

RETRANSCRIPTION PAR JULIE BENZONI DES TABLES RONDES PROFESSIONNELLES
DES PORTES DU CUIR #7
LA RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE DES ENTREPRISES
27 SEPTEMBRE 2019 SAINT-JUNIEN

Introduction

Thierry PONCET | Responsable du département cuir CTC

C'est quoi le cuir ?

Le cuir est une peau d'animal qui passe du statut de putrescible à celui d'imputrescible. A partir du moment où il y a dé-constitution et reconstitution (broyage par exemple et reconstitution avec une pression) on ne peut plus appeler cela du cuir.

« **L'enjeu majeur aujourd'hui : la fin de vie du produit.** Si on prend l'exemple de la chaussure, ce sont 23 milliards de paires qui sont commercialisées tous les ans. Cela fait une quantité de pertes colossales. Il y a un peu de réutilisation, très peu de recyclage. On est sur quelque chose qui a tendance à être éliminé soit en décharge, soit en incinération.

La solution si l'on veut agir sur la fin de vie du produit c'est de **jouer sur la durabilité.** On ne compare pas une chaussure en cuir avec une chaussure en carton. On résonne donc en termes de fonctionnalité : Combien de temps je peux marcher avec ma paire de chaussures en cuir et combien de temps avec celle en carton. »

Les tanneries mauvais élèves ?

« La **tannerie est la première unité de recyclage** puisque le tanneur récupère le déchet de l'abattoir pour en faire du cuir. Mais il génère aussi des déchets putrescibles ou imputrescibles, des odeurs et des émissions atmosphériques.

On se fait toujours attaquer sur les effluents et en particulier sur le chrome. C'est un produit décrié mais extraordinaire. 85 % des cuirs sont tannés au chrome. Au niveau des stations d'épuration on sait très bien le traiter.

Notre souci serait plutôt le traitement de la matière organique rejetée qui est plus difficile à traiter. Il s'agit de déchets liés à la peau (poils graisse protéine...) ».

Tout sur le dos de l'élevage ?

Les motifs de griefs à son encontre sont nombreux : la déforestation, la maltraitance animale, les émissions carbone. Une des solutions possibles : la traçabilité avec un nouveau système qui permet de marquer la peau. **Le cuir est donc durable, renouvelable** (tant qu'il y aura de la viande, il y aura de la peau), **traçable**. En revanche le **cuir ne sera jamais végétal ou carbon free.**

EN SAVOIR PLUS

- [Article les Echos : La Traçabilité des cuirs est devenue un enjeu pour le luxe](#)
- [Réglementation du cuir : CTC](#)

Table ronde n°1 : L'entreprise responsable

Michèle DEBAYLE | Directrice régionale déléguée ADEME Nouvelle-Aquitaine

Florence ROUFFAUD | Direction de la performance industrielle Conseil régional Nouvelle-Aquitaine

Pierre-Alexandre BAPST | Directeur développement durable Hermès

Gilles LAPIERRE | Directeur industriel JM Weston (Tannerie Bastin)

Grand Témoin : **Pascal Denizart** | Directeur général du CETI (Centre européen des textiles innovants).

Première étape, réussir à définir ce qu'est une entreprise responsable

Gilles Lapierre : « Être conscients de ce que notre activité génère au sein de notre atelier mais aussi au-delà et dans le futur. »

Florence Rouffaud : « Aujourd'hui une entreprise responsable doit être ouverte, innovante et capable de se remettre en question. Elle doit être à l'écoute de ses parties prenantes et de ses clients. Ils peuvent devenir une source de progrès. »

Pierre Alexandre Bapst : « Chacun cherche à jouer sa partition selon son modèle, sa culture, son histoire. L'entreprise responsable cherche à laisser la meilleure empreinte possible sur un certain nombre de facteurs : humains - en recrutant, formant, développant des talents-écologiques, en étant dans l'innovation mais aussi en gardant ce qui fonctionne. »

Une entreprise responsable à court et long terme

Certaines questions trouvent des réponses à court terme comme l'énergie : on se donne des objectifs de réduction de consommation, on signe un contrat. C'est quantifiable. Sur la prise en compte de l'environnement il faut voir les choses sur le plus long terme. Les sujets sur la fin de vie et la durabilité demandent plus de temps car on entre dans une transformation de nos habitudes. Le cuir dans le bâtiment, on ne voyait pas trop ce que cela pouvait donner il y a encore quelques années, mais petit à petit ces idées font leur chemin dans nos esprits.

Michèle Debayle : « A l'ADEME, nous sommes là pour se projeter dans l'avenir et anticiper. Nous aidons les entreprises à prendre en compte les politiques présentes et à venir. On se considère comme des facilitateurs pour les entreprises avec la Région pour les accompagner et les conseiller avec énormément de modestie car nous sommes face à des gens qui utilisent des outils techniques et qui font vivre des entreprises. Nous intervenons quand il n'y a pas encore de cadre obligatoire. On est dans l'anticipation et la projection de ce qui va arriver. On travaille avec les opérateurs professionnels qui sont reconnus par les entreprises. Ils sont dans une spécificité technique et technologique. »

Déjà responsables sans le savoir ?

Beaucoup d'industriels font ces démarches sans mettre l'étiquette RE dessus. Maintenant la démarche est incontournable en termes d'attractivité de l'entreprise. Pour recruter des nouveaux talents et jouer sur la marque employeur. Aujourd'hui les gens qui cherchent des emplois sont intéressés par le salaire, le poste mais aussi par les valeurs de l'entreprise. Son image.

Pierre Alexandre Bapst : « Respecter la matière c'est vieux comme le monde, recycler et réutiliser les chutes de coupes, on fait ça depuis des années. Penser à nos collaborateurs, à la transmission, à la formation, là

aussi on le fait déjà. Mais aujourd'hui on en prend conscience, on se structure, on s'organise. »

Gilles Lapierre : « *Je remarque une chose : dès que c'est un peu trop compliqué dans le raisonnement c'est que l'on ne doit pas être dans le vrai ! Ayons l'intelligence d'être simple. Si c'est simple ça ne doit pas être trop faux. »*

Florence Rouffaud : « *Les entreprises ont aujourd'hui conscience qu'elles ont un rôle à jouer sur le territoire. Dans la cité. De plus en plus pensent à la réutilisation, l'approvisionnement. On cherche à travailler en circuit court. Comment faire pour que les matières nobles utilisées le restent tout au long du process ? »*

Face à la responsabilité environnementale : Tout sauf la solitude !

Pierre Alexandre Bapst : « *Pour avancer, nous avons besoin de regards croisés et d'un état d'esprit en interne où rien n'est acquis. Même si on travaille avec un métier ancestral, il faut sans cesse progresser, on écoute les jeunes aussi. On recrute. Sur les trois dernières années, on a augmenté de 11% notre efficacité de coupe et d'utilisation des cuirs. Cela ne s'est pas fait avec seulement les anciens maroquinières dans leurs labos, c'est une réflexion commune avec aussi des regards extérieurs qui nous ont permis de progresser. »*

Florence Rouffaud : « *Nous avons des programmes usine du futur (compétitivité et performance globale) et un parcours usine durable. On accompagne toutes les entreprises selon d'où elles partent et où elles souhaitent aller, selon son rythme. »*

Gilles Lapierre : « *Nous avons besoin de spécialistes qui nous bousculent, qui nous donne de la méthodologie. Mais non ne savons pas par quoi commencer. Au niveau de la tannerie Bastin, on a travaillé avec l'Apave pour faire un bilan énergétique et on s'est rendu compte que c'était un levier économique. En faisant de l'économique on fait aussi de l'environnemental. Et en faisant de l'environnemental on va améliorer la qualité de nos produits et diminuer la pénibilité de nos salariés. Donc oui pour la continuité mais parfois cela fait du bien de se mettre autour de la table pour se dire qu'est-ce que je vais faire en « mode rupture ». Qu'est-ce que je ne fais pas du tout ? Qu'est-ce que je peux faire. ? Et cette partie elle est compliqué parce qu'on se met plus en danger. Encore plus si on est tout seul. »*

Pour se lancer une seule règle : En avoir envie

Pierre Alexandre Bapst : « *Le levier le plus puissant pour travailler sur le sujet c'est à mon avis l'envie des collaborateurs. Beaucoup de nos idées sont parties de là. On responsabilise surtout en interne. S'ils ont envie de réfléchir, allons-y. Les modèles artisanaux avec des petites équipes sont pour cela très puissants. »*

EN SAVOIR PLUS

- [Retour d'expérience : ADEME](#)
- [Usine du Futur, Usine Durable](#)



Table ronde n°2 : L'économie circulaire

Céline TEXIER | Directrice Pôle environnement Nouvelle-Aquitaine

Régis LETY | Consultant développement durable CTC

Thomas GARNESSON | Ingénieur NOBATEK/INEF4

André BORDAS | Président Directeur Général UV GERMI

Denis LEBRET | ResoCUIR Filière Excellence Cuir Nouvelle-Aquitaine - Président LMCD International

Grand Témoin : **Pascal Denizart** | Directeur général du CETI (Centre européen des textiles innovants)

L'économie circulaire ne se limite pas à la seule problématique de gestion ou de revalorisation des déchets. On peut réfléchir à l'optimisation des flux et des matières et des ressources, travailler sur les problématiques de l'eau, de l'air.

Réfléchir au-delà de la filière

Thomas Garnesson : « Nous travaillons à intégrer le cuir dans le bâtiment. Comment peut-on sortir de la réflexion traditionnelle « production-consommation-déchet » et partir du principe que le déchet est en fait une matière à part entière.

On sait également qu'en Région Nouvelle-Aquitaine on a une filière cuir très dynamique. C'est important de s'appuyer dessus pour recréer de la valeur à partir des chutes de cuir. On est d'abord rentrés en contact avec ResoCUIR qui a plutôt bien accueilli ce projet et qui a réussi à nous mettre en relation avec les personnes intéressées par cette démarche. J'ai senti que c'était une problématique très forte au sein de la filière et qu'il y a eu une recherche réelle d'exutoire pour tous ces déchets. »

Régis Lety : « Il y a une volonté et une demande mais on ne sait pas par quel bout prendre le dossier. Quand on parle économie circulaire dans la filière on essaie de se projeter sur ce qui existe déjà comme l'aluminium, le métal, le papier. On a souvent l'image de recyclage de matière en voulant absolument créer de nouvelles matières. Il ne faut pas se limiter à ce seul aspect. Il faut avoir les chakras le plus ouvert possible quand on parle économie circulaire. »

Cohérent de A à Z ... et de Z à A !

Denis Lebret : « En parlant avec les tanneurs qui voulaient fournir l'ultra luxe, nous nous sommes aperçus que c'était de plus en plus compliqué de fournir les peaux de la qualité demandée. Notamment à cause du parasitisme. Il y a eu des efforts de faits avec le CNC, les éleveurs pour améliorer les conditions d'élevage. Nous avons réussi à éliminer les très mauvais cuirs mais on n'avait toujours pas plus de très bons cuirs. Il y avait donc une problématique de dialogue : il fallait que le monde du luxe puisse dialoguer avec le monde du sourcing c'est à dire jusqu'à l'éleveur. Nous avons dialogué et cela nous a permis de travailler conjointement en aboutissant notamment à un système de traçabilité du cuir.

Cela a deux avantages : **la traçabilité liée à un système d'information nous permettra de retourner l'information à l'éleveur pour qu'il puisse modifier ses pratiques et améliorer la qualité du cuir, valoriser son travail. Cela permet aussi aux tanneurs et aux acteurs du luxe de rebondir sur une problématique RSE en garantissant au client le bien-être animal, le faible bilan carbone.**

On s'inscrit alors dans un cycle d'amélioration de qualité qui apporte de la valeur à tout le monde ».

L'eau comme ressource majeur

André Bordas : « Aujourd'hui nous n'avons plus le choix, il faut faire vivre l'eau deux fois ou trois fois. Nous en avons les capacités technologiques et je sens que les industriels sont motivés. Par exemple : nous avons

mis au point un système pour retraiter les eaux des serres en hors sol. La plante consomme 80% de son eau. Aujourd'hui, les 20% restant sont rejetés avec les engrais et tous les intrants qu'elle peut contenir. Nous avons mis au point une machine qui traite toutes les eaux et on arrive à ce que pas une goutte d'eau ne soit rejetée. Dans cette serre ils économisent aujourd'hui 50 mètres cube d'eau par jour ! les produits comme ceux-là sont amortis sur 2 ans. »

L'économie circulaire, une chance ?

Céline Texier : « *C'est une vraie valeur ajoutée quand on arrive à s'entourer d'acteurs qui sont en capacité de nous aider. Il y a des spécialistes qui peuvent proposer des solutions pour mettre en place des actions d'économie circulaire qui auront un bénéfice environnemental mais aussi économique avec la réutilisation. »*

Thomas Garnesson : « *Avant les déchets nous coûtaient de l'argent maintenant ils peuvent en rapporter à l'entreprise. Travailler selon les principes de l'Économie circulaire va aussi permettre de donner une meilleure image de l'entreprise. Ce qui est de plus en plus recherché. »*

Denis Lebret : « *Il faut mettre tout le monde autour de la table pour avoir conscience des problématiques de chacun. Vis à vis du client final on peut s'assurer que tout a été fait dans une démarche et une éthique responsable. Nous avons une société urbaine et une société agricole très éloignées l'une de l'autre mais il faut que l'on réussisse car nos problématiques se rejoignent. Il faut rester dans le marché et pour cela, le meilleur moyen c'est d'avoir des politiques responsables et de les valoriser. Pour moi c'est la plus belle opération de recyclage possible, transformer une peau qui n'était qu'un déchet organique en matière première noble et à forte valeur. »*

Pascal Denizart : « *Nous ne sommes pas préparé à la revalorisation de la matière. Notre système est basé sur le réemploi. On vend aux pays émergents. On se prive ainsi de débouchés. Une matière bien collectée, bien triée peut aller vers des exutoires très haut de gamme. Pas forcément dans l'industrie du luxe mais vers des produits plus techniques qui apportent une valeur premium. »*

Les limites techniques, technologiques, organisationnelles...

Régis Lety : « *Si demain on invente une nouvelle matière en broya de cuir par exemple, Il va falloir collecter le déchet, **aujourd'hui on n'a pas un centre en France qui centralise les chutes de cuir à l'échelle nationale.** La filière va devoir se mettre en ordre de marche et créer ce genre de choses. Ensuite si on arrive à avoir le procédé qui permet de se lancer techniquement peut-être que cela nécessitera que les entreprises trient leurs chutes de cuir par couleur, densité, tannage, animal, on peut tout imaginer. Aujourd'hui ce sont des pratiques qui n'existent pas, on va être sur des technologies de rupture, ça va forcément engendrer des adaptations au niveau de l'entreprise et de la filière. »*

Pascal Denizart : « *Si vous voulez valoriser une matière il faut déjà imaginer une application pour cette matière. Or **aujourd'hui nous sommes organisés pour produire pas pour réutiliser ou revaloriser des matières.** Ce n'est donc pas une course à l'innovation mais plutôt la **mise en place d'un nouveau paradigme qu'on ne peut aborder que par l'innovation puisqu'on n'a pas de référentiel existant.** Les hommes qui vont réinventer ces applications seront clés. On trouve toujours une solution technique le défis c'est de trouver les gens capables de réfléchir autrement. »*

Denis Lebret : « *C'est le cas de la traçabilité qui se met en place. Au départ on disait « il faut informer l'éleveur de la qualité des peaux fournies » mais techniquement on était incapable de remonter la piste jusqu'à la ferme. Aujourd'hui avec la traçabilité on va pouvoir. Tout cela demande du temps. **Il faut aussi donner du temps aux entreprises** de trouver les solutions puisque LA solution miracle n'existe pas.*

Soyons indulgents. Chaque pas compte.

Céline Texier : « On ne peut pas, du jour au lendemain tout changer d'un modèle en place. Il faut valoriser chaque étape, les démarches qui sont mises en place de façon pratique, communiquer sur l'impact que ça a eu. Les collectivités mettent aussi en place des démarches au sein d'une zone industrielle par exemple pour inciter les entreprises à se rencontrer. »

André Bordas : « Aujourd'hui c'est le rassemblement des entreprises, des compétences et de leurs besoins qui vont faire que l'on va trouver des solutions du futur. Nous travaillons énormément sur des problématiques environnementales. Cette économie circulaire est absolument indispensable pour le futur. »

EN SAVOIR PLUS

- [Nobatek INEF 4](#)
- [FECNA : Filière d'Excellence Cuir Viande et Territoire](#)
- [Le développement durable et la filière cuir](#)
- [Le Pôle environnement de la Région Nouvelle-Aquitaine](#)



© Michel Dartenset

Table ronde n°3 : L'éco-conception

Christophe ROBIN | Chambre de Commerce et d'Industrie des Landes | Référent éco-conception en Nouvelle Aquitaine

Pierre-Alexandre BAPST | Hermès | Directeur développement durable

Patrick MAINGUENE | InSoft | Fondateur Ector

Laurent Duray | Président Directeur Général du Groupe LIM | Président ResoCUIR Nouvelle Aquitaine

Grand Témoin : **Pascal Denizart** | Directeur général du CETI (Centre européen des textiles innovants)

Depuis quelques années nous assistons à une évolution de ce que l'on entend par éco-conception. Avant nous étions sur une approche systémique, nous réfléchissions en termes de filière ; aujourd'hui on parle plus d'une intelligence collective qui mobilise toutes les forces au sein même de l'entreprise. On ne s'attache plus seulement au matériau unique qui sera le plus « *eco-friendly* » possible. On introduit maintenant la notion de durabilité : en ce qui concerne la fin de vie d'un objet, nous n'analysons pas simplement comment il va être traité mais aussi (et surtout ?) comment nous allons pouvoir prolonger sa durée de vie.

Être en phase avec les attentes du marché

Christophe Robin : « *L'intérêt de l'éco-conception c'est de toucher les consommateurs, de se mettre en face des attentes pour mieux vendre le produit. Nous créons ainsi un avantage concurrentiel par rapport aux autres entreprises qui en font peu ou pas.* »

Patrick Mainguéné : « *Nous avons essayé d'être un bon élève. L'idée, c'était de créer une chaussure qui soit le plus possible respectueuse de l'environnement. Ector, première chaussure qui est fabriquée à partir de fil tissé en France issu du recyclage des bouteilles plastiques et qui surtout est entièrement recyclable en fin de vie. La principale difficulté c'est de trouver les ressources, les moyens et les mettre en œuvre alors qu'il n'y a rien de construit, qu'il n'y a pas de filière. L'éco-conception c'est de se poser la question de la justesse du produit : Est-ce que ce produit est légitime ? Est-ce que l'on a intérêt à développer ce produit-là ? Prenons l'exemple du tee-shirt connecté. Aujourd'hui on a déjà du mal à recycler le textile et certains imaginent un tee-shirt connecté.... Je trouve qu'il y a des petites aberrations.*

De même, faire une chaussure éco-conçue si elle n'est pas désirable n'a aucun sens. Il faut avant tout se poser la question suivante : Est-ce que le produit apporte quelque chose au client ? Est-ce qu'il répond à une chaîne de valeur ?

Aujourd'hui nous devons modifier le cahier des charges pour prendre en compte les attentes des consommateurs et nos attentes sur le respect de l'environnement.

Créer, réparer, inventer d'autres usages ?

Laurent Duray : « *Nous étions en train de travailler sur un nouveau carton d'expédition pour nos selles. Ce carton avait deux fonctions initiales : emmener le produit vers le client et le protéger. Et on était resté là-dessus. Mais en travaillant avec une école de design, la CCI des Landes et Christophe Robin nous avons réussi à apporter plusieurs fonctionnalités nouvelles comme le fait de pouvoir pour le client nous retourner facilement sa selle quand il y a besoin de réparation. On a également fait un petit trépied pour qu'il puisse poser sa selle.* »

Pierre Alexandre Bapst : « *Il faut prendre en compte l'ensemble du cycle de vie du produit. Plus on fera un produit qui dure, meilleure sera sa performance environnementale. Mais il y a une autre donnée primordiale : le style. C'est ce qui va faire que les gens vont toujours s'intéresser au produit plusieurs mois, plusieurs années*

après l'achat. Il faut donc voir dans la globalité : des choses qui gardent leur intérêt, leurs caractéristiques, leur attrait et aussi qui sont fait par des gens qui occupent des emplois de manière durable. Nous avons un membre de la famille qui disait toujours « un objet de luxe c'est quelque chose qui se répare. » On est tous un peu dans ce même état d'esprit ici, si on pense éco-conception on pense aussi réparabilité et prolongation de la durée de vie. Chez Hermès on répare 80 000 objets par an. »

L'éco-conception comme catalyseur des énergies en interne

Laurent Duray : « Christophe Robin et son équipe sont venus avec une méthodologie spécifique qu'on essaie aujourd'hui d'intégrer au-delà du projet qui nous avait réuni au départ. Cela nous amène sur des champs de réflexions sur lesquels nous n'allions pas ou en tout cas pas systématiquement. Et finalement en interne on a vraiment progressé. On avait démarré cette démarche en 2012 et ça a été une des pierres angulaires de la réflexion globale au sein de l'entreprise : la prise de conscience générale de notre impact. »

Christophe Robin : « Dans ce cas-là on a eu la chance d'avoir un responsable d'entreprise qui avait la motivation personnelle de faire des choses exemplaires dans ce domaine.

Ce qu'il faut aussi souligner c'est que la démarche d'éco-conception va mobiliser beaucoup de ressources et de collaborateurs dans l'entreprise. C'est un projet qui va associer les designers, les responsables marketing, l'équipe des achats, de la production, on va aussi se tourner vers ceux qui sont en contact avec les usagers et on peut même sur certains projets aller chercher des parties prenantes qui sont externes à l'entreprise (celles qui vont recycler vos déchets par exemple) ».

Pierre Alexandre Bapst : « Chez nous, à la maroquinerie, nous avons fait beaucoup de progrès en éco-conception en rapprochant la coupe de la table. Historiquement les deux étaient séparés. On a rapproché les deux. On a maintenant des coupes dites intégrées au milieu des ateliers. On va de plus en plus dans ce sens-là. Cela crée d'abord de la proximité humaine et cela permet de réduire de manière significative tous ces déchets de fabrication et optimiser l'usage de ces matières qui sont précieuses. Ce sont des choses que l'on peut mettre en place assez facilement : **rapprocher différents acteurs d'une chaîne de production pour travailler ensemble** ».

Un levier marketing évident ?

Christophe Robin : « Comment valorise-t-on la démarche et est-ce qu'on la valorise ? Certains font de l'éco-conception mais n'en parlent pas. Néanmoins on voit aujourd'hui que les consommateurs sont de plus en plus attentifs à la question de l'environnement. Aujourd'hui l'argument environnemental arrive au même niveau que celui de la santé dans les motivations d'achat d'un produit.

Pour des produits comme les vôtres, l'argument « environnement » passe pour le moment après la qualité, le style mais il faut garder à l'esprit qu'à un moment ça pourra faire la différence. Il faut alors savoir se demander si vous avez envie d'aller sur ces parts de marché ».

Pierre Alexandre Bapst : « Si on élargit à la manière de travailler de nos artisans c'est le sens de la responsabilité qui prime, le sens du beau, de la valeur de la manière de faire. Cela fait partie de nos gènes comme beaucoup d'artisans. Il faut donc trouver les bons moyens de le mettre davantage en avant. Peut-être que les choses qui étaient faites de manières très intuitives nécessitent de se formaliser davantage ».

Christophe Robin : « Il faut être vrai et sincère. Si cela s'inscrit dans les valeurs de l'entreprise et que c'est incarné par l'entreprise, il n'y aura pas besoin de faire de la sur-communication ».

La finalité économique de l'éco-conception :

Laurent Duray : « Quoiqu'il arrive on aura besoin d'intégrer cette manière de faire sur l'ensemble de nos produits. Il ne faudra plus différencier la problématique économique et environnementale. C'est un tout. Il ne faut pas que l'éco-conception vienne se mettre en confrontation bien au contraire on va l'intégrer

complètement dans notre réflexion comme une des composantes de développement d'un produit. Donc savoir s'il faut l'utiliser comme élément marketing, ça peut jouer mais sur le court terme. A moyen et long terme ceux qui ne s'inscrivent pas dans cette démarche-là ne feront plus partie du paysage ou en tout cas auront des vraies difficultés à rester dans le paysage.

Il n'y a aucune leçon à donner. L'éco-conception ne doit plus être une norme, elle doit devenir une normalité. »

Prendre le temps et accepter de changer de chemin

Patrick Mainguéné : « Sur le projet Ector il nous a fallu plusieurs années de réflexion. Le temps de trouver les bons partenaires, faire des tests... Nous avions en tête de faire un produit qui soit en économie circulaire, recyclable donc j'avais la volonté d'utiliser des fils naturels au départ mais on s'est vite rendu compte que le tricotage qu'on l'on voulait n'allait pas convenir et que le recyclage de ce fil n'allait pas être possible. On s'est orienté vers du fil continu et le fil issu des recyclages de bouteilles plastiques était le plus pertinent et le plus accessible. Il nous faut du temps à la conception pour sortir des sentiers battus. »

Christophe Robin : « Prenons l'exemple de la bouteille de lait. Voilà ce qui arrive quand on veut aller trop vite : Un industriel décide de changer ses bouteilles pour les passer en PET opaque, 20 à 30 % plus léger que le plastique utilisé auparavant. Économiser du poids, c'est une stratégie d'éco-conception, génial, mais ils s'arrêtent là dans la réflexion. Une fois mis sur le marché à grand renfort de campagne de communication, les voilà confrontés à un problème imprévu : oui le PET opaque est recyclable mais pas dans les quantités auxquelles il faut faire face quand on parle du marché du lait. Un fiasco en termes d'image. »

Patrick Mainguéné : « Il faut être exigeant et prendre le temps de bien concevoir. Lorsqu'on est dans la mode ou dans la chaussure, beaucoup d'industriels répondent à un calendrier qui compte quatre saisons par an ! Comme il faut aller vite on fait appel à des sous-traitants, on ne sait plus exactement quels matériaux sont utilisés. L'éco-conception c'est qu'est-ce qu'on met dedans, comment on le conçoit, comment on peut le démonter, comment on peut le réparer. »

Pascal Denizart : « Cela nous invite peut-être à revoir l'offre. Aujourd'hui elle est pléthorique. Comment revoir les usages, les attentes du consommateur pour être cohérent sur toute la ligne ? »

EN SAVOIR PLUS

- [Ector](#)
- [Enjeux et bénéfices de l'éco-conception](#)
- [Accompagnement avec la CCI des Landes](#)



Conclusions

Yves TROUSSELLE | RSE Services | Fondateur et Ex-Directeur RSE d'Aigle International

« L'entrepreneur est par essence responsable. Responsable d'un patrimoine financier, le sien personnel, familial et/ou capitalistique. Il est responsable de la durabilité du patrimoine. Même chose pour l'emploi. On sait la violence que c'est un licenciement pour un chef d'entreprise. Ce sont eux à mes yeux les mieux placés pour être responsables de notre planète et de notre environnement. La vraie difficulté de la RSE ce n'est pas tant de vouloir y aller que de se dire comment j'y vais en minimisant les risques ?

Pour cela, il faut parfois revenir aux basiques de la stratégie de l'entreprise. Je produis des chaussures. Quelle est ma mission en tant que fabricant de chaussures ? réponse basique : protéger l'individu, le corps humain. Comment alors pourvoir imaginer que ce même être humain je vais le polluer demain avec mon usine, polluer son eau. Soyons cohérent. »

Les valeurs et la stratégie de l'entreprise

« C'est très à la mode mais prenons le temps de les interroger sincèrement : la qualité d'une chaussure c'est quoi ? Qu'est-ce qui est le plus important à mes yeux : la qualité du résultat final « zéro défaut » ? Ou la qualité du développement et de la conception ?

L'entrepreneur a devant lui deux choix stratégiques : est-ce que je vais sur une stratégie de volume, bas prix, bas coût, bas tarifs ? Ou est-ce que je vais sur une stratégie de différenciation avec le luxe, moins de volume, des prix plus élevés, une meilleure marge ?

Vous avez la chance vous dans le cuir d'avoir une chaîne de valeur qui commence à se clustériser. **Le réseau, le territoire qui permet d'avoir une maîtrise de la chaîne de valeur beaucoup plus simple que quand on est mondialisé.**

Comment aujourd'hui aller regagner les parts que l'on a perdu, dans le monde de la chaussure par exemple ? Pas en allant sur du « low-cost » mais en améliorant la valeur de sa chaîne de valeur. Le made in France c'est une valeur mondiale. J'ai travaillé chez Aigle, les bottes Aigle sont vendues en Asie parce qu'elles sont faites en France. »

Bernard UTHURRY | Conseil Régional Nouvelle-Aquitaine | Vice-Président en charge du développement économique et de l'économie numérique

« L'idée de la Région et du président Alain Rousset c'est de provoquer des carrefours comme Les Portes du Cuir pour essayer de **coconstruire l'avenir d'une filière**. Des moments comme celui-ci nous ressource. Cette volonté est née de la prise de conscience de la difficulté de recruter, de transmettre des savoirs faire qui sont assez spécifiques à votre filière. Le Cluster permet d'aborder les problèmes de la filière depuis la formation jusqu'au produit. Il y a plusieurs entrées possibles : l'innovation, la formation, l'export, la dynamique territoriale... C'est notre rôle de permettre de structurer une filière qui va de la prairie jusqu'au magasin.

Comment prenons-nous ces problématiques économiques et environnementales dans une région qui sera en Europe une des plus impactée par le réchauffement climatique ?

En tant que Région, nous n'allons pas dire aux entrepreneurs comment gérer leur entreprise, mais on va **mettre en synergie**. Les chefs d'entreprise nous disent qu'ils ont parfois peu de temps pour voir quels dispositifs de l'action publique pourraient les aider à progresser. Nous ne sommes pas dans une perspective de révolution mais plutôt de transition et d'accompagnement. A ce titre, les Portes du Cuir sont devenues un emblème grâce à vous. Merci de faire vivre ce dispositif. »