

Les façonniers français lancent leur propre label RSE

[By Odile Mopin](#)

25 mars 2022



BUSINESS

GFF-label RSE Les Ateliers Engagés

Le Groupement de la Façon Française (ou GFF) qui regroupe aujourd'hui les principales entreprises de la confection en France, vient de structurer sa démarche RSE autour d'un label « Les Ateliers Engagés ».

Cette « appellation » vient entériner la réflexion du GFF, amorcée depuis 2020 et soutenue par le DEFI sur le déploiement d'une démarche respectueuse du social et de l'environnement dans le secteur de la confection. Car même, si la filière de la façon française se situe « de facto » dans le champ « durable », de part la qualité de sa production et la proximité géographique avec la plupart de ses donneurs d'ordres, le secteur est confronté à plusieurs enjeux en matière RSE : l'évolution législative et réglementaire (loi AGEC, loi « Climat et Résilience »), la prise de conscience croissante du consommateurs et bien sûr des marques, qui intègrent aujourd'hui de façon systématique le volet RSE (à commencer par l'impact carbone de la production) dans leur stratégie.

Le GFF, créé en 2008, pour la promotion et la défense des intérêts de la fabrication des produits d'habillement d'origine française est présidé par Sylvie Chailloux (également présidente de l'Union Française des Industries de la Mode et de l'Habillement-UFIMH). L'association s'est donc attelée à la structuration de sa démarche. Trois étapes ont été nécessaires pour aboutir à la naissance du label des « Ateliers Engagés », entre 2020 et aujourd'hui. Au préalable, le GFF a coordonné un diagnostic RSE de la filière et de ses adhérents. Puis, le groupement a effectué un gros travail de sensibilisation à l'ISO 26 000

(la norme internationale de la RSE) lors de webinaires de travail récurrents et le développement d'un référentiel audité par un organisme tiers indépendant.

Troisième et dernière étape, le lancement imminent du label « Les Ateliers Engagés » lors du Salon Made in France, les 30 et 31 mars prochains au Carreau du Temple : « Notre métier de façonnier évolue. De technicien, vendeur de minutes, nous avons dû nous structurer ou nous faire accompagner pour parvenir en 2022 et devenir tous des entrepreneurs engagés, dans nos territoires, auprès de nos salariés, ainsi que de nos clients et donneurs d'ordres pour répondre au « time to market, au juste prix » a souligné pour l'occasion Sylvie Chailloux.

Dans le détail, sept thématiques sont traitées dans le référentiel pour l'obtention du label : la compliance (la conformité vis-à-vis du droit français), le volet managérial, l'empreinte sociale et l'empreinte environnementale, la chaîne de valeur, l'empreinte auprès des consommateurs et enfin l'empreinte territoriale. Cette certification se veut ainsi une réponse « sur-mesure » au secteur de la confection et adaptée aux PME françaises. In fine, ses objectifs sont de valoriser les bonnes pratiques (RH, environnement, fabrication française, etc.), d'apporter de nouveaux atouts aux clients (un seul système valable pendant 3 ans, etc.), et d'engager un renouveau dans le dialogue avec toutes les parties prenantes.

Plusieurs entreprises se sont déjà engagées concrètement dans cette démarche, accessible à tous les ateliers, qui stimule la coopération entre les acteurs de la filière et permet de reconnaître les meilleures pratiques des uns et des autres. Pour adhérer à la démarche et décrocher le label, les entreprises de la confection présentes dans l'Hexagone peuvent candidater auprès du GFF.