CONSEIL NATIONAL DU CUIR

LA RSE

UNE RÉALITÉ DYNAMIQUE AU SEIN DE LA FILIÈRE FRANÇAISE DU CUIR

ESPONSABILITÉ OCIÉTALE DES NTREPRISES

SOM-MAIRE

ÉDITO 4
Pour une filière cuir toujours plus éthique et responsable : Frank Boehly

PRÉAMBULE 6
Le cuir, un déchet que nos entreprises transforment en produit de qualité

LA RSE, UNE RÉALITÉ DYNAMIQUE AU SEIN DE LA FILIÈRE FRANÇAISE DU CUIR 8

Chapitre 1 : La normalisation des actions RSE dans la filière cuir, la norme ISO 26000 et autres certifications 10 - 11

Chapitre 2 : L'industrie du cuir s'engage en faveur d'un environnement protégé : épuration de l'eau, protection de l'air, réduction et valorisation des déchets 12 - 17

Chapitre 3 : Informer et assurer la sécurité du consommateur 18 - 25

Chapitre 4 : L'enjeu de la bientraitance animale : la responsabilité éthique de la filière 26 - 31

Chapitre 5 : Maintenir l'homme au cœur des métiers du cuir 32 - 37

CONCLUSION 38

Démarches présentées lors du *Sustainable Leather Forum 2019*

ÉDITO

POUR UNE FILIÈRE CUIR TOUJOURS PLUS ÉTHIQUE ET RESPONSABLE

Le travail du cuir est l'activité de recyclage la plus ancienne de l'histoire humaine. La Filière Française du Cuir est donc la digne héritière d'une longue tradition de savoir-faire qui se perd dans la nuit des temps. Elle peut légitimement être fière de ses métiers d'excellence qui la placent en quatrième position mondiale, alors qu'elle faillit disparaître. Après avoir perdu près de 90% de ses entreprises et de ses emplois, elle a su surmonter le choc de la mondialisation et la recherche d'une main d'œuvre toujours moins chère, qui ont fortement impacté l'ensemble de l'industrie française dans les années 1970-1980.

La filière cuir, une success story à la française

La filière cuir a su se redéployer dans le haut de gamme et faire rayonner son image, ses marques et ses produits dans le monde entier. Et les chiffres parlent d'eux-mêmes : elle représente aujourd'hui 9 400 entreprises, dont plus de 80% de PME et de TPE, 130 000 emplois et 25 milliards d'euros de chiffre d'affaires dont 12 milliards à l'exportation ! Une véritable résurrection économique et sociale, due à l'exceptionnelle mobilisation des dirigeants et salariés qui se sont engagés pour la réussite de leurs entreprises.

Cette mutation économique s'est accompagnée d'un profond bouleversement de l'environnement sociétal des entreprises de la filière. Les préoccupations environnementales, l'innocuité des produits et le souci de la bientraitance animal sont devenus des thèmes majeurs du monde contemporain et de ses valeurs. Cette évolution a fortement impacté les industries du cuir qui sont régulièrement mises en cause pour leur impact environnemental et leurs responsabilités en matière de bientraitance animal.

Et pourtant, notre filière est à la pointe des engagements en matière de Responsabilité Sociétale des Entreprises (RSE) et se bat sans cesse pour améliorer son empreinte environnementale. Ce combat de tous les jours, fait de volonté, d'innovation, d'investissements conséquents afin de répondre à la fois à une législation très contraignante et aux attentes du consommateur, se doit d'être connu et reconnu. C'est pourquoi, le Conseil National du Cuir (CNC), avec les fédérations professionnelles partenaires, a décidé la tenue d'un événement de grande ampleur, le 16 septembre 2019 – le *Sustainable Leather Forum* – afin que les professionnels du secteur viennent eux-mêmes témoigner de leur engagement quotidien en faveur de la Responsabilité Sociétale des Entreprises.

Le succès de cet événement – accompagné d'un titre volontaire : « Pour une filière toujours plus éthique et responsable » – a convaincu la gouvernance du CNC de réitérer l'exercice, afin d'évaluer, dans la plus grande transparence, les évolutions de notre secteur et de ses métiers en matière d'éthique et de développement responsable. La richesse des expériences décrites par les professionnels du cuir lors de cette journée nous a également convaincus de présenter un livre blanc de la profession qui puisse être un document de référence dans les débats actuels sur les enjeux de la RSE. Rien ne peut remplacer les témoignages de ceux qui sont au cœur de l'économie réelle, dans leurs ateliers, leurs usines ou leurs commerces.

Frank Boehly,
Président du Conseil National du Cuir

LE CUIR, UN DÉCHET QUE NOTRE INDUSTRIE TRANSFORME EN PRODUIT DE QUALITÉ

« Notre industrie est l'activité de recyclage la plus ancienne au monde : nous transformons la peau d'un animal qui a été élevé pour sa viande ou son lait, en une matière magnifique, le cuir, qui permet de fabriquer des produits de qualité, durables et réparables. »

Frank Boehly, Président du Conseil National du Cuir

Le cuir est un produit complexe, à multiples facettes. Comme le souligne Egbert Dikkers, Président de Leather Naturally, une association qui rassemble de nombreux acteurs internationaux de la filière : « Il s'agit d'un déchet que l'on transforme en produit de qualité ». Apprécié par les grandes maisons de luxe et les créateurs, il est également largement utilisé par l'industrie. En effet, cette matière a beaucoup de qualités : beauté, souplesse, toucher, résistance, polyvalence et durabilité. Cependant, le cuir et sa fabrication suscitent aujourd'hui les questions de l'opinion sensibilisée par les injonctions éthiques et morales faisant évoluer les motivations et les modes de consommation. Répondent-ils aux défis écologiques d'aujourd'hui ? Les médias ont pointé la déforestation qui serait causée par l'élevage intensif du bétail, la grande consommation d'eau et l'utilisation du chrome pour tanner les peaux. Les entreprises du cuir s'inscrivent-elles dans le développement durable ? Le cuir et ses produits correspondent-ils aux exigences des consommateurs sur l'origine du cuir et ses modes de fabrication ? Or, depuis plus d'une dizaine d'années, l'industrie française du cuir a résolument adopté et développé une démarche éthique et responsable. « La RSE, pendant longtemps, c'était une option. Aujourd'hui c'est une obligation. Il y a une accélération sous la pression des clients, la pression sociétale, et la pression de la réglementation », résume **Jean-Christophe Muller, Directeur Général des Tanneries Haas**, qui fournit les plus grands groupes de luxe français.

Soucieuse de la préservation des savoir-faire, des ressources naturelles, de l'ancrage territorial, de la bientraitance animale, des circuits courts, de la qualité de la chaîne de valeurs et de l'économie circulaire, la Filière Française du Cuir est engagée dans un processus de développement responsable et durable depuis de nombreuses années.

Cette démarche, qui caractérise la RSE, se définit comme la prise en compte volontaire par les entreprises, de l'impact économique, social et environnemental de leurs activités.

Les entreprises de la Filière Française du Cuir, grandes, moyennes ou petites, sont à la pointe de ce mouvement de mise en œuvre d'une démarche environnementale et des enjeux éthiques qui, tous les observateurs le soulignent, ont pris une ampleur considérable ces deux dernières années.

Comme l'a rappelé Mme Agnès Pannier-Runacher, Secrétaire d'Etat auprès du Ministre de l'Economie et des Finances, lors de son intervention au Forum du 16 septembre 2019 : « Les consommateurs sont en train de changer notre modèle productif, un mouvement que le Gouvernement doit accompagner en aidant les industriels à anticiper les transformations. » Pour preuve de cet engagement collectif, le Fashion Pact, conclu à l'occasion du dernier G7 qui se tenait à Biarritz, où 150 marques de la mode et du luxe ont pris 16 engagements pour limiter leur impact sur le climat, la biodiversité et les océans via des objectifs fixés à horizon 2030 et 2050. Une initiative placée sous la houlette de François-Henri Pinault, PDG de Kering.

Un engagement qui concerne la filière : côté biodiversité, les signataires comptent renoncer aux approvisionnements issus de l'élevage intensif, ainsi que privilégier les exploitations agricoles respectant l'écosystème naturel, la protection des espèces et la régénération des sols.

Si l'action des grands groupes du luxe est désormais bien identifiée, les intervenants du *Sustainable Leather Forum* ont largement démontré que les PME de la filière cuir sont également très impliquées dans la recherche d'une économie durable. Il n'est pas inutile de rappeler que le but de la RSE est d'aller au-delà de ce que la loi et la réglementation exigent avec pour priorités : diminuer voire supprimer les impacts environnementaux, sécuriser le consommateur, consolider l'économie circulaire et locale, partager les engagements de principe avec les parties prenantes à travers la supply chain, assurer la bientraitance animale.

L'Europe moteur de la RSE

L'Europe a joué un rôle moteur dans la définition d'un cadre théorique de la RSE, comme l'a souligné Anna Athanasopoulou, Directrice des industries émergentes et créatives à la Direction Générale Marché intérieur, entrepreneur et PME. Bruxelles a avancé, dès 2001, une définition de la RSE autour de plusieurs éléments : la prise en compte de l'environnement, le développement durable, les dimensions sociétales, l'innovation et la compétitivité. L'approche de l'Union Européenne, rappelle Anna Athanasopoulou, vise d'abord à mobiliser les entreprises en leur proposant un cadre cohérent qui s'appuie sur trois fondamentaux : le benchmark sectoriel, la formation et la sensibilisation des acteurs.

Aujourd'hui, dans le secteur de la mode, l'Europe met en avant trois enjeux décisifs : la traçabilité de la chaîne de valeur, la transition vers une activité durable face aux enjeux environnementaux et l'aide aux PME dans la mise en œuvre de la RSE.

LA RSE, UNE RÉALITÉ DYNAMIQUE AU SEIN DE LA FILIÈRE FRANÇAISE DU CUIR

Chapitre 1 :
La normalisation des actions RSE dans la filière cuir, la norme ISO 26000 et autres certifications

Chapitre 2 :
L'industrie du cuir s'engage en faveur d'un environnement protégé : épuration de l'eau, protection de l'air, réduction et valorisation des déchets

Chapitre 3 :
Informer et assurer la sécurité du consommateur

Chapitre 4 :
L'enjeu de la bientraitance animale : la responsabilité éthique de la filière

Chapitre 5 :
Maintenir l'homme au cœur des métiers du cuir

CHAPITRE

1

LA NORMALISATION DES ACTIONS RSE DANS LA FILIÈRE CUIR, LA NORME ISO 26000 ET AUTRES CERTIFICATIONS

Publiée en 2010 par l'Organisation Internationale de Normalisation, ISO 26000 donne des lignes directrices aux entreprises de la filière cuir pour opérer de manière socialement responsable : agir de manière éthique et transparente de façon à contribuer à la bonne santé et au bien-être de la société.

Les entreprises amorcent une réflexion sur un axe composé de 7 questions centrales : la gouvernance de la structure, les conditions et relations de travail, la responsabilité environnementale, la loyauté des pratiques, les droits de l'homme, les questions relatives au consommateur et à sa protection, les communautés et le développement local. ISO 26000 2010 contient des lignes directrices et non des exigences. Elle ne se prête donc pas à la certification, contrairement à d'autres normes très connues de l'ISO.

Une initiative de l'ONU pour des entreprises responsables dans le monde : le Global Compact des Nations Unies

Outre la norme ISO 26000, il existe un mouvement d'entreprises engagées en faveur du développement durable sous l'égide de l'ONU, le Global Compact qui se décline par pays. Le Global Compact propose un cadre d'engagement simple, universel et volontaire qui s'articule autour de 10 principes relatifs au respect des Droits Humains, aux normes internationales du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption. Le Global Compact France regroupe aujourd'hui plus d'un millier d'entreprises déterminées à faire évoluer leur démarche RSE. Les entreprises de la filière cuir membres de ce mouvement peuvent échanger leurs expériences et leurs bonnes pratiques, dialoguer avec leurs parties prenantes et valoriser leurs actions RSE.

« Contribuer aux objectifs de développement durable n'est pas seulement nécessaire pour la planète et l'être humain, c'est aussi une source de performance pour les entreprises. »

Fella Imalhayenne, Déléguée Générale du Global Compact France

Le Label Lucie 26000, une initiative privée, incite et forme les entreprises à une démarche RSE dans l'objectif de suivre la norme ISO 26000. L'entreprise est soutenue dans sa stratégie RSE qui est évaluée à partir d'un référentiel qui s'aligne sur les 7 thématiques de l'ISO 26000.

« Avec la démarche Lucie, on va démontrer à l'entreprise que cette approche est rentable. Combien ça coûte et combien ça rapporte ! Selon une étude de France Stratégie, les entreprises responsables sont 13% plus rentables que les autres. »

Alan Fustec, Directeur Général Goodwill-management

CHAPITRE 2

L'INDUSTRIE DU CUIR S'ENGAGE EN FAVEUR D'UN ENVIRONNEMENT PROTÉGÉ : ÉPURATION DE L'EAU, PROTECTION DE L'AIR, RÉDUCTION ET REVALORISATION DES DÉCHETS

La loi du 19 juillet 1976 sur les Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (ICPE) constitue la base juridique de l'environnement industriel en France. Ce texte est fondé sur ce que l'on appelle l'approche intégrée, c'est-à-dire qu'une seule autorisation est délivrée et réglemente l'ensemble des aspects concernés : risque accidentel, déchets, rejets dans l'eau, l'air, les sols. Depuis, les réglementations européennes et françaises concernant la protection de l'environnement sont devenues de plus en plus exigeantes.

L'industrie française du cuir n'a cessé d'améliorer ses procédés et d'innover pour être de plus en plus durable et responsable : épuration et réduction de la consommation d'eau, filtration des émissions et protection de l'air et réduction et revalorisation des déchets.

« Nous croyons à la RSE et nous faisons de la RSE au maximum ! L'épuration de l'eau, problème n°1 de la tannerie mégisserie, est optimale chez Raynaud Jeune, grâce à une nouvelle station d'épuration mise en circulation il y a 5 ans, amenant à des rendements jusqu'à 97%. Nous recyclons 95% de nos déchets. En raison de l'absence de chrome dans notre tannage, nous les transformons en engrais, en compost et en cuir recyclé. Les émissions que nous rejetons dans l'air sont aussi très largement réduites. Nous avons supprimé le fuel lourd que nous avons remplacé par des distillats d'essence de pins, matériau naturel que nous sourçons auprès d'entreprises locales, exemple d'action d'économie circulaire. Grâce à la RSE, nous fidélisons beaucoup de clients. »

Olivier Raynaud, Entreprise Raynaud Jeune, tannage végétal de peaux d'agneaux

Au cœur de la RSE de la filière cuir, l'expertise du CTC

La Filière Française du Cuir est soutenue dans sa démarche RSE par CTC Comité Professionnel de Développement Cuir Chaussure Maroquinerie Ganterie. Issu de la fusion entre un Comité Professionnel de Développement Economique (CPDE) et un Centre Technique Industriel (CTI), CTC est le leader international en contrôle qualité et développement durable pour le cuir, la chaussure, la maroquinerie et l'habillement. Grâce à son réseau d'implantations internationales, de laboratoires accrédités, de bureaux d'inspections et des plates-formes de R&D, CTC propose des services d'essais, d'inspection et d'audits en conformité avec les normes et les référentiels internationaux. Il procède à des analyses chimiques des matières premières et des produits finis et à des études environnementales (eau, air, sol).

La démarche proactive de CTC en matière de recherche et d'innovation permet aux entreprises de la filière de bénéficier de procédés RSE qui vont bien au-delà des exigences de la réglementation.

Protection et épuration de l'eau : un objectif maîtrisé

La réglementation européenne et nationale est très stricte sur l'enjeu de la protection et de l'épuration de l'eau.

Une action nationale de Recherche des Rejets de Substances Dangereuses dans l'Eau (RSDE) a été mise en place en réponse à la directive cadre sur l'eau (DIR 2000/60/CE). Cette dernière fixait comme objectif l'atteinte du bon état chimique et écologique des milieux aquatiques à l'échéance 2015.

La première phase de cette campagne, débutée en 2002, concernait 106 substances et visait, sur une durée de 5 ans, à rechercher les rejets de substances dangereuses pour environ 5 000 établissements industriels, et de faire prendre les mesures nécessaires lorsqu'un rejet présentant un risque pour l'environnement aquatique aurait été identifié.

Le secteur de la tannerie mégisserie a été concerné par cette campagne, et a d'ailleurs été accompagné financièrement par la Fédération de la Tannerie Mégisserie (FFTM).

Suite au bilan de cette première phase, les autorités ont engagé la deuxième phase de la RSDE depuis 2009.

Cette action de recherche de substances dangereuses a conduit à une modification de l'arrêté du 2 février 1998 et d'autres arrêtés ministériels sectoriels, lors de la publication de l'arrêté du 24 août 2017.

Désormais, les ICPE soumises à autorisation doivent intégrer dans leur programme d'autosurveillance de nouvelles substances issues de cette action, mais également respecter de nouvelles valeurs limites d'émission.

Les entreprises de la tannerie mégisserie sont donc soumises à la législation française et européenne sur les Installations Classées pour la Protection de l'Environnement (ICPE). Les standards appliqués font partie des plus élevés au monde. Les sociétés sont contrôlées de façon régulière par les DREAL (Directions Régionales de l'Environnement, de l'Aménagement et du Logement) sur le respect des normes en vigueur. Il existe aussi un contrôle systématique de toutes les entreprises classées. En fonction des résultats, les services de l'Etat mettent en place des surveillances temporaires ou pérennes.

Protection de l'air : des solutions pour réduire les émissions

Au niveau international, des plafonds d'émissions pour certains polluants sont fixés dans le cadre du protocole de Göteborg (LRTAP) et de la convention de Genève. Le protocole a été révisé en 2012 et fixe des objectifs de réduction des émissions de certains polluants à horizon 2020, par rapport aux émissions de 2005.

Au niveau européen, c'est la directive (EU) 2016/2284 du 16 décembre 2016 qui fixe des objectifs de réduction des émissions de polluants, en intégrant les objectifs du protocole de Göteborg.

De nombreuses directives et règlements concernent notamment la réduction des émissions de polluants issus :

- des activités industrielles (directive IED, BREF, installations de combustions...),
- de l'utilisation de certains produits (directive sur l'utilisation des solvants pour réduire les émissions de Composés Organiques Volatiles (COV)).

En France, réduction des polluants de l'air

En France, c'est encore une fois le cadre réglementaire stricte des ICPE, qui impose aux industriels de respecter des valeurs limites d'émissions de polluants dans l'atmosphère.

Depuis le début des années 2000, le secteur de la tannerie mégisserie a notamment concentré ses efforts sur la réduction des émissions de COV, avec le développement des formules aqueuses pour les process de finissage des cuirs notamment. La science a permis à l'industrie du cuir de réduire les émissions de solvants organiques dans l'air de 90% pour la plupart des types de cuir. Cette réduction est due à l'introduction de meilleurs systèmes combinés à de nouvelles finitions plus respectueuses de l'environnement.

Des rejets dans l'air, porteurs de diverses substances et particules, peuvent être engendrés à divers stades du processus de fabrication. La filière met en oeuvre des mesures préventives ainsi que des techniques de traitement des émissions, qui permettent de prévenir ou de réduire les émissions de solvants organiques, d'ammoniac, de sulfure d'hydrogène, de dioxyde de soufre, de particules, ainsi que les odeurs éventuelles émanant de ces substances.

Recyclage et économie circulaire : mise en place des systèmes de tri, d'élimination et de valorisation des déchets, éco-conception

L'industrie de la tannerie mégisserie est une activité de recyclage et de valorisation de milliers de tonnes de peaux, générées chaque jour par l'abattage des animaux destinés à la consommation de viande. Elle s'inscrit naturellement dans le cycle d'une économie circulaire. « Personne, dans le monde, n'a jamais élevé un bovin pour sa peau » souligne Frank Boehly, Président du CNC.

Pour le traitement des déchets, la filière recommande la prévention, avec la séparation des déchets qui permettra d'exploiter au mieux le potentiel de recyclage, mais aussi la réutilisation, le recyclage et/ou la valorisation de ceux-ci (principe de l'upcycling).

« Si le cuir n'existait pas, les déchets traités par la filière représenteraient chaque année l'équivalent de 12 à 14 pyramides de Khéops. »

Egbert Dikkers,
Président de Leather Naturally

Quelques exemples de valorisation des déchets du cuir

Fabrication de gélatine et de colles à partir des déchets non tannés (dans certains états membres de l'Union Européenne, les déchets non tannés sont traités pour fabriquer des boyaux à saucissons), la récupération du suif à partir des chutes d'échantillonnage des peaux brutes. Le collagène trouve diverses applications comme additif pour les produits à base de viande et produits de boulangerie, dans l'industrie pharmaceutique et les cosmétiques, et comme additif pour les produits en caoutchouc...

Thierry Poncet, Responsable des départements Cuir et Développement Durable du CTC cite l'étude THERMICUIR sur la valorisation thermique des déchets tannés. Cette étude montre que le cuir est un bon combustible solide de récupération, permettant de générer un gaz de synthèse à haut pouvoir énergétique, via un procédé de pyrogazéification. Une perspective du projet serait de pouvoir récupérer ce gaz pour être utilisé par les tanneries mégisseries.

Le Comité Stratégique de la Filière Mode & Luxe a défini dans le contrat de stratégie filière un volet éthique et développement durable autour des axes suivants :

- Soutien aux démonstrateurs de recyclage textile ou cuir ou mixte.
- Organisation des filières de collecte, de tri, de caractérisation et de conditionnement des déchets en vue d'un recyclage (cuir et textile).
- Action en aval sur les metteurs en marché fortement consommateurs de matières recyclées (aéronautique, automobile, BTP,...).
- Elaboration d'un cahier des charges pour la création d'outils de traçabilité et de performance environnementale.
- Elaboration de critères simples partagés permettant de qualifier la durabilité des produits.

La plupart de ces travaux sont menés par des groupes comprenant ou pilotés par le CTC, par ailleurs partie prenante au bureau du CSF.

L'économie de la fonctionnalité, une seconde vie pour les chaussures : « Une nouvelle paire de chaussures tous les 2 mois » de L'Atelier Bocage

« Le changement des modes de consommation nous a conduits à mener un test en vendant l'usage d'une paire de chaussures et non la chaussure en premier ! Nous sommes dans l'économie de la fonctionnalité qui consiste à remplacer la notion de vente du bien par celle de la vente de l'usage du bien. Une approche qui tend à dissocier la valeur ajoutée d'un produit de la consommation d'énergie et de matières premières que sa production engendre. »

Gauthier Bedek, Responsable R&D du Groupe ERAM

Dans le cadre du programme « Change for good » du groupe ERAM, sa marque Bocage a mis en place un nouveau service de location de chaussures *L'Atelier Bocage* : le client souscrit un abonnement pour utiliser une paire de chaussures pendant 2 mois minimum et en reprend ensuite une autre et ainsi de suite. Toutes les paires rapportées en boutique sont reconditionnées dans l'usine de Montjean-sur-Loire. Atelier Bocage garantit un traitement 100% antibactérien et une remise en forme irréprochable. L'intérêt de la démarche réside dans le fait d'allonger la durée de vie des articles, et de réduire par conséquent leur empreinte environnementale.

Au-delà de la filière cuir, **Stéphanie Kerbarh, Députée, Présidente du groupe d'étude sur la RSE à l'Assemblée Nationale**, a rappelé que la France prévoyait une interdiction de détruire les invendus non alimentaires (art.5) dans le cadre du projet de loi sur l'économie circulaire, une mesure importante pour les métiers de la mode et du cuir.

Toutefois, les marques font déjà preuve de leur capacité à intégrer les logiques de l'économie circulaire.

L'éco-conception, une étape clé de l'économie circulaire

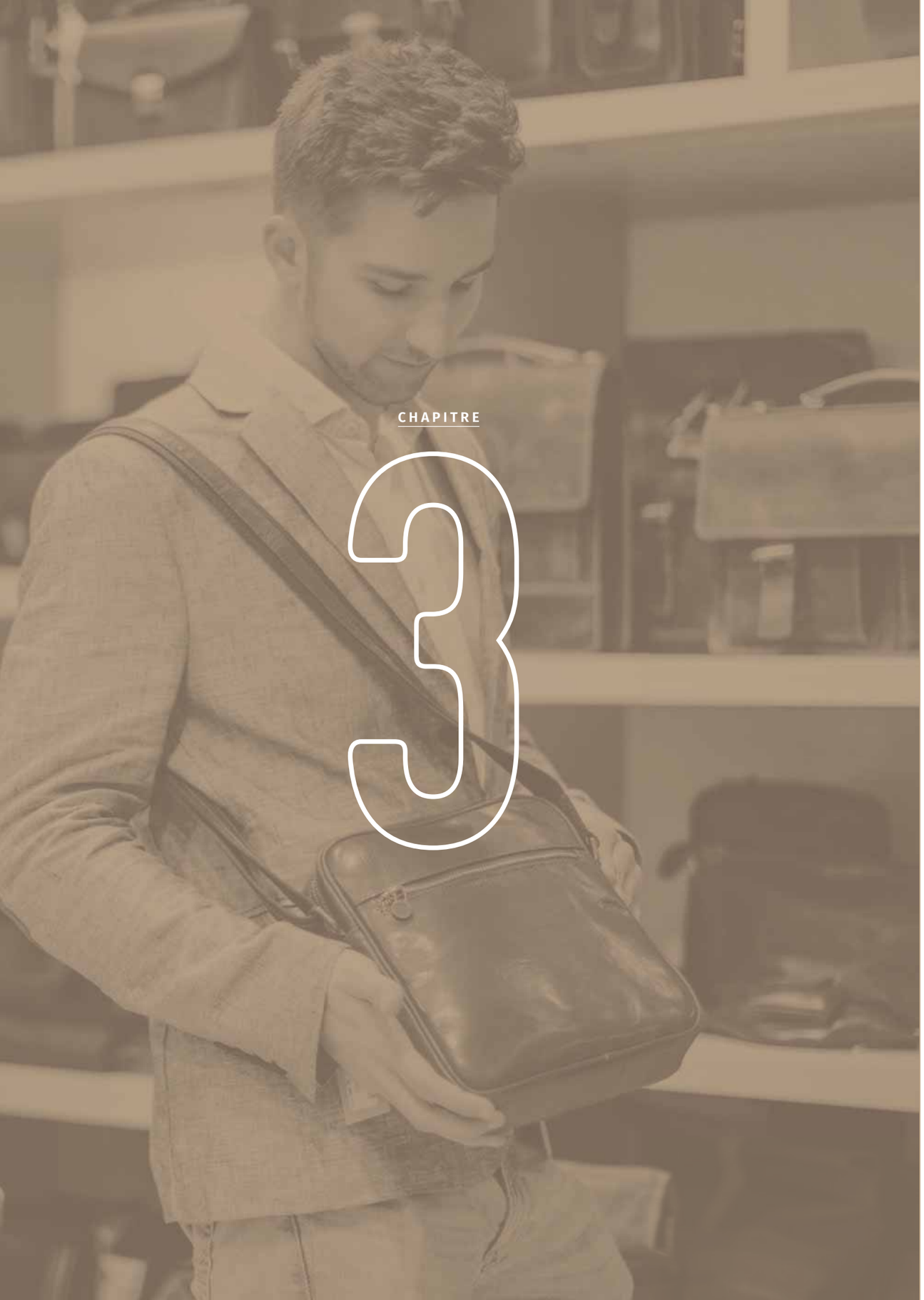
Cette logique de création responsable, qui caractérise l'économie circulaire, s'applique avant tout dès la phase dite de création car 80% de l'impact environnemental d'un produit se joue dès sa conception, a ainsi expliqué, **Chantal Malingrey, Directrice Marketing et Développement de Première Vision Group**. Il est donc essentiel, poursuit-elle, que, dès le stade initial, les marques intègrent les trois éléments de base qui caractérisent l'éco-conception : un engagement clair de l'entreprise en faveur de cette approche, la mise en place de process de transformation responsables et l'utilisation de matières premières aux caractéristiques durables (recyclées, régénérées, matières premières bio, matières alternatives etc..).

Pour preuve de cet engagement en faveur d'un environnement préservé, Chantal Malingrey a mis en avant le fait que la dernière édition du salon Première Vision, en septembre 2019, avait conçu un espace *Smart Creation* qui vise à encourager l'ensemble de l'industrie à concevoir et produire des collections qui intègrent les valeurs contemporaines d'une mode d'aujourd'hui c'est-à-dire une mode créative toujours plus innovante et responsable. Un concept original qui repose sur une démarche globale autour de 3 axes : l'entreprise, son process industriel et son sourcing matière. L'ensemble de l'offre proposée et valorisée au sein de cet espace *Smart Creation* fait l'objet d'une identification, d'une selection exigeante et vérifiée sur la base d'un choix de certifications. A titre d'exemple, note Chantal Malingrey, la mode utilise de plus en plus des matières premières issues de résidus de l'industrie agro-alimentaire. Un processus de certification se met également en place sur la base des valeurs promues par *Smart Creation*.

Emmanuel Pommier, Directeur Général du Pôle Artisanal Hermès Maroquinerie Sellerie, a pour sa part, tenu à rappeler que l'industrie du luxe a, par nature, vocation à créer des objets qui durent. A ce titre, il déclare que l'activité réparation d'Hermès est actuellement une de celle qui croît le plus rapidement et régulièrement au sein de la marque.

« Un produit qui dure est bien à l'opposé de l'obsolescence programmée qui, trop souvent, a caractérisé la production industrielle des dernières décennies. »

Emmanuel Pommier, Directeur Général du Pôle Artisanal Hermès Maroquinerie Sellerie



CHAPITRE 3

INFORMER ET ASSURER LA SÉCURITÉ DU CONSOMMATEUR

La traçabilité du cuir, une question centrale pour la filière cuir en voie d'être résolue grâce à un système global de traçabilité des cuirs conçu par CTC

L'éthique, avec notamment la bientraitance animale et le respect de l'environnement, sont devenus des critères essentiels pour les consommateurs, et encore d'avantage quand il s'agit d'articles de luxe. Les acheteurs ont une exigence de plus en plus affirmée pour connaître l'origine de la matière et celle de la fabrication du sac ou de la paire de chaussures qu'ils acquièrent. Ils réclament une totale transparence : D'où provient le cuir ? Où et comment mon sac a-t-il été fabriqué ?

Quant aux professionnels de la filière, les tanneurs et les grandes maisons de luxe sont à la recherche de cuir de grande qualité. S'il n'y existe pas d'études formelles sur le rapport entre bientraitance et qualité de la peau, il n'en demeure pas moins que la peau d'un animal bien traité et bien soigné a toutes les chances d'être de meilleure qualité que si sa santé et son environnement immédiat ont été négligés.

Or en 2018, 43 millions d'euros de peaux et cuirs bruts de bovins, veaux et ovins ont été importés en France. Dans ce contexte, il est de plus en plus nécessaire d'assurer la traçabilité à l'échelle mondiale des peaux.

Comme l'indique Jean-Christophe Muller, Directeur Général des Tanneries Haas : « La traçabilité recouvre deux enjeux : celui du consommateur qui souhaite avoir des informations sur la bientraitance animale en s'assurant que l'élevage et l'abattage ont été faits dans de bonnes conditions et celui des professionnels qui, en plus de ces informations, souhaitent l'amélioration de la qualité des peaux. »

« La traçabilité permet de mener des actions correctives bénéfiques tant sous l'angle écologique que qualitatif. »

Cédric Vigier, en charge du projet Traçabilité au sein du département Innovation de CTC

Comment tracer l'origine du cuir, son traitement mais aussi la fabrication du produit ?

Les peaux proviennent du monde entier et la prise en compte des normes RSE est bien différente selon les pays. Ainsi, les peaux de chèvres les plus appréciées proviennent d'Inde, du Pakistan ou du Nigeria alors que l'Espagne est la référence pour les ovins, la France et les Pays-Bas pour la peau de veau.

Les circuits sont également complexes. Un cuir brut, venu de Hollande ou d'Espagne peut être exporté vers l'Italie, faire l'objet d'une opération de tannage, puis revenir pour une finition spécifique en France.

L'attente est donc forte pour connaître l'origine des peaux, en particulier dans le domaine du luxe. CTC, le Centre Technique du Cuir, a mis au point une nouvelle technique de marquage des cuirs par laser. Chaque peau des animaux abattus est identifiée avec un code, ce qui permet de la suivre à toutes les étapes de son traitement. De l'abattoir jusqu'à l'atelier de fabrication des produits finis (chaussure, articles de maroquinerie...), en passant par le tanneur, qui sera lui-même équipé d'un système de lecture permettant d'identifier le marquage d'origine. A terme, le consommateur pourra connaître tout le cycle de production.

Comment s'organise cette nouvelle traçabilité des cuirs ?

Obligatoire en Europe, la traçabilité de la viande est un bon point de départ pour la traçabilité de la peau. Chaque animal élevé est doté, par les services vétérinaires, d'un numéro unique précédé du code de l'éleveur et des deux chiffres de son département de naissance, inscrit sur une bague accrochée à l'oreille de la bête. Une fois la peau séparée du corps de l'animal, ce numéro sera gravé au moyen d'une machine laser par ablation thermique.

En tannerie, dès l'étape du *wet blue* (le tannage au chrome donne une couleur gris-bleuté au cuir maintenu humide, d'où son nom à ce stade : bleu humide) où apparaissent les premiers défauts, un système de lecture automatique enregistre les numéros dans une base de données. Aux différentes étapes du process, les opérateurs successifs peuvent donc mettre le numéro en correspondance avec les défauts au fur et à mesure de leur apparition. Et ces informations peuvent être remontées jusqu'à l'éleveur, par les intégrateurs, abatteurs et collecteurs, afin que tous agissent contre les causes de détérioration (teigne, veines, clôtures, litière, transport, dépouille etc..) par des actions correctives. Le tanneur pourra mettre sur le marché des peaux avec ce numéro d'identification.

Chez le transformateur, un système est actuellement en développement pour lui permettre de reporter ce numéro au dos de chaque pièce découpée sous la forme d'un code data matrix gravé au laser ou imprimé. Avec ce code présent sur le produit fini, le maroquinier, chausseur ou confectionneur est à même de connaître tout l'itinéraire du cuir ayant servi à fabriquer son produit. Il pourra donc indiquer au

consommateur la provenance du cuir tout en l'assurant de son respect de l'environnement et de l'animal.

La France est donc aujourd'hui, le seul pays à proposer cette innovation du marquage au laser. Elle permettra à terme d'informer tous les intervenants de l'amont et de l'aval de la filière jusqu'au consommateur.

« Cette traçabilité permet de mieux sécuriser la supply chain en identifiant, en cas de dégradation de la peau, à quel stade celle-ci fut abimée à partir de l'élevage, de l'abattage jusqu'à la tannerie. »

Nicholas Butler, Directeur Secteur International chez COVICO

Cependant, si cette innovation est au point, il faut aller plus loin : l'étendre à toutes les peaux outre les peaux de veaux. Il faut pouvoir la généraliser aux jeunes bovins, aux gros bovins et même aux ovins. Pour atteindre cet objectif, il faut optimiser les coûts de cet équipement, notamment pour les petits abatteurs et rendre lisible cette avancée pour le consommateur.

Le Conseil National du Cuir souhaite également que ce système s'impose en Europe et à tous les pays du cuir pour que l'ensemble de la filière cuir soit reconnu dans sa démarche RSE. CTC a déposé un brevet lui permettant d'initier la commercialisation de ce procédé hors de nos frontières.

L'innocuité du cuir, un enjeu majeur pour la filière de mieux en mieux appréhendé

« Avec la mise en place de la RSE dans notre tannerie, les clients attendent une garantie totale sur l'innocuité de nos produits, un parfait contrôle de nos fournisseurs et de la matière utilisée. »

Jean-Christophe Muller, Directeur Général des Tanneries Haas

Le tannage du cuir au chrome a mauvaise réputation. Outre le fait que le chrome fait partie des métaux lourds, on reproche à cette méthode d'être à l'origine d'allergies provoquées par le cuir des chaussures en contact avec la peau. Ces informations, abondamment relayées par les médias laissent trop souvent le consommateur mal informé, voire désinformé.

L'innocuité du cuir (caractère de ce qui n'est pas toxique) est-elle dépendante des techniques de tannage utilisées ? En théorie, on pourra dire que non, mais de manière pragmatique le tannage à base de chrome est celui qui suscite le plus d'attention de la part des donneurs d'ordre. En effet, le risque de transformation du chrome 3 sous forme de chrome 6, allergène par voie cutanée, est grandement lié à la maîtrise des bonnes pratiques de production. Par ailleurs, beaucoup de confusions entourent certains discours concernant le tannage au chrome, son impact environnemental et son innocuité au regard des autres formes de tannage, qui ne sont pas non plus sans inconvénient.

Pour prendre cette question à bras le corps, le Conseil National du Cuir a voulu lors du 1er *Sustainable Leather Forum* faire un état des lieux, objectif et précis, sur les différentes façons de tanner le cuir et de son innocuité.

Une législation européenne et française les plus protectrices du monde

Les entreprises de la tannerie mégisserie doivent produire le cuir dans le respect de nombreux règlements européens, dont les objectifs sont à la fois de protéger l'environnement et le consommateur.

Le plus utilisé : le tannage au chrome ou tannage minéral

Au niveau mondial, 80 à 85% de l'ensemble des cuirs sont tannés par cette méthode. L'intérêt du procédé est multiple : outre sa rapidité (24 heures maximum), sa simplicité, sa polyvalence et son coût moindre (comparé par exemple au tannage végétal), ce type de tannage permet d'obtenir des cuirs très résistants mécaniquement, thermiquement, permettant de multiples usages. Il permet notamment de fabriquer des produits très résistants avec des cuirs très fins ou d'utiliser une très large gamme de couleurs.

La formule du chrome 3 utilisé dans la fabrication du cuir et des articles en cuir ne présente pas de caractéristiques sensibles de toxicité, d'après le système de classification européen. Il ne doit pas être confondu avec le chrome 6 qui peut apparaitre dans certains produits finis lorsque le processus de tannage a été mal maîtrisé. Dans de très rares cas, le chrome 6 peut se former dans le cuir par oxydation du chrome 3 - un peu comme du fer peut rouiller - et peut alors provoquer des allergies cutanées. Le chrome 6 étant reconnu comme allergène pour certaines personnes (environ 4/100.000), l'Europe a intégré en 2015 dans le Règlement REACH des limites de teneur très basses (3mg/kg). L'Union Européenne, par le biais du « Risk Assessment Committee », considère que le risque environnemental lié à la présence de chrome 6 dans les cuirs est très faible.

Le plus ancien : le tannage végétal

Longtemps détrôné par les qualités du tannage au chrome qui lui confèrent une souplesse inégalée, le cuir à tannage végétal gagne les faveurs des consommateurs et des créateurs de plus en plus sensibilisés aux problèmes environnementaux.

Depuis l'antiquité, les artisans immergeaient les peaux dans des bains saturés en substances végétales pour les rendre imputrescibles.

Plus rigide, plus ferme et très résistant, le cuir à tannage végétal présente une bonne tenue et une meilleure absorption de l'humidité. Ce qui en fait également une matière idéale pour les vêtements de protection, les objets moulés, les accessoires de sellerie, de chasse et d'équitation, les semelles extérieures et intérieures de chaussures, les ceintures et la bagagerie.

S'il fallait autrefois jusqu'à deux ans pour tanner certaines peaux, les temps de trempe se sont considérablement réduits : vingt-quatre à quarante-huit heures suffisent aujourd'hui pour obtenir un résultat similaire. L'utilisation de poudres concentrées en extraits de quebracho ou de mimosa plutôt que les traditionnelles écorces de chêne accélèrent en effet l'action du tanin. Tout comme le recours à des foulons rotatifs à la place des fosses et des cuves. Mais sa sensibilité au soleil, qui l'embellit au fur et à mesure du temps par une patine quasi vivante, limite quelque peu les possibilités de coloration du cuir à tannage végétal. Par ses caractéristiques, il ne peut pas répondre à tous les besoins de l'industrie du cuir.

« Le tannage végétal a le vent en poupe car il bénéficie de cette image eco-friendly, naturelle et sustainable, alors qu'il utilise des procédés ancestraux. Cependant, il ne peut pas convenir à toutes les utilisations. Pour nous, le plus important c'est le respect des bonnes procédures pour tanner le cuir, que ce soit du tannage végétal ou minéral chez d'autres tanneurs.»

Olivier Raynaud,
Gérant propriétaire de Raynaud jeune

Le plus récent : le tannage synthétique

Certaines marques sont aujourd'hui demandeuses d'un cuir sans chrome, éliminant tout risque – et toute polémique – pour les consommateurs. Tout comme le tannage végétal, le tannage synthétique possède l'avantage de ne pas utiliser de métaux lourds. Grâce à des polymères de synthèse dont certains sont issus de l'industrie pétrolière, il est possible d'obtenir des cuirs utilisables pour toutes les applications habituelles : maroquinerie, vêtements, chaussures – en particulier pour enfants – ameublement et même automobile. Dans toutes les finitions : lisses, velours ou nubuck. L'objectif à terme est en effet de produire des cuirs sans chrome mais, à ce jour, aucun procédé n'a encore permis de renoncer à ce type de tannage efficace, économique et sûr.

« Nous avons mis au point, en interne, différents procédés qui permettent de tanner le cuir sans métaux lourds. En continuant de travailler étroitement avec des tanneries, nous avons pour ambition d'intégrer près d'un tiers de cuir sans métaux lourds dans les collections de nos marques à fin 2019, puis 100% en 2025. »

Marie-Claire Daveu, Directrice du développement durable
et des affaires institutionnelles internationales chez Kering

Innocuité des cuirs des produits importés, quelle solution ?

Le cuir tanné en France et en Europe est une matière qui assure une des meilleures sécurités aux consommateurs. Mais certains produits, notamment les chaussures, sont importés d'autres continents, comment certifier leur innocuité ?

A l'image des fondateurs de la charte *INNOSHOE*, **Anne-Céline Humeau, Présidente de Humeau-Beaupréau**, explique comment, avec 9 autres entreprises, ils assurent la sécurité chimique du cuir et des chaussures importées auprès des consommateurs.

« 10 entreprises de la chaussure dans le Choletais ont signé la Charte INNOSHOE en 2013 et se sont engagées à tester et à contrôler les matières premières de leurs produits tous les 6 mois selon des règles très restrictives, notamment en matière de sécurité chimique. Nous demandons également l'engagement des fournisseurs. Cette charte garantit au consommateur l'innocuité du cuir et des produits. Sa mise en œuvre est contrôlée par une tierce partie indépendante. »

Des services de l'Etat vigilants

Les pouvoirs publics français contrôlent avec la plus grande attention les produits importés et commercialisés (Douanes et DGCCRF).

L'innocuité du cuir et des produits dépend donc d'une traçabilité qui serait mise en œuvre par tous et dans tous les pays à commencer par l'Europe. La Filière Française du Cuir œuvre pour être entendue au-delà des frontières.

La contrefaçon, un fléau à éradiquer qui met en danger non seulement le producteur, mais aussi le consommateur et son environnement

La France s'est dotée d'un cadre juridique large et contraignant en matière de lutte contre la contrefaçon. L'objectif est de protéger la propriété intellectuelle, garante de la créativité et de l'innovation des entreprises.

Cependant, en dépit de cet arsenal législatif, nous sommes aujourd'hui le 3ème pays au monde le plus touché par la contrefaçon, et la maroquinerie de luxe est l'un des secteurs les plus affectés. Ce fléau fragilise considérablement notre économie et les entreprises puisqu'il engendre une concurrence déloyale et représenterait une perte de 40 000 emplois chaque année. En outre, le trafic de produits frauduleux met en danger la santé et la sécurité des consommateurs.

La RSE pratiquée par les grandes marques a pour objectif de proposer au consommateur des produits garantis et une sécurité pour leur qualité et leur innocuité.

« Selon une étude IFOP 2018, 37% des consommateurs achètent des produits contrefaits. Ce sont près de 4 consommateurs sur 10 qui sont ainsi trompés. C'est pourquoi, nous souhaitons informer le grand public sur les méfaits de la contrefaçon et tout particulièrement les jeunes. Nous proposons que les salariés volontaires des grandes marques de luxe viennent sensibiliser les enfants dans les écoles sur le sujet de la contrefaçon. »

Delphine Sarfati-Sobreira,
Directrice Générale d'UNIFAB, Union des Fabricants

Il apparait impératif de pallier les limites de la politique publique de lutte contre la contrefaçon. Ce défi est d'autant plus urgent que la contrebande de produits contrefaits participe au financement des réseaux terroristes, comme le souligne le récent rapport de l'UNIFAB « Contrefaçon & Terrorisme ».

Ce rapport a suscité une prise de conscience des pouvoirs publics et un renforcement des sanctions à l'encontre de la contrefaçon en bande organisée. Il conviendrait de poursuivre ces efforts, notamment selon les orientations préconisées par la Cour des Comptes dans son Référé du 30 mai 2014.

La législation concernant la lutte anti-contrefaçon devrait permettre à la justice d'appliquer plus souvent et plus sévèrement les mesures existantes. La France dispose en effet des moyens légaux pour enrayer la contrefaçon mais ceux-ci ne sont pas pleinement exploités par l'autorité judiciaire. Deux raisons expliquent cet état de fait : l'insuffisante spécialisation des magistrats et l'application restrictive, face au principe du libre-échange, des droits de propriété intellectuelle.

La contrefaçon, un fléau qui n'est pas condamné à sa juste mesure

Les entreprises victimes de contrefaçon rencontrent ainsi des difficultés pour protéger leurs brevets, leurs marques et leurs créations. Dans la pratique, cela se traduit par un usage timoré des saisies de contrefaçons mais aussi par des sanctions minimales prononcées à l'encontre des contrefacteurs. Il en résulte que la vente de produits contrefaits demeure en France une source de revenus faciles et sans risque pour les trafiquants, encouragés par la demande de copies de produits de grandes marques.

La mise en œuvre de la RSE dans la filière cuir implique que les acteurs concernés, publics (services de l'état, douanes) et privés (les marques), se regroupent et puissent agir ensemble pour que la contrefaçon ne soit pas perçue comme une fatalité. L'industrie du cuir doit protéger sa production pour ne pas tromper le consommateur.

Pour en finir avec l'usurpation du mot cuir !

Le consommateur est souvent abusé car on trouve sur le marché de nombreuses matières appelées cuir mais qui ne sont pas du cuir.

La filière cuir souhaite alerter le public sur une utilisation de plus en plus dévoyée du terme « cuir » et éviter ainsi confusion et tromperie.

Le décret 2010-29 du 8 janvier 2010 portant application de l'article L.214-1 du code de la consommation à certains produits en cuir et à certains produits similaires précise bien que « l'utilisation du mot « cuir » [...] est interdite dans la désignation de toute autre matière que celle obtenue de la peau animale au moyen d'un tannage ou d'une imprégnation conservant la forme naturelle des fibres de la peau. ». Autrement dit, tout produit fabriqué à partir de fibres de fruits ou de légumes et qui ressemble au cuir ne peut être considéré ni appelé en tant que tel. Par exemple, lorsque nous lisons dans la presse « cuir d'ananas », « cuir de champignons », « cuir de raisin », « cuir végétarien », cette expression est erronée, car il ne s'agit en aucun cas de la peau d'un animal, mais d'une matière tout simplement issue d'un amalgame à base d'un fruit ou d'un légume. Sans parler des appellations « eco-leather ou cuir vegan » qui recouvrent bien souvent des produits fabriqués à partir de matières synthétiques. Ces produits, présentés comme éthiques et respectueux de l'environnement, font appel à des matériaux issus de dérivés du pétrole.

Ces abus de langage, outrent qu'ils trompent le consommateur, portent souvent préjudice à l'industrie du cuir car ils suggèrent que le cuir ne serait pas un produit écoresponsable et qu'il pourrait être autre chose que la transformation d'une peau. Ils visent à induire chez le consommateur l'idée d'une équivalence entre le cuir et un produit d'origine végétale ou synthétique.

La reconnaissance du mot cuir en Europe fait l'objet d'un travail commun de la Confédération des Associations Nationales de Tanneurs et Mégissiers de la Communauté Européenne (COTANCE), de la Fédération Française de la Tannerie Mégisserie (FFTM) et du Conseil National du Cuir (CNC).

« Les industries du cuir doivent se montrer fières et offensives pour défendre leurs produits. Les marques doivent s'adresser au consommateur pour imposer une définition claire du cuir. Le « cuir » dit artificiel ne peut pas être appelé cuir. Ce combat est une des missions de Leather Naturally afin de promouvoir l'authenticité et la qualité du matériau noble qu'est le cuir ».

Egbert Dikkers,
Président de Leather Naturally

CHAPITRE

4

L'ENJEU DE LA BIENTRAITANCE ANIMALE : LA RESPONSABILITÉ ÉTHIQUE DE LA FILIÈRE

La valorisation de l'image de la filière cuir passe par une prise en compte globale des questions sociétales auxquelles celle-ci est confrontée. Le thème de la condition animale est devenu un sujet particulièrement sensible ces dernières années avec la montée en puissance médiatique des mouvements vegans et antispecistes. Les métiers du cuir se sont trouvés en première ligne face à ces remises en question, auxquelles il est de notre devoir de répondre. Il nous faut distinguer, cependant, le légitime souci des consommateurs qui veulent connaître le contenu éthique des produits qu'ils achètent et les accusations outrancières d'activistes qui méconnaissent les réalités de nos métiers.

La question est complexe. Si les efforts constants des acteurs français et européens pour améliorer la condition animale ne peuvent être contestés et sont l'objet de nombreux contrôles, il est difficile, toutefois, d'imposer des normes de bientraitance à l'ensemble des continents : comment voir, évaluer et contrôler dans des territoires si différents et éloignés ?

Comme l'indique **Rafael Andrade, Président de Wow Creative Solutions and Strategy et porte-parole de CSCB**, organisation de promotion et normalisation du cuir brésilien, il y a plus de têtes de bovins que d'habitants au Brésil et, sur un territoire aussi vaste, il est impossible de suivre tous les élevages, dont beaucoup sont de petites entités peu visibles ! Rappelons que le Brésil est le deuxième exportateur mondial de peaux tannées.

Doit-on pour autant baisser les bras ? « Non », répond Rafael Andrade, qui affirme que les responsables brésiliens, conscients de l'enjeu économique du sujet, multiplient les mesures de certification de leurs produits et mettent en place des incitations en faveur des éleveurs pour les convaincre d'adhérer à ces critères de qualité comportementale. Celui-ci n'hésite pas à en appeler aux acteurs européens en les invitant à une grande rigueur vis-à-vis de leurs partenaires brésiliens, en exigeant la preuve de conformité aux normes de certification.

Le contrôle éthique de la chaîne de valeur devient un enjeu capital pour de nombreux acteurs français et européens. Les marques, face à la demande des consommateurs, sont en pointe dans cette démarche de qualité.

Chez **Louis Vuitton**, dès à présent, près de 70% du cuir utilisé par la marque est issu d'entreprises certifiées Leather Working Group (LWG), et son objectif est d'atteindre 100% à l'horizon 2025. De son côté, un grand distributeur comme **Decathlon**, déclare ne pas acheter de cuir en provenance des zones de déforestation et précise que 80% de son cuir provient d'Europe. La **Sté Mille**, PME très connue sous la marque Gaston Mille, revendique son engagement à fabriquer du *Made in France* sur 80% de sa gamme, et à développer des chaussures dites 'écologiques' grâce à l'utilisation de cuir tanné avec des végétaux.

La réglementation européenne a été mise en place en 2009 et se montre particulièrement stricte sur les procédures d'abattage. Elle s'appuie sur la définition que donne l'Organisation Mondiale de la Santé Animale sur la bientraitance animale, à partir de 5 droits fondamentaux : le confort physique et thermique, l'absence de faim, de soif et de malnutrition, l'absence de douleur, de lésion et de maladie, la possibilité d'exprimer des comportements normaux propres à chaque espèce et l'absence de stress.

Un cadre légal et réglementaire très strict

La France et l'Europe sont en pointe dans la mise en place d'une véritable traçabilité et de maîtrise de la bientraitance animale, rappelle ainsi avec force **David Grangeré, Directeur du Groupe Bigard**, leader français du secteur de l'abattage avec 12 000 salariés, 50 sites et un réseau de 90 000 éleveurs.

En France, poursuit David Grangeré, la profession a élaboré en 2014 un guide des bonnes pratiques de la protection animale sur son lieu d'élevage, au cours du transport et en abattoir, qui a été validé par la Direction Générale de l'Alimentation (DGAL). L'Agence nationale de sécurité sanitaire de l'alimentation, de l'environnement et du travail (ANSES) a proposé une définition du bien-être animal qui définit le socle des travaux de recherche et d'expertises sur le sujet. L'Agence propose une définition du bien-être animal prenant en compte l'évolution des connaissances scientifiques dans une approche multidisciplinaire. Le bien-être d'un animal est l'état mental et physique positif lié à la satisfaction de ses besoins physiologiques et comportementaux, ainsi que de ses attentes. Cet état varie en fonction de la perception de la situation par l'animal.

En faisant référence à « l'état mental » et aux « attentes » de l'animal, cette définition a tendance à attribuer à l'animal un comportement humain. Cette dérive anthropomorphique nuit à la pertinence de l'argumentation.

Pour Jean-Christophe Muller, Directeur Général des Tanneries Haas, il ne fait pas de doute que la profession est « à la veille de vivre une véritable révolution » autour de l'enjeu de la bientraitance animale, portée par les exigences nouvelles des consommateurs. Elle doit se construire, affirme-t-il, par une approche transversale qui mobilise toutes les parties prenantes de l'amont à l'aval, avec un dialogue suivi entre les marques et les acteurs de l'amont pour construire autour de l'enjeu de la bientraitance animale un consensus de la filière cuir.

Une recherche de consensus autour de la bientraitance animale est déjà une réalité, comme le montre l'action du Syndicat Général des Cuirs et Peaux (SCGP) qui réalise depuis 10 ans un travail de sensibilisation des éleveurs (hygiène des étables, suppression des barbelés, conditions de transport des animaux...) et aussi auprès des jeunes en formation. Ce dispositif est soutenu par l'ensemble des acteurs de la filière, notamment par la Fédération Française de la Tannerie Mégisserie.

Espèces exotiques et biodiversité : les marques en première ligne

L'industrie du cuir occupe une place singulière en matière de conservation de la biodiversité car elle peut aussi utiliser les peaux d'espèces sauvages exotiques. A ce titre, la filière est l'objet de critiques et de dénonciations récurrentes qui concernent aussi bien la surexploitation d'espèces menacées, que la maltraitance infligée aux animaux. La filière a entendu ces demandes éthiques légitimes et, si certaines marques comme Chanel, H&M ou Nike ont décidé de ne plus utiliser de peaux exotiques, d'autres se sont résolument engagées pour la mise en place d'une approche responsable de la condition animale. Il en va de l'avenir de nos métiers.

Il faut d'abord rappeler que, depuis le 1er juillet 1975, la Convention sur le commerce international des espèces de faune et flore sauvages menacées d'extinction, dite Convention de Washington et connue sous son acronyme anglais CITES, réglemente la commercialisation de quelque 35 000 espèces animales et végétales ainsi que leur traçabilité depuis leur lieu de production et le passage en frontières. Notre secteur s'inscrit résolument dans ce cadre normatif et multiplie les initiatives qui confortent cette démarche. Ainsi, la Fondation d'entreprise Hermès soutient la plateforme en ligne Africa-TWIX, développée depuis 2016 par le WWF (World Wide Fund for Nature), qui lutte contre le commerce illégal de la faune et la flore sauvages à travers la mise en place de pratiques qui participent à la préservation de la biodiversité.

En ce qui concerne l'usage des peaux dans la maroquinerie, deux espèces sauvages ont été particulièrement concernées par les risques de surexploitation, les crocodiles et les serpents pythons. L'action des marques a été vigoureuse sur ces deux enjeux qui ont fait l'objet de campagnes internationales qui ont sensibilisé, à juste titre, les opinions publiques. Les initiatives en faveur de la bientraitance animale se sont multipliées parmi les grands acteurs de la mode.

LVMH, le numéro un mondial du secteur, a récemment annoncé la création du « tout premier standard

d'approvisionnement responsable des cuirs de crocodiliens ». Un encadrement qui reposera sur quatre grands piliers : la préservation de l'espèce et le respect des communautés locales, le bien-être animal tout au long des étapes de vie des animaux, les conditions de travail des hommes et femmes au sein des fermes et la protection de l'environnement. Par ailleurs, la chaîne d'approvisionnement des cuirs de crocodiles devra répondre à de nouveaux critères, définis par un « comité d'experts techniques », parmi lesquels l'organisme indépendant NSF International. Ce nouveau standard éthique, précise LVMH, se traduira par l'attribution d'une certification, déjà allouée à trois fermes fournissant la tannerie asiatique Heng Long, contrôlée par le groupe français depuis 2011, qui s'impose comme la première et unique tannerie de cuirs exotiques certifiée Leather Working Group (LWG) au monde. Le LWG est une association internationale qui réunit des acteurs de toute la filière cuir, dont des industriels de la chimie, pour promouvoir une pratique durable des métiers du cuir.

Les éleveurs de crocodiles représentés par l'ICFA (International Crocodilian Farmers association), association créée en 2016, a formalisé des standards d'élevage et les a récemment rendus publics. Appuyés sur leur expérience de terrain et fondés sur des bases scientifiques, ces standards ont été développés avec le soutien de l'Université de Pretoria et à partir des textes des organisations internationales de référence comme le CSG (Crocodile Specialist Group de l'IUCN, Union Internationale pour la Conservation de la Nature) et l'OIE (Organisation Mondiale de la santé animale). Validés par un panel d'experts de la conservation des espèces et du bien-être animal, ces standards recensent les meilleures pratiques recommandées, de l'éclosion à l'abattage des animaux. Ils permettent aux éleveurs de garantir le respect des principes d'élevage durable : veiller au bien-être animal, assurer les meilleures conditions de travail, le respect des communautés locales et la protection de l'environnement.

Les standards ICFA ont été élaborés selon les procédures et recommandations ISO/IEC1, ISEAL2 et WTO3. Les audits visant à la certification de la conformité des pratiques des fermes membres de l'ICFA aux standards sont en cours de réalisation par la société BSI.

Soutenue par des tanneries, des industriels et des acteurs du secteur du Luxe dont Hermès et Kering, l'ICFA rassemble des fermes qui, déployant les meilleures pratiques d'élevage, souhaitent apporter la garantie que les produits en peaux précieuses qui en sont issus respectent les standards de développement durable les plus élevés.

Se voulant les références du secteur, ces standards doivent permettre à l'ensemble de la profession de progresser en adoptant des pratiques plus durables et plus responsables.

L'ICFA s'engage également à soutenir la recherche et à travailler étroitement avec les vétérinaires experts pour faire encore évoluer ses standards et prendre en compte les nouvelles connaissances scientifiques.

Des réponses innovantes

La demande pour les peaux de python a également explosé depuis plus d'une décennie, et cette espèce doit maintenant faire l'objet d'un suivi et d'une gestion attentifs. Un travail peu aisé à mener, car les serpents sont une espèce difficile à contrôler dans leur milieu naturel. Toutefois, en dépit des obstacles, les marques ne sont pas restées sans réponse. Pour exemple, en 2013, Kering et Gucci se sont associés au Groupe d'experts Boas et Pythons de l'UICN (Union internationale pour la conservation de la nature) et au Centre du Commerce International (CCI) pour créer le Partenariat pour la Préservation des Pythons (PPP). Celui-ci mène des recherches sur la durabilité, la transparence, la bientraitance animale et les moyens de subsistance locaux afin d'améliorer les conditions du commerce des pythons et initier un changement au sein du secteur. Le PPP mène également des expériences prometteuses pour adapter le python aux conditions de vie de l'élevage ; une production déjà opérationnelle dans plusieurs pays d'Asie du sud-est.

Il est important de noter également que l'industrie du cuir, en dépit des attaques dont elle fait l'objet, peut aussi être une solution à la préservation d'espèces menacées, les crocodiles notamment. Dans les décennies d'après-guerre, ces animaux ont été impitoyablement chassés, alors que la demande de cuir explosait, entraînant une diminution drastique de ses populations. En 1971, face à la menace d'extinction des 23 espèces de crocodiles, l'UICN a constitué un « Groupe d'experts Crocodiles » qui a mené des actions décisives pour sauver ces reptiles.

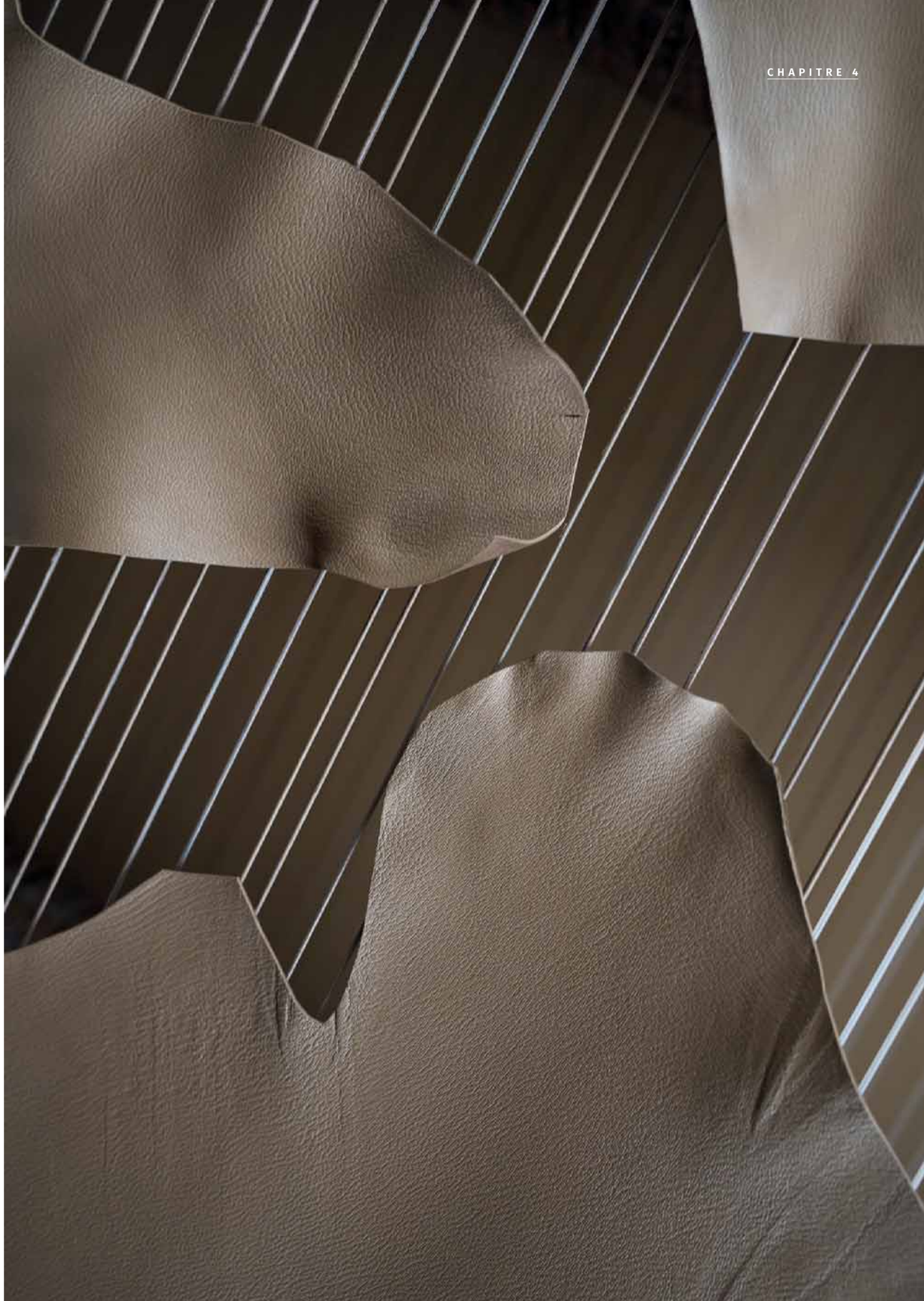
Parmi les mesures qui ont montré leur efficacité figure le ranching – la collecte d'œufs de crocodiles dans la nature et leur élevage dans les fermes. Les œufs deviennent alors une source de revenu pour les populations locales, et les encourage à protéger l'habitat des animaux. L'exemple australien, présenté par **Grahame Webb, membre du Crocodile Specialist Group**, lors du *Sustainable Leather Forum*, est à cet égard très parlant : l'élevage a sauvé l'espèce australienne et a permis de reconstituer une population équivalente à celle qui existait au début du 20ème siècle.

Cette approche a également bénéficié aux populations aborigènes, propriétaires des territoires concernés, en leur apportant une activité rémunératrice, favorisant leur ancrage local, le maintien de leur culture et la protection de leur environnement.

« L'industrie du cuir a sauvé l'existence des crocodiles en Australie du nord. Quasiment disparue au début des années 70, l'espèce compte aujourd'hui quelque 300 000 spécimens, grâce à la revalorisation de la filière crocodile au début des années 80. »

Grahame Webb, membre du Crocodile Specialist Group

En dépit de tous ces efforts, la profession est bien consciente qu'il reste encore beaucoup à faire en faveur de la bientraitance animale et la préservation des espèces. Même si elle ne représente en volume qu'une part infime des peaux collectées, la demande de peaux exotiques est en continuelle augmentation, avec l'entrée en force sur le marché mondial de nouveaux acteurs comme la Chine. La vision de la perception de la bientraitance animale varie suivant les cultures, et l'action dans ce sens est une œuvre de longue haleine. Les organisations de défense des animaux dénoncent régulièrement des maltraitances caractérisées dans des élevages de crocodiles, de lézards ou d'autruches, dont la peau sert à la fabrication de sacs et d'accessoires; maltraitance dans les conditions de vie ou d'abattage. Quelles que soient leurs volontés, les marques ne peuvent pas tout changer, rapidement et partout dans le monde, mais elles ont résolument engagé leurs capacités d'action liées à leur visibilité mondialisée, au service d'une véritable prise en compte de la bientraitance animale et de la défense de la biodiversité.



CHAPITRE

5

CHAPITRE 5

MAINTENIR L'HOMME AU CŒUR DES MÉTIERS DU CUIR

La force de l'ancrage territorial

La force des acteurs de la filière cuir réside d'abord dans leur ancrage territorial. Ils font partie du patrimoine économique et culturel français. Ce n'est pas un hasard si la France occupe la première place mondiale dans les industries de la mode et du luxe. Cette performance est bien le fruit d'une histoire pluriséculaire qui s'enracine dans les territoires. Un héritage que nos entreprises, grandes ou petites, revendiquent avec fierté.

Ainsi, selon une étude portant sur la RSE dans le secteur de la mode, réalisée en 2017 par le cabinet Mazars, un des premiers éléments mis en avant par les entreprises est le lien avec le territoire, auquel est identifiée la maîtrise des savoir-faire. Comme l'explique **Edwige Rey, associée chez Mazars**, dans ce secteur, plus que dans tout autre, il existe un lien fort entre le développement de l'ancrage territorial et la valeur de l'article, d'où le souci constant des entreprises de préserver la culture artisanale et la transmission des savoir-faire.

Cet engagement local représente un important gisement d'emplois dans nos territoires. A ce propos, la Maison Louis Vuitton, qui emploie 4 300 personnes réparties dans 16 ateliers à travers toute la France, a recruté 2 000 personnes sur les deux dernières années et table, dans un proche avenir, sur 1 500 nouveaux postes.

Ce souci de l'enracinement se manifeste chez une marque mondialisée comme Hermès qui valorise la culture artisanale de ses opérateurs autour de la notion de responsabilité et d'autonomie et témoigne de son engagement pour créer des lieux de travail à échelle humaine qui s'inscrivent dans le cadre des traditions architecturales locales. Cette volonté s'exprime aussi dans d'autres grands groupes et dans de très nombreuses PME comme la mégisserie Raynaud Jeune, entreprise familiale du Tarn, dont le gérant-propriétaire Olivier Raynaud affirme avec force son attachement à son environnement local et naturel.

L'ancrage territorial passe aussi, et probablement en priorité, par la qualité des savoir-faire et ce n'est pas un hasard si beaucoup de tanneries et mégisseries françaises comme d'autres entreprises de la filière cuir sont labélisées Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV). Le souci de leur transmission fait de ces entreprises du cuir des acteurs particulièrement engagés dans les actions de formation. Une maison comme Hermès a multiplié les ouvertures d'écoles et les partenariats avec des lycées pour créer des classes qui forment aux métiers du cuir. Hermès rappelle que sur les 4 000 personnes que la marque emploie en France, 3 500 sont des artisans qui travaillent localement, dans le territoire d'où ils sont originaires. Les grands groupes de la filière, tout comme les PME les mieux structurées, ont pris en main la formation de leurs « artisans » en créant des écoles internes qui permettent d'adapter le savoir-faire des nouveaux embauchés aux standards de leur production avec un niveau d'exigence très élevé.

« Nous fabriquons du beau dans du beau. »

Emmanuel Pommier, Directeur Général Pôle Artisanal Hermès Maroquinerie Sellerie

La formation des Hommes au service de nos métiers du cuir

Les chiffres là encore sont éloquents : la filière s'appuie sur un réseau de 165 écoles en France et à l'étranger préparant à 63 diplômes (du CAP au Bac+5) dans tous les secteurs : chaussure, cordonnerie/botterie, design/mode, fourrure, vêtement de peau, maroquinerie, reliure/dorure sur cuir, sellerie, tannerie/mégisserie.

Les fédérations se sont engagées depuis longtemps dans le développement de la formation initiale et professionnelle pour garantir en permanence des niveaux de qualité élevés notamment à travers le Centre Technique du Cuir (CTC). Le CNC participe de ce mouvement et encourage les initiatives des entreprises comme celle d'Hermès qui a mis en œuvre des partenariats avec des lycées, notamment avec le Pôle Cuir du Pays de Montbéliard, ou encore le Pôle d'Excellence de Thiviers.

Les autres entreprises ne sont pas en reste, elles accomplissent un travail remarquable pour transmettre leurs traditions d'excellence et ce, quelle que soit leur taille. Un acteur global du luxe comme Kering est particulièrement soucieux, explique ainsi Marie-Claire Daveu, Directrice du développement durable et des affaires institutionnelles internationales du Groupe, de diffuser ses expertises et bonnes pratiques en interne mais aussi de les transmettre aux nouvelles générations de designers notamment. « C'est dans cet esprit que nous avons bâti, en partenariat avec le London College of Fashion, un Massive Open Online Course (MOOC) sur le Luxe et le développement durable : ce cursus est ouvert à tous types de profils et gratuit. »

Plusieurs Maisons du Groupe soutiennent quant à elles des corporations d'artisans et proposent des programmes de formation. Bottega Veneta a ainsi créé La Scuola dei Maestri Pellettieri afin de former une nouvelle génération d'artisans, garantissant la continuité du patrimoine culturel et de l'artisanat d'excellence. Au sein du Art Lab de Gucci a été créée l'École de l'Amour, qui regroupe l'École de l'Artisanat (La Scuola dei Mestieri), un programme de six mois destiné à former aux standards professionnels, l'École de l'Usine qui forme les opérateurs aux techniques de production, et enfin l'Académie Technique formant des experts aux hautes technologies, notamment le digital dans le processus de création.

Dernier projet lancé par Kering en novembre 2019 : La « Chaire Sustainability IFM – Kering », en partenarait avec l'Institut Français de la Mode (IFM). La Chaire a pour objectif de créer un pôle de recherche et d'enseignement de haut niveau dans le secteur de la mode, en intégrant l'ensemble des aspects du développement durable et de la RSE.

La Maison Louis Vuitton, pour sa part, soucieuse de restituer une part de la valeur immatérielle constituée dans l'entreprise, a pris une initiative innovante dans sa filiale aux Etats-Unis, par la mise en place d'un « mécénat de compétences », qui a consisté à créer un fond de 250 jours à disposition des collaborateurs, afin qu'ils puissent donner du temps pour transmettre leur savoir-faire à des entités extérieures.

De son côté, un groupe comme SIS, une entreprise de mille personnes, qui travaille principalement en sous-traitance pour de grandes maisons du luxe, se distingue aussi par la créativité et l'originalité de sa politique sociale. Elle a également créé une école pour former ses opérateurs à ses métiers, avec la perspective d'être directement embauchés par l'entreprise si le cursus s'avère concluant.

La taille de l'entreprise n'est nullement un obstacle aux initiatives innovantes. Grâce à l'engagement de son **président Ange Alez Martin** en faveur d'une organisation RSE, le **Groupe Créations Perrin**, composé de 200 personnes, a développé pour son activité de maroquinerie un programme de formation qui permet d'intégrer directement les stagiaires pour la plupart en reconversion professionnelle au sein de l'entreprise. « Nous travaillons en partenariat avec Pôle Emploi et la Région qui financent les trois premiers mois de formation dispensée par le CFA du Pays de Montbéliard. Il faut une année pour qu'un salarié maîtrise à peu près les bases de son métier, et 100% de nos employés sont des locaux », souligne Ange Alez Martin.

« Nous devons donner des perspectives d'avenir aux collaborateurs de nos entreprises. Montrer que nos métiers sont des métiers d'excellence et d'avenir qui relèvent à la fois de l'art et de l'industrie. Nous devons prendre exemple sur l'industrie horlogère dont l'image d'excellence artistique et technologique s'est imposée dans le monde entier. »

Jean-Yves Chauvy, Directeur Général du Groupe SIS

Le manque d'attractivité des métiers du cuir

En dépit de leurs performances en termes économiques et d'innovation, les métiers du cuir souffrent encore d'un déficit d'image, et donc d'attractivité, notamment auprès des publics jeunes. Ce constat a été mis en avant par les professionnels de la filière, et plus particulièrement par **Gustavo Gonzalez-Quijano, Secrétaire Général de COTANCE**, la Confédération des Associations Nationales de Tanneurs et Mégissiers de la Communauté Européenne. Ce dernier a insisté sur la nécessité pour le secteur de mieux se faire connaitre en menant des campagnes de promotion pour la valorisation de ses métiers. C'est ce que COTANCE a fait dès 2004 dans une première opération collective avec ses membres appelée « That's life, that's leather » qui fut ensuite offerte aux partenaires de l'ICT (le Conseil International des Tanneurs) en 2012. En collaboration avec ses partenaires sociaux et l'Union Européenne, COTANCE a aussi mené une campagne d'attractivité dans toute l'Europe, sur le thème « Leather is my Job! » qui s'est déroulée entre 2013 et 2017. Plus récemment, COTANCE a également mis sur pied, en partenariat avec ses homologues des secteurs textile-habillement et chaussures, ainsi qu'avec le soutien financier de la Commission Européenne, un programme de formation et d'éducation dans le cadre d'ERASMUS+ pour attirer les jeunes vers la filière cuir. Celui-ci est complété par une action de communication visant surtout un public jeune dans six Etats Membres et qui consiste en courtes vidéos, un site web et une multitude d'actions concrètes qui vont de concours de créativité à des visites d'écoles ou d'entreprises, et tout cela sous le slogan «Open Your Mind!».

COTANCE a également mis sur pied, en collaboration avec la Commission Européenne, un programme de formation et d'éducation pour attirer les jeunes vers la filière cuir. La Commission, sous la houlette d'Anna Athanasopoulou, Directrice des industries émergentes et créatives à la Direction Générale Marché intérieur, entreprenariat et PME, finance également un programme qui vise à promouvoir plus largement l'attractivité des secteurs mode, cuir et chaussure, à travers des campagnes d'information sur leurs métiers.

Les ateliers Hermès de la Ganterie-Maroquinerie de Saint-Junien

« Les jeunes cherchent du sens dans l'entreprise. Pour répondre à leurs attentes, nos entreprises doivent avoir un comportement irréprochable. »

Olivier Raynaud, Gérant
propriétaire de Raynaud Jeune

Le constat est unanime, les métiers du cuir doivent plus communiquer, s'adresser au monde extérieur, et se tourner plus particulièrement vers les écoles pour valoriser leur savoir-faire à travers des formations qualifiantes. Ces métiers peuvent fournir aux jeunes un environnement professionnel qui donne du sens au travail, à une époque où, comme le montrent les études sociales, la quête de sens est une dimension essentielle des attentes professionnelles des Millenials.

La qualité du travail est bien un enjeu capital des acteurs de la filière cuir. Elle est la meilleure garante pour la pérennité des savoir-faire au sein de l'entreprise.

Qualité de vie et qualité du travail

La qualité de vie au travail est devenue un élément déterminant de la culture de nos entreprises. Cela passe, comme nous l'avons vu avec l'exemple d'Hermès, par la qualité esthétique et conviviale des bâtiments. Mais pour des métiers physiques qui demandent une grande attention, l'ergonomie est un élément essentiel. Elle atténue les efforts des opérateurs, mais participe aussi de l'efficacité de l'organisation du travail. Les espaces de travail intègrent les dimensions physiques de bien-être, mais visent aussi à développer l'autonomie de l'opérateur et à réduire les distances avec ses partenaires. Ainsi, explique Emmanuel Pommier, Directeur Général du Pôle Artisanal Hermès Maroquinerie Sellerie, « depuis que nous avons conçu nos espaces de travail pour faciliter les échanges entre les artisans, rapprocher les métiers, nous avons pu économiser 11% de notre consommation de cuir par une plus grande facilité de communication, une collaboration plus forte, la mise en application d'optimisation, tout en améliorant encore la qualité ».

Mais il n'y a pas que les grandes maisons de la mode et du luxe qui s'engagent dans des politiques résolument sociales. Celles-ci font partie des critères de référence de la RSE, et concerne toutes les entreprises. Le groupe SIS, par exemple, outre son engagement dans la formation, a développé une politique globale de bien-être de ses salariés, avec la création d'un restaurant d'entreprise bio préparant également des menus pour le repas du soir, un service de crèche, une salle de sport, un accompagnement pour la mobilité du personnel.

COVICO SAS, est une entreprise de négoce et de collecte de peaux qui fournit les tanneries et dont l'activité implique notamment la manipulation manuelle importante de charges lourdes en sélectionnant chaque cuir. Cette société a pris une initiative particulièrement innovante. En partenariat avec CTC, elle a développé pour ses manutentionnaires un exosquelette qui permet de réduire nettement leurs efforts physiques. Cette action pour diminuer la pénibilité du travail s'inscrit pleinement dans la logique de la RSE et permet, dans le cas présent, de concilier les gestes les plus traditionnels et la modernité la plus avancée explique Nicholas Butler, Directeur Secteur International de COVICO. A terme, grâce à ce développement, il permettra d'ouvrir ces postes de classement aux personnels féminins.

Le dialogue social est un des aspects essentiels de la RSE, et une PME comme la Sté MILLE, est depuis longtemps investie dans une stratégie de développement durable, commerce équitable, respect de l'environnement et respect des hommes et des femmes.

L'entreprise s'est engagée dans une démarche de qualité sociale et revendique dès le début des années 2000 sa position sur les conditions de travail et le respect des droits fondamentaux des travailleurs.

Mille SAS a choisi de s'engager sans restriction dans ces combats et a par ailleurs été certifiée ISO SA 8000, norme relative à la RSE (1ère entreprise industrielle française à être certifiée en 2006) et a également obtenu le Trophée Région PACA sur la Responsabilité Sociétale et Environnementale.

La qualité de vie au travail est un facteur déterminant de l'attractivité d'un secteur d'activité. Les responsables de la filière cuir sont bien convaincus de cette réalité. Elle s'inscrit dans une démarche globale de valorisation des métiers du cuir. Des métiers que Stéphanie Kerbarh, Députée, qui préside le Groupe d'étude RSE à l'Assemblée Nationale, qualifie de « porte étendard de l'industrie française ».

Cette dernière met résolument en exergue la dimension stratégique de la RSE dans la compétition internationale des puissances économiques : « La RSE, affirme-t-elle, représente un enjeu mondial pour la pérennité d'un modèle économique et social français et européen, face à la puissance des modèles chinois et américains ». Un modèle européen et français « d'économie de marché responsable » auquel nous adhérons.

L'engagement de notre filière en faveur d'un modèle économique et social respectueux de l'Homme et de son environnement a également été exprimé par **Isabelle Lefort, présidente de Paris Good Fashion**, une association qui regroupe les grandes marques et professionnels de la mode qui se mobilisent pour Paris 2024 : « Nous voulons faire de Paris, la capitale d'une mode plus responsable », affirme-t-elle alors que le monde entier a les yeux fixés sur la capitale française.

CONCLUSION

Comme l'a souligné Frank Boehly, le Président du Conseil National du Cuir, le *Sustainable Leather Forum* a démontré que l'ensemble de la filière cuir est bien unie dans son action en faveur de la RSE. Si les grandes maisons du luxe sont le moteur de cette évolution, les PME, voire les TPE, sont elles-mêmes sources de nombreuses initiatives et innovations. Elles ont démontré leur engagement au-delà de la stricte application de la réglementation.

Et pourtant, il nous faut bien volontiers reconnaître que le chemin est encore long et que les entreprises de la filière cuir doivent sans cesse évoluer pour répondre aux attentes de leurs clients, de leurs collaborateurs et de la société dans son ensemble. Pour maintenir le leadership français dans le domaine de la mode et du luxe, elles sont en quête d'idées et de réalisations innovantes. Le *Sustainable Leather Forum* a été l'occasion d'échanges intenses entre les acteurs des métiers du cuir, curieux de connaître, voire d'améliorer les meilleures façons de réduire l'impact de leurs activités sur l'environnement ou d'améliorer les conditions de travail de leurs collaborateurs.

Fort de ce constat, la Filière Française du Cuir affirme sa volonté d'aller plus loin en direction d'une économie responsable et de poursuivre son action en faveur de la Responsabilité Sociétale des Entreprises. La filière a le projet de se structurer autour d'une charte commune, à partir d'engagements clairs et réalistes. L'ensemble de la filière y travaille déjà, avec la participation active des fédérations professionnelles, sur la base des travaux précurseurs de CTC qui joue un rôle clé dans la définition des objectifs et l'accompagnement des évolutions actuelles. Tous ensemble, nous devrons apporter des propositions pour déployer plus largement et rapidement les pratiques qui ont été évoquées, mais aussi pour stimuler davantage l'innovation et les coopérations et enfin pour accélérer les transmissions des savoir-faire, multiplier les formations initiales et professionnelles et attirer les jeunes talents vers nos métiers.

Collectivement, nous avons l'absolue conviction que les attentes éthiques du public et la demande de transparence qui l'accompagne, non seulement ne faibliront pas, mais qu'elles s'affirmeront toujours plus dans les années qui viennent. Les entreprises du cuir y voient la justification d'une démarche RSE initiée depuis de nombreuses années et la motivation pour renforcer les initiatives individuelles et collectives sur l'ensemble de la supply chain.

Face aux nouveaux défis qui attendent notre filière, elle se mobilise en effet de plus en plus pour œuvrer en faveur du respect de l'environnement et répondre aux enjeux éthiques contemporains tout en faisant émerger une création de valeur responsable, garante de ses performances futures.

Il en va de la crédibilité et de l'avenir de la Filière Française du Cuir, qui a su se réinventer, se positionner sur le haut de gamme, conquérir des parts de marché à l'international, faire rêver les consommateurs du monde entier par la qualité de ses produits et prouver sa culture de l'excellence.

SUSTAINABLE LEATHER FORUM

FILIÈRE FRANÇAISE DU CUIR

Créé en 1948, le Conseil National du Cuir est l'organisation interprofessionnelle de producteurs et utilisateurs de cuir et par extension, de tous ceux qui contribuent à la production, à l'utilisation ou à la distribution du cuir. Constitué sous forme de Confédération, il regroupe 20 fédérations ou syndicats professionnels depuis l'élevage jusqu'à la distribution des produits finis et anime l'ensemble de la filière française du cuir.

conseilnationalducuir.org

105, RUE DU FAUBOURG ST HONORÉ • 75373 PARIS CEDEX 08 • FRANCE
T : +33 (0) 1 43 59 05 69

Crédits photos : CNC-P&M / CTC / Benoît Teillet / FFTM - Vincent Colin - Metropolitan Influence
Rédaction : Denis Bachelot et Laurence Roux

metropolitan influence