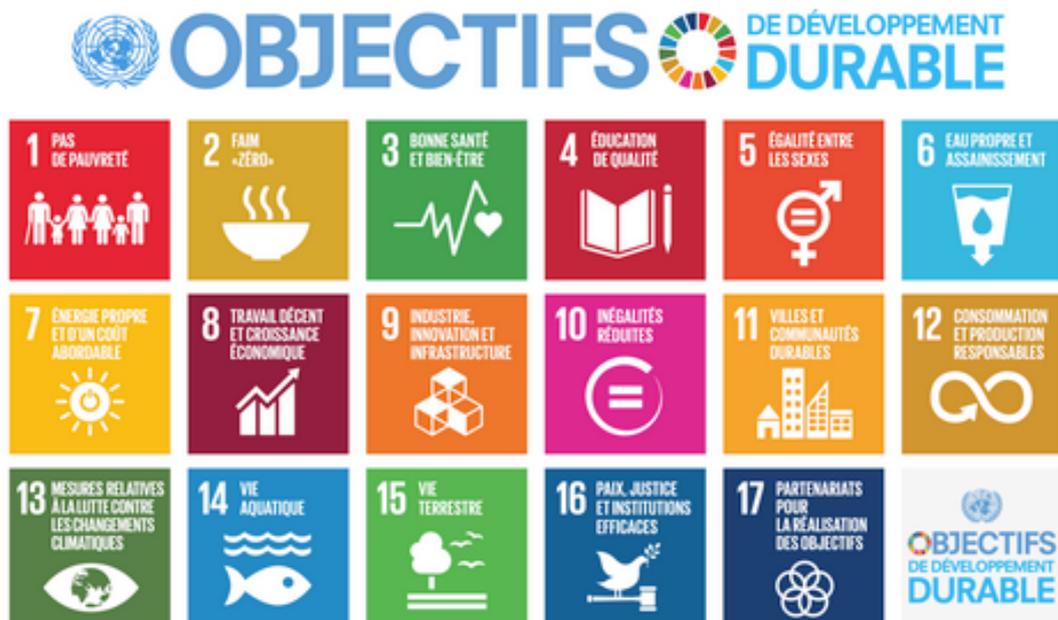


En 2008 les Nations Unis ont rédigé à travers le GLOBAL COMPACT, 17 objectifs de développement durable (ODD) qui peuvent servir d'orientation pour vos entreprises et dans vos démarches RSE.

Les entreprises de fabrication textiles, vos entreprises, sont plus directement concernées par les objectifs :

- N°3 Santé et Bien-être,
- N°7 Energies Propres,
- N°8 Travail décent et croissance économique,
- N°9 Industrie, innovations,
- N°12 Consommation et production responsables,
- N°13 Mesures relatives à la lutte contre le réchauffement climatique.

D'autres objectifs peuvent être piloter bien entendu.



Quelles entreprises sont concernées ?

En référence à la loi Pacte de 2019, toutes les entreprises TPE et PME, quelles que soient leurs tailles, peuvent mettre en œuvre une démarche de RSE. Elle est basée sur une approche volontaire et non contraignante.

Qu'est ce que cela implique pour les entreprises ?

L'activité de la filière textile et toute sa chaîne de valeurs, de la production de tissus, en passant par fabrication et la distribution des produits, a de nombreux impacts négatifs sur la planète. Dans une posture RSE, l'idée est de rendre la plus vertueuse possible l'activité de l'entreprise, et réduire ce qu'on appelle plus communément les externalités négatives, par exemple avec une meilleure gestion des déchets textiles, du transport des marchandises, de l'usage de l'énergie mais aussi à travers les conditions de vie et de travail pour les salariés.

3 grandes familles de responsabilités régissent la RSE :

1. La responsabilité sociale : c'est satisfaire les besoins essentiels de la population et limiter les inégalités.
2. La responsabilité environnementale : c'est limiter notre impact sur l'environnement.
3. La responsabilité économique : Trouver un juste équilibre entre profit et préservation des ressources de la planète.



Pourquoi faire de la RSE ?

La RSE est une nouvelle grille de lecture qui va permettre à l'entreprise de mieux répondre aux défis auxquels elle est confrontée (relations commerciales, contexte concurrentiel, risques climatiques, demande de transparence, réglementation) et aux attentes de ses parties prenantes qui sont de plus en plus nombreuses sur ces sujets. C'est aussi une nouvelle vision de son rôle et de sa responsabilité dans la société.

Mesurer et évaluer l'impact de ses activités en matière environnementale et sociétale (ex: consommation d'énergie, taux d'accidents du travail, TMS, taux de personnel handicapé...) va d'abord permettre à l'entreprise de **mieux identifier** et donc de **mieux maîtriser** les risques auxquels elle est confrontée. Un pilotage plus précis permet d'agir plus efficacement pour réduire son empreinte, mieux s'adapter aux nouvelles contraintes et dégager de nouvelles **opportunités** (par exemple: l'éco-conception et de nouveaux produits ou services plus respectueux de l'environnement).

D'autre part, plusieurs enjeux sont liés à l'intégration de la RSE au sein des entreprises : commerciaux (nouveaux clients), image (valorisation en interne et externe), technologiques (nouveaux procédés, produits et services), relations avec les parties prenantes (répondre à leurs attentes). L'idée est donc d'associer rentabilité économique et préoccupation sociétale et environnementale.

Dans le secteur textile, les grands groupes de mode vont demander à très court terme, de plus en plus de précisions sur les mesures environnementales, sociales et de gouvernance de leurs fournisseurs. De plus en plus d'entreprises en tiennent compte et sélectionnent les plus vertueux.

Sur un échiquier international, c'est aussi un moyen de valoriser son savoir-faire et de se différencier sur d'autres critères que la simple tarification.

Quels sont les bénéfices de la RSE pour les entreprises ?

Pour l'entreprise, une démarche RSE permet de :

✓ **Etre plus attractif :**

Se **différencier** davantage de la concurrence, et **attirer et fidéliser** davantage les futurs collaborateurs : en effet, en favorisant une communication transparente, en valorisant les actions et en pilotant des indicateurs pertinents, cela permet de valoriser l'image en interne et en externe. Cela contribue fortement à une marque employeur positive.

✓ **Piloter plus finement ses dépenses et ses investissements :**

En faisant attention à ses dépenses, notamment en ce qui concerne l'énergie, en favorisant la qualité de vie au travail, le bien être des ses salariés, l'entreprise pilote de manière plus fine ses économies.

✓ **Pérenniser la relation avec ses salariés, clients et fournisseurs :**

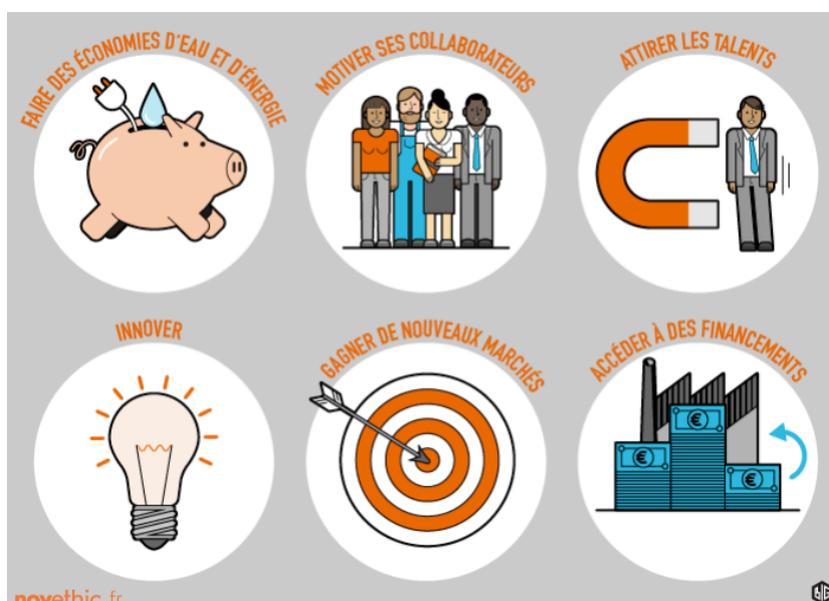
Une démarche proactive de l'écoute et de la satisfaction client et la valorisation de la qualité et des savoir-faire sont des atouts pour maintenir un dialogue serein et constructif avec les donneurs d'ordre et les différentes parties prenantes.

✓ **Développer des services et des produits innovants :**

La prise en compte des attentes et le dialogue actif avec les clients permettent d'améliorer l'innovation.

✓ **Anticiper la législation :**

La réglementation sociale et environnementale est de plus en plus contraignante et le secteur textile est particulièrement impacté par les différents changements réglementaires à venir. Une stratégie RSE permet d'anticiper la législation.



Source Novethic.fr

Qu'est-ce que la RSE implique pour l'entreprise ?

Quand une entreprise s'engage dans une démarche de RSE, cela implique qu'elle prenne des mesures concrètes qui permettent de répondre aux enjeux particuliers de l'entreprise et de son secteur d'activité.

Elle doit faire un état de lieux des enjeux, et prioriser les actions dans les domaines sur lesquels elle peut avoir de vrais leviers à court et moyen terme.

La RSE ne se contente pas de déclarations d'intention. Il est nécessaire que ce type d'engagement soit suivi d'effets par des **actions concrètes et mesurables**.

Une démarche RSE se pilote dans le temps étape par étape et nécessite d'engager un vrai travail de fond, de formalisation et d'amélioration continue.

Il n'est pas nécessaire d'indexer tous les sujets en même temps mais plutôt de les planifier sur le long terme.

La RSE peut être valorisée à travers des labels et des certifications qui apporteront méthodes et rigueur au management de la démarche.

Quelles sont les principales étapes d'une démarche RSE ?

1. Engager la direction et ses employés
2. Réaliser un diagnostic
3. Définir un plan d'action
4. Sensibiliser aux enjeux RSE les collaborateurs, les clients et les autres parties prenantes
5. Formaliser, suivre et piloter les actions (indicateurs et tableaux de bord)
6. Réaliser des retours d'expérience et évaluer des pistes d'amélioration
7. Valoriser et promouvoir en interne et en externes les réussites et les chantiers en cours.

4. Etude de maturité RSE des façonniers textiles Français

4.1. Méthodologie

Nous avons réalisé cette étude de maturité RSE auprès de 13 entreprises. Elles sont représentatives des différentes typologies d'ateliers de fabrication d'habillement textile.

La taille des entreprises interrogées est la suivante :

0 à 49 salariés :	46%
50 à 100 salariés :	23%
+ de 100 salariés :	31%

Nous avons réalisé des entretiens individuels avec les dirigeants ou responsables RH des entreprises suivantes sur la base d'un questionnaire qualitatif et quantitatif répondant à la trame de l'ISO 26000.

- ✓ AD CONFECTION
- ✓ ASSOCIATION JLF
- ✓ CID France
- ✓ ETS THIERRY
- ✓ FIM France Inter Mode
- ✓ GETEX FERMLY
- ✓ GRANDIS
- ✓ HERVIER CONCEPTION / DPL
- ✓ LG COUTURE
- ✓ SAS PR3 (MARQUE ET MOD, CONFECTION SULLY, PR3, Domcia)
- ✓ SCT DEVELOPPEMENT ATELIER DE SAINT MICHEL
- ✓ SBC SOCIETE BOISSIERIENNE DE CONFECTION
- ✓ TEXTILE DU MAINE

4.2. Restitution

A travers cette première restitution, nous avons fait l'analyse de maturité RSE des entreprises du secteur de la confection et nous avons dégagé les grands enjeux pour la filière. Cette étape nous permet de structurer et de prioriser des actions à court et moyen terme et que vous trouverez sous forme de recommandations (partie 5).

4.2.1 Une gouvernance en cours de maturité sur les sujets RSE

Les derniers épisodes sanitaires ont mis au cœur de l'actualité l'importance de la RSE pour les entreprises et plus aucun atelier de confection textile n'ignore ce sujet.

La maîtrise des risques et les impacts des sujets de RSE sur les entreprises, indépendamment de la taille des entreprises, sont encore très difficilement appréhendés par les dirigeants et RH interviewés.

Un bon niveau de connaissance de la RSE pour les plus grandes entreprises, peut mieux faire dans les petits ateliers.

62% des entreprises de la confection possèdent de bonnes, voir d'excellentes connaissances sur le sujet.

Dans les groupes de grande taille (supérieurs à 100 salariés) la RSE est déjà intégrée ou en cours d'intégration. La RSE y est abordée de manière proactive et donne lieu à un grand nombre d'actions structurantes et formalisées dans une démarche d'amélioration continue.

Si le sujet ne laisse pas indifférent dans les petites entreprises, il est abordé avec plus de difficultés. 38% des dirigeants de ces plus petites structures jugent avoir un engagement assez faible.

Le sujet RSE fait naître un grand nombre d'interrogations. Questions les plus fréquemment émises : *Quel est le périmètre exact sur lequel se déploie la RSE ? Finalement où commence et où finit la RSE ? La RSE on en fait surement mais on ne le sait pas ... Ça consiste en quoi de faire de la RSE ? Combien ça coûte ? ...*

Un manque de vision globale des risques et impacts de la RSE sur les entreprises du secteur

Si la RSE est un sujet relativement maîtrisé par certains acteurs, les impacts de cette dernière sur l'activité des entreprises sont eux, beaucoup plus flous.

Plus de 62% des entreprises ont une vision limitée des impacts de la RSE sur leur entreprise et sur leur activité. Ce manque de visibilité concourt au manque de formalisation des enjeux RSE et à des plans d'actions rarement formalisés et peu monitorés.

Si la RSE est perçue comme un sujet important, seulement 38% des entreprises ont formalisé une politique RSE claire et précise et ont partagé cette dernière avec leurs parties prenantes.

Concernant l'aspect social, les entreprises du secteur sont en maîtrise du sujet. Elles ont déjà mis en pratique un certain nombre d'actions et sont conformes aux exigences de la réglementation sans pour autant devancer cette dernière jugée trop contraignante. Les actions en lien avec l'aspect social ne sont pas clairement identifiées comme faisant partie de la démarche RSE par certaines entreprises. Par exemple amélioration des postes de travail avec des ergonomes, aménagements de horaires de travail, sensibilisation des nouveaux employés aux valeurs de l'entreprises et accompagnement sur le savoir-faire pendant la période de formation...

Concernant certains piliers de la RSE comme la gestion du dialogue avec les parties prenantes, l'évaluation des risques ou bien même la réglementation environnementale, les entreprises sont beaucoup moins agiles et manquent de recul, de compétences et d'informations.

Un manque de formalisme sur les sujets RSE

D'une manière générale, les entreprises de la confection fonctionnent sur un mode artisanal avec encore peu de formalisme écrit. Cela permet une certaine agilité du travail, évite la perte de temps liée au reporting, en revanche dans le cas de la RSE, le pilotage et l'amélioration continue des actions sont plus difficiles, et les indicateurs trop peu nombreux.

- ✓ Chartes éthiques, anti-corruption.

Seulement 31% des entreprises ont formalisé par écrits les valeurs de l'entreprise, une charte éthique et encore plus rarement une charte anticorruption.

Si les entreprises de la confection sont soumises à des chartes et à des audits très régulièrement, 70% des entreprises n'ont pas encore formalisé d'engagement ou de charte RSE, ni mis en place de charte pour la loyauté des pratiques vis à vis des fournisseurs habituels.

- ✓ Parties prenantes

Seul 8% des entreprises ont entrepris de formaliser une cartographie de leurs parties prenantes (clients, fournisseurs, partenaires, institutions). Même si les dirigeants ont bien en tête les différentes parties prenantes, ce manque de formalisation peut devenir critique notamment pour la résilience des petites structures qui ne transmettent pas suffisamment les informations en interne. La cartographie des parties prenantes est une étape importante pour commencer à élaborer une stratégie de dialogue.

✓ **Qualité et satisfaction clients**

Si la qualité et la satisfaction des clients sont la priorité chez les façonniers, on note un manque de formalisme pour le suivi et le pilotage.

46% des entreprises adoptent une relation « personnalisée » au plus proche des commanditaires et s'efforcent de répondre de manière continue aux exigences clients avec du « bon sens ». 15% des entreprises ont mis en place des outils nécessaires à un pilotage global de la qualité et seulement 2% des entreprises ont réellement formalisé une démarche intégrée de suivi de satisfaction clients.

4.2.2 Principaux leviers et freins de la RSE pour la filière confection

Nous avons évalué les principaux leviers et freins au déploiement de la RSE dans les entreprises. Cette analyse va nous permettre de proposer un plan d'action pertinent en traitant les freins et en s'appuyant sur les leviers identifiés.

Quels sont les leviers ?

5 leviers principaux sont clairement identifiés par les entreprises pour engager une démarche RSE

- ✓ **Poursuivre une politique forte de Ressource Humaine, de valorisation des savoir-faire, de recrutement et de marque employeur.**
- ✓ **Développer la relation clientèle et apporter toujours plus de services**
- ✓ **Développer une politique de marketing et de communication externe offensive**
- ✓ **Innovater et moderniser l'outil de production**
- ✓ **Favoriser de nouveaux projets structurant pour la démarche RSE**

L'engagement des entreprises dans la fabrication des masques durant le COVID est un événement particulièrement emblématique pour toute la filière sur sa capacité à embrasser une cause sociétale et sa capacité à se mobiliser mais il faut aller plus loin.

De nouveaux projets comme Innofab Mode sont particulièrement structurant pour les entreprises et apportent de la méthodologie, proposent un grand nombre d'outils et des livrables. Ce type de projet **booste la démarche d'innovation** et concourt au formalisme d'une approche RSE.

Quels sont les freins ?

✓ **Le manque de moyens et temps ?**

N'ayant pas une vision très précise de la RSE et de son impact sur les fonctions de l'entreprise, des interrogations légitimes se portent sur les ressources nécessaires à la mise en place d'une stratégie RSE et au déploiement d'un plan d'action.

L'implication de la direction, la posture managériale des dirigeants, et l'implication des équipes sur le terrain sont la garantie d'une approche RSE efficace. Elle ne nécessite pas des investissements importants mais du temps dans la phase de lancement pour partager avec tous les objectifs poursuivis et la manière d'y parvenir. Elle demande également du temps pour formaliser les démarches et créer les outils qui serviront au pilotage de la démarche.

Les entreprises de petite taille (inférieure à 50 salariés) sont particulièrement concernées par le manque de temps et le manque de ressources disponibles pour la RSE.

Il est nécessaire d'inscrire sur le long terme la RSE et l'accompagnement des actions. Dans ce sens, il est important de conserver dans l'entreprise, une ressource partiellement dédiée à ce sujet et qui ne soit pas nécessairement le dirigeant. Il est possible d'imaginer des solutions de mutualisation des ressources en externe (consultant, ...).

✓ **Manque de compétences en interne**

La stratégie et la démarche RSE semblent parfois complexe pour les entreprises. Le recours par un tiers neutre est souvent la meilleure pratique à retenir. L'entreprise peut passer par un cabinet spécialisé, un consultant ou un étudiant en RSE par exemple qui posera les bases de la démarche.

En revanche, une démarche RSE qui fonctionne est avant tout une démarche à laquelle la Direction comme les employés adhèrent et participent. La dynamique doit venir de la direction (communication, engagement, etc.) qui montre l'exemple. Les salariés, tous concernés, doivent être associés et adhérer au projet. D'où l'importance d'une bonne communication (descendante et ascendante) en interne pour permettre l'adhésion de tous au projet et des piqûres de rappel régulières. Si l'entreprise veut jouer sur un effet d'entraînement vis-à-vis de ses parties prenantes (salariés notamment), sa démarche RSE doit impérativement lui ressembler.

✓ **Manque de méthode et d'outils**

La stratégie RSE est étroitement liée à la stratégie générale de l'entreprise. Elle ne doit en aucun cas être déconnectée, ni conduite en parallèle du reste du fonctionnement de l'entreprise. Une bonne stratégie RSE est intégrée à tous les niveaux de l'entreprise. C'est avant tout les employés qui vont la mettre en place, il faut donc que la stratégie soit intégrée aux objectifs de chacun.

Pour faire vivre ces objectifs au quotidien, il faut planifier les actions et avoir à sa disposition un certain nombre d'outils qui permettront de déployer et piloter la RSE.

Trois points interrogation son régulièrement abordés par les entreprises :

- ✓ Faut-il imaginer une labélisation de la démarche RSE des entreprises de la confection ?
- ✓ Quelle ressource nécessaire pour un pilotage de la RSE sur le long terme ?
- ✓ Comment avoir une vision de la réglementation environnementale impactant nos entreprises ?

4.2.3 Des enjeux sociaux et sociétaux bien maîtrisés

Les entreprises de la confection sont particulièrement engagées sur la thématique sociale. Conscientes de la richesse et des compétences de leurs salariés, elles sont actives sur la préservation des savoir faire, le bien être et la qualité de vie au travail, la formation. Elles montrent un très fort engagement social et une performance RSE très satisfaisante sur l'ensemble de ces enjeux.

La valorisation de la marque employeur chez certains façonniers devient une priorité à court terme, pour renforcer l'attractivité de l'entreprise sur son territoire, valoriser la qualité vie au travail dans le secteur et montrer la forte valeur ajoutée des métiers de la couture.

Si les entreprises sont engagées socialement, un certain manque de formalisme empêche les entreprises de piloter et d'afficher leurs performances, de valoriser les nombreuses actions engagées, et de communiquer auprès de leurs parties prenantes. Mais il ne manque pas grande chose pour pouvoir prouver que les entreprises du secteur sont très engagées et proactives sur la partie sociale de la RSE.

Nous allons faire ici une analyse des forces et points de progrès de la filière.

Les forces

✓ **Le Document Unique (DU) pilier de la formalisation de la politique RH**

Le DU est à ce jour l'outil utilisé par toutes les entreprises pour centraliser l'information, il est actualisé très régulièrement par les entreprises. C'est un outil central sur lequel on peut s'appuyer pour la RSE et pour trouver les informations existantes et déjà répertoriées.

✓ **Recrutement, formation et parcours professionnels des collaborateurs**

Sur ces sujets fondamentaux de la RSE, les entreprises de la confection sont très structurées et proactives. Les entreprises pour répondre aux exigences des clients maintiennent un très haut niveau de savoir faire et de compétences internes mais font face à de grandes difficultés de recrutement.

Seul moyen pour elles de conserver un main d'œuvre hautement qualifiée : travailler leur marque employeur, fidéliser, et valoriser en interne les métiers et le bien être. Les collaborations avec Pôle Emploi

69% des entreprises ont une démarche formalisée et structurée concernant la formation et 23% sont en cours de formalisation ce qui amène à 92% le nombre d'entreprises engagées sur le sujet. Une excellente performance alors que les aides sont rares, la réforme de la formation n'aidant pas les entreprises. Les entrepreneurs saluent les aides conjoncturelles liées à la crise sanitaire qui leur ont permis de maintenir et de favoriser des actions de formation durant la période.

✓ **Les conditions et la qualité de vie au travail (QVT)**

Autre thématique parfaitement maîtrisée par les entreprises du secteur, la QVT et les conditions de travail. Les entreprises abordent ce sujet avec beaucoup d'engagement car elles sont sensibles au bien-être et à la fidélisation des salariés. Les conditions de travail et la QVT participent directement à la qualité de la fabrication.

Si les entreprises ne partent pas toutes du même niveau, 77% d'entre elles ont à cœur d'améliorer leur démarche QVT et leurs conditions de travail, d'apporter des solutions aux salariés en étant très à l'écoute de leurs besoins, en essayant des solutions pragmatiques d'aménagement des postes de travail et en apportant les investissements nécessaires. Tout concourt au bien être des salariés et au niveau de qualité de production ciblée.

Si 23% des entreprises ne formalisent pas leur démarche, elles ont pour autant une approche proactive, intuitive et engagée.

A titre d'exemple, certaines entreprises ont mis en place des bonnes pratiques pour améliorer la QVT: relamping et éclairage des postes, ventilation des espaces, isolation thermique, aménagement des horaires, séances d'assouplissement ... L'ensemble de ces initiatives concourt à la démarche RSE.

✓ **Pérennité des emplois proposés**

Acteur économique dans des bassins d'emplois ruraux, les confectionneurs affichent un engagement très fort concernant la pérennité des postes qu'ils proposent avec un taux d'emploi CDI bien supérieurs à 90%, le restant des postes étant composés de contrats de professionnalisation dans les métiers de la couture.

✓ **Santé sécurité**

Les politiques RH menées de longue date ont eu un impact très positif sur le thème de la santé et de la sécurité. Peu conscientes de cet atout majeur, certaines entreprises n'ont pas réellement mis en place de tableaux de suivi ni de reporting réguliers sur les TMS, maladies professionnelles ...

Il est nécessaire pour les entreprises de piloter plus finement et sur le long terme leur performance via des indicateurs. Ces indicateurs seront nécessaires en cas d'audit RSE. Cela permet également

d'engager les actions adéquates, d'être dans une logique d'amélioration continue, et de valoriser la filière.

✓ **Le Mécénat et l'écologie d'entreprises**

Beau score pour la filière, 100% des entreprises sont engagées dans des actions de mécénat, certaines de manière assez volontariste, d'autres plus ponctuelles. Toutes essaient d'apporter leurs contributions au dynamisme du tissu économique local.

Près de 23% des entreprises ont engagé leurs collaborateurs sur des actions de bénévolat ou d'aide. Un score (hors engagement lors de la fabrication des masques) qui montre l'engagement des entreprises sur les aspects sociétaux.

Autour de la thématique de l'écologie d'entreprise (interactions positives entre les entreprises, sectorielles ou non, d'une même zone géographique), certaines entreprises tissent un lien informel entre elles. Elles partagent leurs expériences, se mobilisent sur des sujets locaux, des partenariats, des prêts de machines. Toutes ces initiatives sont autant d'actions qui permettent de créer une dynamique locale.

Les points de progrès

✓ **Valeurs, diversité et égalité des chances**

Pour 69% des entreprises, le dirigeant incarne les valeurs de l'entreprise à travers sa posture, son exemplarité et son discours. Les questions de diversité et d'égalité des chances sont véhiculées de manière informelle.

31% des entreprises ont formalisé par écrit leurs engagements et partagent dès l'intégration des nouveaux salariés ces éléments sociaux. Le partage des valeurs sont déterminantes au moment du recrutement et tout au long du processus de formation pour faciliter l'intégration. Dans certains cas, les valeurs sont mentionnées dans le règlement intérieur mais il faut aller plus loin.

✓ **Réinsertion et handicap**

La capacité à intégrer des profils en situation de réinsertion ou de handicap est un indicateur important pour évaluer l'engagement sociétal des entreprises. On observe dans le secteur, compte tenu des contraintes liées aux postes et aux métiers, de vraies difficultés à atteindre le taux légal et à maintenir les emplois en situation de handicap.

Si 77% des entreprises ont engagé des démarches, elles se heurtent à des difficultés sur le long terme pour le maintien de l'emploi des personnes handicapées.

Certaines expériences (adaptation de postes de travail, prise en charge) n'ont pas donné de bons résultats. Ces échecs sont plutôt sources de découragement de la part des entrepreneurs.

D'autre part, pour palier le déficit d'emplois Handicap, les entreprises ont parfois recours à des ESAT pour des prestations complémentaires (jardinage, bureautique) mais malheureusement elles ne donnent pas entière satisfaction. Les prestations sont souvent jugées trop chères et mal encadrées.

Autre point qui ne favorise pas l'engagement des entreprises, les aides sont minimales en comparaison des investissements et des efforts d'intégration nécessaires.

✓ **Santé Sécurité**

On note des difficultés à travailler sur le long terme avec la médecine du travail et les ergonomes. Il est important d'instaurer un vrai dialogue dans le temps avec ces interlocuteurs.

✓ **Sensibilisation des équipes aux éco-gestes et aux enjeux RSE**

Seulement 38% des entreprises sensibilisent les collaborateurs aux enjeux RSE à travers des actions ciblées. Affichage des éco-gestes dans les ateliers par exemple : Fermer les robinets, éteindre les lumières, fermer les ordinateurs le soir, ne pas utiliser de papier, éviter les impressions couleurs, favoriser le covoiturage, le vélo dans les déplacements.

4.2.4 L'environnement, prochain challenge des entreprises de la confection.

En référence aux enjeux climatiques largement évoqués dans les médias, par des organismes comme le GIEC ou encore formalisés à travers les accords de Paris, nous devons emmener les entreprises de la confection vers une meilleure maîtrise de leur efficacité énergétique et vers un engagement fort pour participer à la diminution des émissions de Gaz à effet de serre (GES).

Faute d'une veille réglementaire structurée et ciblée sur les métiers de la confection, nous n'avons, à ce jour, pas une vision claire des risques auxquels sont exposées les entreprises du secteur. Les enjeux environnementaux doivent être impérativement intégrés à très court terme à la stratégie RSE des entreprises.

On détermine 2 sujets prioritaires propres aux entreprises de confection :

- La maîtrise énergétique : qui permet d'avoir une action sur le climat
- La gestion des déchets : qui permet d'avoir une action sur l'économie circulaire

Deux autres sujets stratégiques sont à traiter sur le moyen terme, mais ils nécessitent l'intégration des parties prenantes et notamment une collaboration rapprochée avec les marques de mode:

- L'Eco-conception : qui permet de réduire l'impact des produits (matières, fabrication, distribution, usages)
- Le transport : émissions de CO2 et polluants liées au transport des marchandises dans leur phase de production et de transformation.

✓ **Maîtrise énergétique et impacts climatiques.**

Peu utilisatrices d'énergies fossiles (fioul, gaz) les entreprises de la confection, pour faire fonctionner leur outil industriel, ont l'avantage de faire appel à l'électricité, une énergie faiblement décarbonée. Cela permet de réduire mécaniquement leurs émissions de CO2 et de Gaz à effet de Serre (GES).

Les entreprises de la filière n'abordent pas ou très peu, faute d'expertise, la problématique énergétique dans sa globalité. Les notions d'efficacité, de dépenses énergétiques et d'émission de GES, n'ont pas encore été intégrées.

Pilotage des dépenses énergétiques :

62% des entreprises sont conscientes des enjeux énergétiques. Elles sont dans une démarche globale de réduction des consommations dont la motivation est principalement financière. A ce jour le suivi des dépenses énergétiques (consommation) n'est pas monitoré et aucune étude n'a été menée quant à l'efficacité énergétique des entreprises. C'est une étape intermédiaire indispensable pour pouvoir piloter correctement les émissions de CO2.

Les plus grandes entreprises effectuent régulièrement des travaux de modernisation et d'aménagements de leur outil industriel (rénovation, isolation). L'objectif est lié à l'amélioration des conditions de vie au travail pour les salariés, l'aspect environnemental n'étant pas la priorité.

A titre d'exemple, des ateliers ont été rénovés récemment mais n'ont pas saisi l'opportunité pour intégrer les énergies renouvelables (panneaux photovoltaïques, ...).

Les plus petits ateliers sont aujourd'hui incapables de réaliser ces aménagements. Sans financement extérieur ils ne pourront pas s'engager dans la transition énergétique souhaitée par les pouvoirs

publics. Il est nécessaire de consulter un organisme permettant de faire une analyse et de trouver des financements.

Contrats et mix énergétiques :

Les entreprises du secteur n'ont pas approfondi la possibilité d'intégrer dans leurs contrats avec les fournisseurs d'énergie (ENEDIS, ...) un mix énergétique incluant une part d'énergies renouvelables (EnR).

Gestion des émissions GES :

Seulement 23% des entreprises sont engagées dans des actions concrètes permettant la réduction des émissions GES et 54% souhaitent s'engager à court terme dans des actions.

Pour l'instant ces actions se limitent au relamping LED dans les ateliers.

Plan de mobilité :

Du côté des salariés, les habitudes de covoiturage, de vélotaff, qui participent à la « décarbonation » de l'activité, sont ancrées depuis longtemps. Ces pratiques « vertueuses » ne sont pas encouragées financièrement par les entreprises afin d'éviter toute forme de discrimination entre collaborateurs. Les entreprises peuvent depuis Juin 2020, faire bénéficier les collaborateurs du forfait Mobilité Durable.

✓ **Gestion des déchets**

A ce jour nous la filière des façonniers ne semble pas avoir une connaissance exacte des volumes de déchets générés. Si les entreprises de la confection sont « faiblement » émettrices de déchets papiers, cartons, bois, (et cela reste à quantifier) elles sont émettrices des déchets textiles qui faut quantifier et pour lesquels il n'existe aucune filière de collecte et de valorisation.

46% des entreprises ont engagé un tri sélectif actif de leurs déchets. 31% sont en train de mettre en place des consignes précises et engagent leurs collaborateurs pour le tri.

✓ **Gestion responsable et mutualisée de l'achat des consommables**

Des entreprises souhaitent explorer des solutions responsables pour l'achat des « Consommables », très utilisés par les façonniers, avec la recherche de matériaux plus écologiques et recyclables. Cette approche pourrait être mutualisée à plusieurs entreprises.

4.2.5 Un fragile équilibre économique pour les entreprises du secteur

Dans le contexte de COVID, nous avons constaté l'extraordinaire mobilisation des entreprises notamment pour la fabrication des masques. Depuis la reprise, les données économiques sont inquiétantes pour le secteur textile dans son ensemble et la reprise du haut de gamme n'affiche pas les performances attendues. On constate même pour certaines marques une volonté de localiser la production sur l'Italie.

Si la crise sanitaire met en exergue les points forts des entreprises et leur résilience, elles montrent des difficultés de différentes natures. Deux d'entre elles doivent être embarquées dans la stratégie RSE de la filière:

- le dialogue entre les façonniers et les marques doit être réinventé.
- il faut permettre aux entreprises de retrouver un souffle et des ressources pour augmenter leurs marges de manœuvre pour investir sur les sujets RSE et plus particulièrement la sauvegarde de leurs savoir faire et compétences.

✓ **Réinventer le dialogue avec les parties prenantes et plus particulièrement avec les marques de mode.**

En RSE rien ne peut se faire sans un dialogue transparent avec l'ensemble des parties prenantes. Une relation transparente entre clients et fournisseurs est indispensable pour co-crée les solutions de

demain. Le secteur doit activement travailler sur l'ensemble de chaîne de valeur et travailler de concert avec tous les acteurs de la mode.

Parmi les sujets prioritaires pour les façonniers, on note :

- La sauvegarde et la transmission des savoir-faire : La crise actuelle met en péril les plus petites structures et il y a urgence. Il faut faire appel au pouvoir public sur ce sujet et sensibiliser les partenaires commerciaux (marques de mode).
- Faire un point sur la structure à grand risque (nombres d'emploi menacés)
- L'éco-conception : permet une maîtrise des produits mis sur le marché : de la sélection des matières, en passant par la fabrication, la distribution et l'usage. La démarche d'éco conception permet également de faciliter la mise en place des filières de collecte, de recyclage. Elle ne peut être mise en place qu'en associant étroitement les marques de mode, les fabricants, les distributeurs et enfin les utilisateurs.

De telles démarches nécessitent de réinventer la collaboration entre les marques de mode et les façonniers. La relation doit sortir d'une posture de sous-traitance vis-à-vis d'un donneur d'ordre pour s'orienter vers du partenariat et de la co-construction.

✓ **Trouver des relais, des ressources pour investir la RSE**

Les entreprises montrent très clairement une forte concentration des responsabilités RSE sur le dirigeant et les responsables des RH.

Les sujets sociaux sont majoritairement pilotés dans 54% des cas par les RH pour les grandes entreprises. Pour les plus petites ce sujet est piloté par le DG.

Les sujets environnementaux sont pilotés à 85% par les dirigeants.

Tous les sujets liés à l'outil industriel et les machines sont pilotés dans 100% des cas par le DG.

Cette forte concentration de responsabilités autour du DG ne permet pas aux plus petites structures de prendre le recul nécessaire au pilotage d'une stratégie RSE. Elle concentre toute l'information stratégique de l'entreprise autour de 1 ou 2 acteurs clés, un risque supplémentaire qui fragilise l'entreprise dans son autonomie et sa pérennité en cas de défaillance provisoire des dirigeants. Pour qu'une stratégie RSE prenne forme il faut s'appuyer sur les salariés et éventuellement des ressources externes qui accompagnent la démarche.

Les plus grandes entreprises du secteur ont engagé une démarche RSE depuis déjà quelques années, les plus petites de leur côté par manque de connaissance du sujet, ont plus de mal à évaluer l'impact que cela aura sur leur organisation et quelles ressources, quelles compétences sont nécessaires pour engager une telle transformation.

La grande force de la filière réside dans son engagement depuis de très nombreuses années dans l'humain.

Consciente que les savoir-faire sont la garantie de la pérennité des entreprises, le secteur dans son ensemble à investit durablement les sujets de QVT et la fidélisation de ses collaborateurs. Elle manque de soutien pour les accompagner dans les sujets de formation.

On constate chez certains entrepreneurs, une approche très artisanale de leur métier, une grande humilité et une posture peut accoutumer à valoriser les atouts de leurs entreprises. Cela se traduit par une faible formalisation d'outils de pilotage et d'amélioration continue sur des sujets pourtant stratégiques comme la qualité, la satisfaction clients, les ressources humaines.

Le manque d'outils d'analyse conduit à une faiblesse des données disponibles et qui seraient utiles pour valoriser les entreprises.

L'aspect environnemental de la RSE doit être très sérieusement considéré et à très court terme par la filière. Deux enjeux majeurs sont clairement identifiés : la réduction des déchets textiles, et un meilleure pilotage de l'efficacité énergétique des entreprises. Il est urgent d'organiser une veille réglementaire, à l'instar de celle déjà existante pour la partie sociale. Sans cela, il est difficile de partir d'autres actions environnementales ciblées et d'anticiper la réglementation à venir.

Enfin, si l'on veut créer une visibilité forte des métiers de la confection sur l'échiquier institutionnel et économique, si l'on souhaite ré-enchanter un dialogue positif avec les marques, le sujet de la RSE est une très belle opportunité pour créer des passerelles.

5. Recommandations

Riche des enseignements que nous avons tirés de l'étude de maturité RSE des entreprises, nous pouvons maintenant construire des pistes d'action adaptées à la filière.

2 grands axes (un court terme, un moyen terme) sont ici proposés et peuvent être enrichis dans le temps.

❖ L'axe N°1 PRIORITAIRE (Court terme)

Engager les entreprises du GFF dans la démarche RSE, concerne une approche opérationnelle directement auprès des entreprises du GFF et la prise en compte d'un sujet prioritaire.

- Intégrer une expertise RSE aux services des entreprises du GFF
- Sensibiliser les entreprises et les initier à la démarche.
- Accompagner à l'intégration dans les entreprises la RSE
- Dialoguer, animer, suivre le plan d'action et les indicateurs
- Sujet prioritaire : Piloter l'efficacité énergétique des entreprises

❖ L'axe N°2 SECONDAIRE (Moyen terme)

Mise en place de chantiers RSE stratégiques pour la filière, concerne une approche institutionnelle pour lancer quatre chantiers stratégiques ayant pour objectif de traiter, sur le moyen terme, des sujets en terme de RSE et de favoriser un dialogue revitalisé avec les parties prenantes et notamment les marques de mode.

- Evaluation des risques réglementaires Sociaux et Environnementaux
- Eco Conception, économie circulaire et gestion des déchets textiles
- Démarche de labellisation RSE du secteur (type ISO 26000 et autre)

5.1. Engager les entreprises du GFF dans la démarche RSE

L'objectif est de sensibiliser et d'acculturer à la RSE toutes les entreprises de la profession et notamment les plus petites structures. En parallèle, nous allons accompagner les entreprises déjà engagées dans la RSE et qui se portent volontaires pour être soutenues dans leurs actions. Avec elles, nous pourrions finaliser l'intégration des indicateurs RSE et monitorer la performance des entreprises, définir des engagements et communiquer par la preuve.

5.1.1 Intégrer un expert RSE au service des entreprises du GFF

Piloté par le GFF, un expert en RSE peut être missionné auprès des entreprises et apporter du conseil et réaliser un suivi des actions. Une petite dizaine d'entreprises devrait répondre positivement à ce type d'accompagnement.

Autre missions de l'expert RSE, accompagner le GFF dans les grands chantiers stratégiques menés sur 2021 (Axe 2 du plan d'action).

Budget prévisionnel 45 à 65 K€ Brut/an : Ressource mutualisée entre entreprises (de 2 à 3/5^{ème}).

5.1.2 Sensibiliser les entreprises

Première étape : finaliser les fiches pratiques et mettre en forme le guide RSE via une agence de communication. Diffuser largement le guide à toutes les entreprises, prévoir également des interventions de type webinar pour donner lieu à des échanges et répondre aux questions.

Budget prévisionnel 25 K€ : réalisation et print en 150 exemplaires, préparation de webinar.

⇒ Proposition : Agence Métropolitain Studio Paris.

Seconde étape, créer un questionnaire en ligne permettant aux plus petites entreprises de faire une auto-évaluation de leur maturité RSE et de dégager quelques actions clés.

Budget prévisionnel 15 K€ : hors hébergement et analyses des données

⇒ Proposition : des partenariats peuvent être mise en place avec des entreprises de conseil de type : Deloitte (Département Mode/ RSE), Derigeur (Zakariae Afane), Mazar ...

5.1.3 Dialoguer, animer, suivre le plan d'action et les indicateurs

Le plan d'action pour l'année 2021 peut être déployé en 3 phases principales.

En fonction du degré de maturité des entreprises, des actions spécifiques peuvent être menées.

le planning du plan d'action est disponible *page 21*

Phase 1 : Poursuite du dialogue avec les entreprises et intégration d'indicateurs clés

La sélection et le choix d'indicateurs clés peut-être encore challengé avec chaque entreprise en fonction de ses besoins et de ses problématiques. Il faut accompagner les entreprises pour bâtir les indicateurs.

27 indicateurs clés organisés autour de 6 grandes thématiques clés :

Thématiques clés	Sujet	Indicateurs semestrielles
Gouvernance et engagement	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rédaction et diffusion (interne/externe) d'une politique RSE. ▪ Rédaction et diffusion (interne/externe) d'une charte éthique. ▪ Sensibiliser les collaborateurs aux enjeux RSE (communication, discours, intervention, intégration aux règlements intérieurs,). ▪ Identification des parties prenantes et diffusion de la démarche RSE 	<p>Oui / Non / En cours Oui / Non / En cours</p> <p>% de personnel sensibilisé.</p> <p>Oui / Non / En cours</p>
Humain	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Promouvoir l'égalité des chances et l'accès au handicap ▪ Préserver la santé sécurité des collaborateurs ▪ Assurer le développement professionnel des collaborateurs ▪ Bien être : ex : Aménagement des locaux (ventilation, chauffage,) et des postes de travail. ▪ Appel à des sociétés d'insertion dans l'activité ▪ Préservation des emplois en local ▪ Animer la QVT 	<p>% de salariés handicapés</p> <p>% accident, % absentéisme, % TMS (carsat)</p> <p>% des collaborateurs formés et montant de l'investissement en €</p> <p>Type d'aménagements réalisés / montant de l'investissement en €.</p> <p>% et montant en €</p> <p>% d'embauche en CDI - % Turn-over</p> <p>Nb d'emplois sur l'année</p> <p>Nb d'actions et efficacité</p>
Environnemental	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mise en place d'un suivi des consommations (électricité, eau, et autres fuels) ▪ Et Mise en place d'une politique de réduction de CO2 ▪ Transport : favoriser les entreprises les moins polluantes. ▪ Limiter les déchets 	<p>Tableau de bord, montant des dépenses</p> <p>Oui / Non</p> <p>Oui / Non</p> <p>Cf. chantier Environnement</p>
Pratiques responsables	<ul style="list-style-type: none"> ▪ S'assurer que les fournisseurs (fils, machine, transports) proposent une clause environnementale et sociale. ▪ Accompagner les clients et les fournisseurs dans leur démarche RSE ▪ Maintenance : favoriser les entreprises locales 	<p>% des contrats comprenant la clause.</p> <p>% Nb de marques engagées</p> <p>Nombre d'entreprises locales/Montant du CA.</p>
Relations clients	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Suivi de la satisfaction client ▪ Suivi de la qualité 	<p>% de satisfaction client</p> <p>Nb de problèmes qualité</p> <p>% de retour produits</p>
Encrage local	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Favoriser les actions RSE avec des partenaires locaux ▪ Mécénat ▪ Encourager les collaborateurs dans leurs actions de bénévolat 	<p>Nb d'actions</p> <p>Nb d'actions et montant en €</p> <p>Nb d'actions</p>

Il faut poursuivre la réflexion sur la manière dont nous souhaitons communiquer auprès des institutions et des marques de mode, sur quels indicateurs nous souhaitons focaliser l'attention.

Phase 2 : animation de la démarche et suivi des indicateurs semestriels.

Différentes solutions existent pour la récolte des indicateurs. La plus simple est de proposer une plateforme web, commune à toutes les entreprises. Cette solution permet de centraliser l'ensemble des données et permet d'en faire une analyse précise. Elle permet de pousser la récolte de nombreux indicateurs RSE et environnementaux.

Budget prévisionnel : 30 K€

⇒ La société TOOVALU propose une plateforme et un accompagnement personnalisé très intéressant.

Phase 3 : synthèse annuelle, communication et engagements chiffrés pour les années suivantes.

Grace à la synthèse des données récoltées, il sera possible de faire une communication dès fin 2021 concernant les performances RSE des entreprises mais aussi de définir et partager des engagements chiffrés pour les années suivantes.

Cette communication sera complétée par l'avancement des travaux stratégiques menés en parallèle.

Budget prévisionnel : 20 K€ (à affiner avec le service communication GFF)

5.2. Mise en place de 4 chantiers RSE stratégiques pour le GFF

Afin de mieux cerner les risques auxquels s'expose la profession à moyen et long terme, il est indispensable de mettre en place une veille réglementaire.

5.2.1 Evaluation des risques réglementaires Sociaux et Environnementaux

On distingue dorénavant déjà plusieurs lois environnementales à fort impact pour la filière qui sont généralement hébergées sous l'ombrelle de la loi pour la transition énergétique pour la croissance verte; loi sur l'Economie Circulaire, loi sur l'Affichage Environnemental, écolabels Européens, lois énergétiques (baisse de la consommation d'énergie, pénalités pour les « passoirs énergétiques », bilan Carbone des entreprises)

Il est nécessaire de confier à un ou plusieurs organismes externes la veille réglementaire.

Budget : A construire :

- ⇒ La CCI Anger Service RSE possède un service de veille réglementaire
- ⇒ Enviroveille
- ⇒ Mode Grand Ouest
- ⇒ ADEME en région
- ⇒ IFM

5.2.2 Eco-conception, économie circulaire et gestion des déchets textiles

Dans la région du Maine et Loire Le secteur textile est considéré comme secteur d'action prioritaire et des initiatives seront engagées en 2021.

Possibilité de travailler sur une action collective avec la REGION/ DREAL/ADEME/CCI et d'y associer Mode Grand Ouest. Parmi les partenaires textile déjà engagés, la société Mulliez Flory.

⇒ Prendre contact avec Philippe Lohezic avant fin novembre pour prendre un rdv.

Possibilité d'organiser une rencontre tout début 2021 avec Cécile Mugnier, spécialiste en éco circulaire de la CCI, pour définir le contour d'un travail sur la filière textile (développer la valorisation matière) en lien avec l'Appel à Projet Régional (une fiche action co-construite pourrait être déposée). Ce point est d'ores et déjà à l'ODJ de copil trimestriel ADEME-REGION-CCI de décembre prochain.

Sur des sujets de pilotages d'indicateurs pour traduire la performance RSE en impacts, Juliette Astoul possède une bonne expertise du secteur textile.

Budget : A construire

- ⇒ Philippe LOHEZIC 0645749479 philippe.lohezic@maineetloire.cci.fr
- ⇒ Juliette ASTOUL 0637898985 juliette.astoul@maineetloire.cci.fr
- ⇒ *@CCI #Développement Durable : accélérateur de la transition écologique*
- ⇒ *@ADECC_reseau #EconomieCirculaire : on a tous à y gagner »*

5.2.3 Pilotage énergétique des entreprises

Il est nécessaire de mettre en place une action pour évaluer la performance énergétique et les émissions CO2 des entreprises. Le DPE est un élément important dans cette approche mais ne suffit pas.

Possibilité d'organiser une rencontre pour présenter ORACE au réseau Mode Grand Ouest et GFF. ORACE peut accompagner le réseau sur la mise en place d'actions sur l'énergie (feuille de route personnalisée, actions spécifiques sur le décret tertiaire, accompagnement sur les actions opérationnelles et pour identifier les aides possibles, mise en relation privilégiée avec des experts) Le réseau ORACE permet un déploiement national très facilement.

Budget : A construire

- ⇒ *@ORACE_reseau #Energie « De l'énergie maîtrisée pour une économie décarbonée »*
Contact d'Arnaud GUIHARD (06) 31 45 55 72 Arnaud.GUIHARD@maineetloire.cci.fr

5.2.4 Démarche d'un label RSE propre aux entreprises de la filière

Il est intéressant d'étudier la possibilité de créer un référentiel ou une norme RSE pour les façonniers afin d'anticiper les exigences clients. C'est une réflexion qui doit être co-construite avec les marques et les consommateurs. C'est une formidable occasion de dialoguer tous ensemble et définir les valeurs d'un produit fabriqué en France.

La mise en place de projet doit être piloté par des organismes neutres et extérieurs pour éviter tout conflit d'intérêt. Parmi eux on note :

Budget : à définir prévoir peut-être 50 à 80 K€ ? (audits et animation)

- ⇒ IFTH
- ⇒ Afnor – Veritas ...
- ⇒ Mode Grand Ouest

5.3 Plan d'action (quoi, comment, qui, quand).

Quoi	Comment	Qui	Quand		
			1 ^{er} S. 21	2 nd S. 21	20 22
Axe N°1 : Engager les entreprises du GFF dans la démarche RSE		GFF + Consultant RSE	X	X	X
➤ Sensibiliser les entreprises	▪ Diffusion du guide, webinars, élaboration de fiches pratiques via groupes de travail, contacts direct, déplacements dans les entreprises	Consultant RSE Agence de Comm	X		
➤ Accompagner dans l'intégration de la RSE	▪ Comment accompagner les équipes, élaborer les indicateurs, créer des tableaux de bords, traiter l'information et la comm.	Consultant RSE et prestat. indicateurs	X	X	X
➤ Dialoguer, animer, suivre le plan d'action	▪ Poursuite du dialogue avec les entreprises et intégration d'indicateurs clés ▪ animation de la démarche suivie des indicateurs par trimestre. ▪ synthèse annuelle, diffusion et engagements chiffrés pour les années à venir.	Consultant RSE Agence de Comm	X X	X X	
➤ Gestion énergétique des entreprises	Prendre contact avec ORACE et évaluer un plan d'action.	Consultant RSE ORACE Mode Grand Ouest	X X X	X X	X
Axe N°2 : Mise en place de chantiers RSE stratégiques pour le GFF		GFF + Consultant RSE	X	X	X
➤ Evaluation des risques réglementaires Sociaux et Environnementaux	Evaluation des risques et mise en place d'une veille environnementale sur mesure.	Consultant RSE CCI Cabinet de Veille	X X X	X	X
➤ Economie circulaire et gestion des déchets textiles	Rejoindre le projet régional piloté par CCI et ADEME	Consultant RSE CCI/ADEME/CR/ Mode Grand Ouest	X X X	X X	X X
➤ Démarche de labélisation RSE du secteur	Démarche à mettre en place avec les institutions et recherche de partenaires techniques et RSE.	Consultant RSE IFTH Organisme certificateur Mode Grand Ouest	X X	X X X	X

5.4 Budget prévisionnel

Quoi	Qui	Combien
<p>Axe Prioritaire N°1 : Engager les entreprises du GFF dans la démarche RSE</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Sensibiliser et accompagner les entreprises dans l'intégration de la RSE (engagements, posture, indicateurs) ➤ Dialoguer, animer le collectif, suivre le plan d'action ➤ Gestion efficacité énergétique des entreprises 	<p>Consultant RSE sur 1 an</p> <p>Agence de Communication</p> <p>Questionnaire d'auto évaluation à tous les adhérents</p> <p>ORACE</p>	<p>45-65 k€</p> <p>25 k€</p> <p>15 k€</p> <p>A formaliser</p> <p>Sous TT : 85-105 K€</p>
<p>Axe N°2 : Mise en place de chantiers RSE stratégiques pour le GFF</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ Evaluation des risques réglementaires Sociaux et Environnementaux ➤ Economie circulaire et gestion des déchets textiles ➤ Démarche de labellisation RSE du secteur 	<p>Consultant RSE</p> <p>Organisme de veille</p> <p>Groupe Pilotage Eco circulaire</p> <p>Société d'audit, groupe pilote...</p>	<p>- Inclus -</p> <p>A formaliser</p> <p>A formaliser</p> <p>A formaliser</p> <p>Sous TT : Prévoir +-150 K€</p>
		<p>TOTAL</p> <p>Mini 185 K€</p> <p>Maxi 255 K€</p>

6. Annexe - Exemple de fiches outil

Voici des fiches outil vous permettant de commencer à structurer votre démarche RSE. Vous pouvez piocher dans ces fiches et avancer pas à pas.

Ces fiches sont un support d'aide pratique. Elles ne constituent pas une démarche RSE intégrée.

La Gouvernance de l'entreprise

- Elaborez votre politique RSE
- Elaborez votre charte éthique
- Sensibilisez vos collaborateurs aux enjeux RSE pour votre entreprise
- Identifiez vos parties prenantes

Humain

- Piloter votre performance RH (égalité des chances, handicap, santé sécurité, formation, locaux, préservation des emplois, investissements pour le bien être et les locaux,)
- Sensibilisez vos collaborateurs au développement durable
- Valorisez la RSE dans les parcours d'intégration
- Animez la QVT : Communiquez sur les réussites, l'actualité interne, naissance,

Environnement

- Pilotage de la performance environnement (suivi des consommations énergie, eau, ...).
- Introduisez dans vos factures les énergies renouvelables.
- Sensibilisé aux éco-gestes (réduction de l'usage du papier, de l'électricité, de l'eau, ...).
- Transport : favorisez les entreprises les moins polluantes.
- Limitez vos déchets.

Pratiques responsables

- Évaluez et sélectionnez des fournisseurs engagés (social et environnement).
- Maintenance : favorisez des entreprises locales.

Relations parties prenantes

- Pilotage de la relation client (Satisfaction client, qualité, retours produits).
- Communiquer avec mes parties prenantes tout au long de l'année.

Ancrage local :

- Favorisez l'écologie d'entreprise ...
- Favorisez le Mécénat et encouragez les collaborateurs dans leurs actions de bénévolat.
-

Vos Partenariats (à faire)

- Vos contacts et partenaires régionaux (à identifier)
- Engagez-vous dans les projets filière. (liste des projets en cours de type INNFOB MODE)

FICHE OUTIL / *Elaborer votre charte Ethique*

GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE

Et si nous commençons par mettre en place une charte éthique

Souvent mise en place dans les grandes entreprises, nous avons tendance à croire que la Charte Éthique leur est réservée, pourtant elle peut très bien s'adapter à toutes les tailles de structures.

La charte éthique permet de donner un cadre aux différentes situations rencontrées dans l'entreprise, et permet à l'ensemble des collaborateurs de réagir dans le respect des règles et des valeurs de cette dernière.

La charte éthique est un document officiel qui permet à l'entreprise de formaliser ses valeurs et ses bonnes pratiques et permet ainsi de fixer des règles de bonnes conduites partagées par l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise.

Avoir une charte éthique permet ainsi de fixer des règles de bonnes conduites partagées par l'ensemble des collaborateurs de l'entreprise.

Ce document est un gage de responsabilité et de confiance pour les parties prenantes (collaborateurs, clients, fournisseurs, partenaires).

Que faut-il mettre dans sa charte éthique ?

Dans un premier temps rien ne sert de faire une liste exhaustive. Plutôt se concentrer sur les valeurs éthiques fortes de l'entreprise qui vous paraissent essentielles à partager avec vos collaborateurs.

bienfaisance, respect des droits de l'Homme, gouvernance, hygiène et sécurité au travail, droit de la concurrence, prévention des délits d'initié et de la corruption, engagement des parties prenantes, le respect de l'environnement, le dialogue avec les parties prenantes ou encore les relations durables avec les fournisseurs.... sont autant de thématiques qui peuvent être traitées.

Exemple de charte graphique

(Exemple de charte Ethique Mode grand ouest) demander à Sylvie.

Comment procéder ?

Au cours de l'élaboration de sa charte éthique, il est conseillé de travailler en co-construction avec les collaborateurs, en organisant des ateliers « cas pratiques » inspirés de faits réels. Ainsi, ils peuvent partager des situations ambiguës dans lesquelles ils ont pu ou pourraient se retrouver, et réfléchir ensemble à la meilleure façon d'agir. Les collaborateurs sont aussi encouragés à faire appel à leur bon sens dans leurs actions. Construire sa charte éthique de cette manière génère une plus forte implication de la part de tous et crée l'adhésion au sein des équipes.

Une fois établit elle sera communiquée et signée par tous les collaborateurs

COUP D'ŒIL :

Thème : **Gouvernance**

Fortement conseillé

Règlementation : Non Obligatoire - fait partie de la loi SAPIN II

Investissement : 0 €

Temps : *

Niveau de difficulté *

Efficacité engagement collaborateurs ****

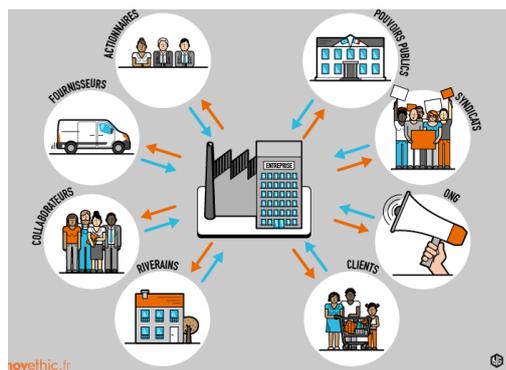
ASTUCE :

Votre organisation professionnelle Mode Grand Ouest vous propose une Charte Ethique.

Pour la demander ou vous en inspirer surtout n'hésitez pas

FICHE OUTIL / Identifier vos parties prenantes internes et externes

GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE



Collaborateurs, clients, fournisseurs, association, mairie, pôle emploi, pompiers, police, écoles, ... sont autant d'acteurs qui interagissent de près ou de loin avec votre entreprise

Les identifier et les répertorier de façon formalisée, c'est une première étape indispensable pour bâtir une approche RSE pertinente. Nous le savons les dirigeants ont souvent toutes ses informations en tête mais les formaliser c'est aussi assurer le transfert d'informations vitales à votre entreprise auprès de vos collaborateurs et favoriser ainsi sa durabilité.

Cette identification vous permet également de classer vos parties prenantes par niveau d'impact sur votre activité. Ce classement permet de traiter en priorité certaines parties prenantes et de pouvoir communiquer plus facilement avec elles, selon vos besoins.

Une fois cette formalisation effectuée, vous pourrez engager une écoute et un dialogue attentif et transparent avec vos parties prenantes et être à l'écoute de leurs attentes et de leurs motivations.

Exemple de tableau de suivi

PARTIE PRENANTES INTERNES ET EXTERNES

EXEMPLE DE FORMALISATION

FAMILLE DE PP	NIVEAU D'IMPACT SUR L'ACTIVITE (Echelle de 1 à 5)	STRUCTURE	CONTACT	TEL	EMAIL	COMMENTAIRES & OBSERVATION	ATTENTES ET BESOIN DES PARTIES PRENANTES	ACTION	DOMAINE RSE
CLIENT	5	Maison de la Robe	M. Xavier	//	//	Bonne relations. Très facile de développer. Arrivée d'un nouveau DA	Rapidité, 0 défauts, bas prix	Prendre rdv avec la nouvelle équipe	
CLIENT	2	Johnny Jeans	M. Johnny	//	//	Jeune Créateur Jeans mais potentiel en Eshop	Souhaite une production local	Proposer un accompagnement 3D	OUI
CLIENT	1	Les Pull Overs	Mme Capucine	//	//	Projet de lancement	Souhaite faire du 100% France mais pas de moyens	Suivre et voir ce qui peut être fait	OUI
FOURNISSEUR	5	Machine	M. Robert	//	//	Import car renouvellement du parc d'ici 1 an		Lui demander des machines économes en énergie et pas bruyantes	OUI
FOURNISSEUR	3	Entretien Espace Ver	M. Fleur	//	//	Bonne régularité des prestations	Faire travailler des salariés éloignés de l'emploi et CAT	Renouveler le contrat / 1 an	OUI
ACTIONNAIRE	5	BNP PARIS BAS	M. Euro	//	//	Bonne attente	Demande d'avoir de la visibilité	Lui parler de notre approche RSE	OUI
ACTIONNAIRE									

COUP D'ŒIL :

Thème : **Gouvernance**

Fortement conseillé

Règlementation : Non Obligatoire

Investissement : 0 €

Temps : **

Niveau de difficulté **

Efficacité engagement collaborateurs ****

ASTUCE :

Empruntez le carnet d'adresse de votre patron, ça aide pour ce genre d'exercice.

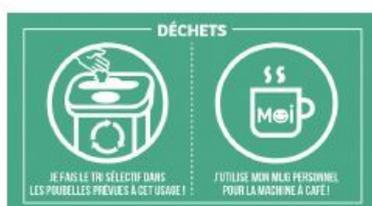
Pour la demander ou vous en inspirer surtout n'hésitez pas

FICHE OUTIL / Sensibilisez vos collaborateurs aux éco-gestes

Environnement

Le dire c'est bien mais l'afficher c'est encore mieux. Pour sensibiliser vos collaborateurs aux gestes responsables, vous pouvez mener des campagnes d'affichages aux endroits stratégiques de votre entreprise.

- Tri sélectif pour les déchets
- Economie d'eau et d'électricité : éteindre derrière soit ...etc.
- Réduire l'usage des consommables : ne pas utiliser de papier, limiter les impressions couleurs et R/V
- Eviter l'usage de gobelets en plastiques
- Favoriser le co-voiturage et le vélotaff.



COUP D'ŒIL :

Thème : Environnement

Fortement conseillé

Règlementation : Non Obligatoire - fait partie de la loi SAPIN II

Investissement : 0 €

Temps : *

Niveau de difficulté *

Efficacité engagement collaborateurs ****

ASTUCE :

GFF propose une petite série d'affichettes amusantes que vous pourrez mettre dans votre usine pour sensibiliser vos collaborateurs aux éco gestes

Vos contacts

GFF

Sylvie Chailloux
06 07 04 88 01 84

Réalisation de l'étude

Marc Brunel
06 48 80 97 29