

Table Ronde « Mode et Développement Durable »

Whosnext a choisi cette année d'amorcer la réflexion sur les liens incontournables entre mode et développement durable à travers **une table ronde 'Mode et développement durable', organisée par Dominique Royet, directrice associée d'Altadev le vendredi 4 septembre sur le salon.**

En effet, dans un monde en mouvement où les équilibres économiques se trouvent bouleversés par les déséquilibres écologiques, la réflexion des entreprises avec le prisme du développement durable est de plus en plus incontournable.

Le consommateur l'attend :

- **92% des Français** se disent prêts à traduire leurs aspirations éthiques dans leurs actes d'achats,
- **69% des Français** cherchent à acheter des produits dont ils sont sûr qu'ils respectent l'homme et l'environnement,
- **39% des Français** aimeraient trouver les produits de mode éthique dans leurs magasins....

Le secteur de la Mode, dans ce contexte, doit à la fois s'adapter à de nouvelles tendances et **faire face à un grand nombre d'enjeux environnementaux et sociaux**, à toutes les étapes de la vie d'un produit.

Parallèlement, les réglementations se renforcent suite au **Grenelle de l'Environnement** :

- Taxe Carbone,
- L'Ecotaxe sur le recyclage des textiles.

Il s'agissait pour les entreprises invitées à témoigner d'aller au-delà du concept pour expliquer ce que signifie le développement durable pour les marques de mode, quelles opportunités il peut représenter pour toucher de nouveaux consommateurs ?

Les participants de la Table ronde :

- **Olivier CANTET, Président – Directeur Général Rip Curl International**
- **Anne-Cécile Ragot, Responsable Partenariats Produits WWF**
- **Julie Segui, Consultante, ancienne Chargée du Développement Durable Pimkie**
- **Sébastien KOPP, Directeur Général de Veja**
- **Debra Kellner, Fondatrice de LEAF**

Anne-Cécile Ragot, responsable des partenariats-produits WWF, a présenté en **introduction la démarche multi-critères de l'éco-conception** dans le textile et ses différents impacts sur la création des produits en termes de matériaux, d'emballage, de durée de vie ou de recyclage notamment. Le Salon Tissu Premier de Lille (septembre 2009) a d'ailleurs cette année mis l'accent sur les nouveaux matériaux textile existants et leurs avantages respectifs écologiques.

Elle a ensuite présenté avec Julie Segui, anciennement responsable des partenariats chez Pimkie, les axes de la construction du partenariat entre WWF et Pimkie et la ligne de vêtement en coton biologique créée en 'produit-partage'. Les conditions de la réussite de ce projet commun étaient pour elles le fait que le partenariat était **soutenu en interne au niveau de la direction**. Ces appuis ont facilité les prises de décisions et permis l'implication plus grande des salariés de Pimkie. Par ailleurs, il ne suffit pas, pour Julie Segui, de faire un produit bio, **il faut que le produit plaise, soit à la mode** et dans le style de la marque. La simple qualification de vêtement écologique n'est pas suffisante.

C'est d'ailleurs également l'avis d'Olivier Cantet, directeur Europe de Rip Curl qui insiste sur **l'importance du design et du discours** fait autour du produit bio. Rip Curl a lancé une ligne de T-Shirts en coton éco-conçus en évitant l'écueil d'un design 'écolo' trop triste et d'un discours moralisateur. Il ne faut pas faire de l'éco-design pour faire peur à la cible 'jeunes' de Rip Curl mais faire aller le client vers **un achat responsable optimiste**.

Sébastien Kopp, co-créateur de la marque de baskets Veja et Debra Kellener, co-créatrice de la marque de vêtements LEAF ont présenté **leur démarche globale de fabrication de vêtements biologiques et équitables** et remonté les filières qu'ils ont créées, l'un au Brésil, l'autre en Inde. Les deux ont insisté sur les efforts supplémentaires d'une démarche construite de A à Z et la nécessité de ne pas aller trop vite. Veja se voit comme un laboratoire dans son domaine. Il faut accompagner toute la filière, être sur place souvent, et réfléchir à la dimension écologique de la marque dans tous ses aspects : Veja transporte ainsi ses produits depuis le Brésil en bateau, mode de transport moins polluant que l'avion.

Tous s'accordent à dire **qu'il reste beaucoup à faire dans le domaine du textile** éco-conçu mais leurs expériences respectives les rendent optimistes : les choses bougent ! La demande existe, les retours sont positifs. Il ne s'agit pas forcément d'avoir la solution parfaite avant de se lancer dans une démarche développement durable, mais d'avancer pas à pas en gardant en tête l'importance de mettre une stratégie globale de développement durable en interne avant de la décliner sur les produits. Cette stratégie globale peut passer par la réalisation en amont d'un bilan carbone de l'entreprise, permettant d'identifier les principaux points d'amélioration à mettre en œuvre pour enclencher une démarche de développement durable en interne.

La Table ronde était animée par Dominique Royet, Directrice associée d'Altadev.



Altadev, une vision pragmatique du développement durable.

Créé en 2007, Altadev est un cabinet de conseil en performance et développement durables. S'entourant des meilleures expertises en direction d'entreprise, conseil stratégique, protection de l'environnement et gestion des parties prenantes, Altadev assiste ses clients (entreprises, administrations et collectivités locales) dans la mise en œuvre des meilleures pratiques environnementales, sociales, et sociétales, pour les rendre plus performants.

'Chez Altadev, nous sommes convaincus que le développement durable est facteur de différenciation et d'avantage concurrentiel.

Nous souhaitons partager cette vision pragmatique avec nos clients, avec pour unique objectif : **les rendre plus performants dans le respect de l'homme et de la nature.'**

Altadev propose parmi ses services une offre originale de réalisation de bilan carbone et d'accompagnement de l'entreprise dans sa démarche de progrès à travers un plan d'actions de réduction et sa mise en œuvre opérationnelle.

Pour en savoir plus : www.altadev.com

Nous contacter : contact@altadev.fr

Dominique ROYET, Directrice associée d'Altadev, 45 ans.

Le développement durable est au cœur du parcours professionnel de Dominique Royet.

D'abord responsable marketing au sein de groupes internationaux des loisirs et de l'audiovisuel (**Dupuis, Disney consumer products**), Dominique a ensuite rejoint **le WWF** pendant 10 ans pour gérer les **partenariats avec les entreprises**. Elle a aussi contribué, en tant qu'**administratrice de l'Admical**, à la reconnaissance du mécénat environnemental. Dominique a également participé aux **groupes de travail du MEEDAT** sur les entreprises et le développement durable, et sur l'étiquetage écologique. Elle intervient régulièrement à l'**Université Paris XII de Créteil**, à celle de **Dauphine et à HEC**. Dominique Royet est diplômée de l'IFG et de l'Institut de l'entreprise (IHEE).

Dans le cadre de son activité au WWF, Dominique Royet a travaillé sur la stratégie Développement durable d'une trentaine d'entreprise dont **Gaz de France, Carrefour, Tetra Pak, Lafuma, Rip Curl, Caisse d'Epargne, Castorama, Pierre et Vacances, Champion, Orange...**

Au sein d'ALTADEV, depuis avril 2008, Dominique ROYET accompagne des sociétés commerciales et industrielles dans leur stratégie développement durable : **Agrana, Brita, Balenciaga, Toshiba, Affinion...**mais aussi des ONG (**Groupe SOS, Noé Conservation, Museum d'Histoire Naturelle, Comité de Liaison des Energies Renouvelables**) dans leurs relations avec les Entreprises.