

  
**TAPE À  
L'ŒIL**  
ORIGINAL KIDS

« On ne peut se considérer comme une marque responsable que si l'on est en capacité de mesurer son empreinte carbone et de la communiquer ».  
Benoît Mouvielle, responsable du pôle technique qualité et RSE de Tape à l'Oeil prononce ces mots comme s'il s'agissait d'un mantra.



## PORTRAIT

### Tape à l'œil structure sa stratégie RSE avec FRET21

Il y a trois ans, l'enseigne de prêt-à-porter pour enfants Tape à l'œil a engagé une stratégie RSE volontariste. Axée sur ses produits dans un premier temps, elle s'est aujourd'hui étendue à la logistique, grâce aux outils du dispositif FRET21 du programme EVE, élaborés par l'Ademe et l'AUTF.

Conscient de l'impact négatif sur l'environnement de son secteur, Tape à l'œil, enseigne de prêt-à-porter pour les enfants, a décidé d'**agir pour « investir dans le futur »** : achats responsables, éco-conception, chasse aux déchets et aux substances chimiques... et management de l'empreinte carbone avec un volet « *transport et logistique* ». « *Il y a trois ans, nous avons élaboré une véritable **stratégie RSE**, sur l'ensemble de notre activité, explique Benoît Mouvielle,. Nous avons fait appel à FRET21 pour structurer nos actions sur la partie transports, avec des indicateurs de suivi qui nous permettent de mesurer l'efficacité de nos actions*».

L'analyse a porté sur l'ensemble des flux de Tape à l'œil, avec trois grandes régions de production, en Asie centrale (Inde, Bangladesh et Pakistan), en Asie pacifique (Chine et Vietnam) et en proche-import avec le Maroc, la Turquie et l'Europe de l'Est. Depuis ces trois grandes zones, l'enseigne expédie ses marchandises vers un seul entrepôt de consolidation dans le Nord de la France.

Les produits sont ensuite répartis sur des plates-formes d'éclatement pour être expédiées vers 300 magasins de France, de Belgique et de Pologne. Une partie sera également envoyée directement aux clients qui ont commandé sur Internet, représentant environ 15 % du chiffre d'affaires. « *La production asiatique nous parvient principalement par voie maritime, après avoir parfois circulé par train et par route, détaille Benoît Mouvielle. Pour le proche-import, les flux sont essentiellement routiers* ».

L'aérien, utilisé pour les urgences en cas de retard dans la production ou de rupture de stock, ne représente que 9 % des flux de marchandises en volume, mais il constitue « *90 % de l'impact environnemental de nos transports* ».

## **Réduire la part de l'aérien dans ses transports**

Sur les conseils des équipes de FRET21, et notamment d'Eco CO2 qui encadre l'accompagnement technique des entreprises qui adhèrent au dispositif, le responsable du pôle technique qualité et RSE a donc décidé de se concentrer sur la diminution de l'empreinte carbone ce mode de transport pour atteindre une baisse de 10 % des émissions de gaz à effet de serre de ses transports d'ici la fin de la durée de son engagement dans le dispositif, en 2022. « *Nous allons pour cela revoir nos schémas de transport : utiliser plus souvent le maritime et le ferroviaire, revoir notre planification et optimiser le développement produit* », annonce Virginie Hemeldael, responsable logistique chez Tape à l'Oeil.

Cette action représente 66 % des réductions d'émissions attendues par la totalité du plan d'action. La marque souhaite également rapprocher une partie de sa production en ouvrant de nouvelles usines au Maroc et en Turquie. Cette relocalisation porte sur plus d'un tiers de son engagement FRET21.

Dans le même temps, puisque la route prendra plus d'importance avec ce repositionnement de la production, Tape à l'oeil encourage ses transporteurs à adopter la charte Objectif CO2. « *Aucun pour l'instant n'a fait cette démarche, constate la responsable logistique. Nous espérons que la moitié d'entre eux seront labellisés ou chartés d'ici 2022* ».

## **Être une marque responsable**

Depuis trois ans, l'enseigne travaille sur tous les pans de son impact environnemental, depuis la production jusqu'à la consommation, en passant par l'acheminement de ses produits. FRET21 lui permet de structurer sa stratégie RSE et d'observer les résultats de ses actions par des indicateurs de suivi précis, objectif, et vérifié par un tiers indépendant. « *Nous réfléchissons dès aujourd'hui à nos prochaines actions : l'utilisation d'énergies alternatives, pour le transport aval routier mais aussi pour le transport amont, avec un transport maritime qui évolue très rapidement dans ce domaine, se réjouit Benoît Mouvielle. Nous observons également de près les opportunités pour mettre en place du transport combiné rail-route, notamment avec notre maison-mère, l'association familiale Mulliez (AFM), qui possède de nombreuses marques dans le secteur du textile* ».

L'AFM a par ailleurs créé l'écosystème Fashion3. Ce regroupement d'enseignes du textile, dont Tape à l'oeil, est signataire du **Fashion Pact**, coalition mondiale d'entreprises, de fournisseurs et de distributeurs, engagés autour d'un tronc commun de grands objectifs environnementaux comme l'enrayement du réchauffement climatique, la restauration de la biodiversité ou encore la protection des océans. Son engagement dans le dispositif FRET21 permet ainsi à Tape à l'Oeil d'apporter sa pierre à l'édifice d'un secteur plus durable.