

Responsable Relations Presse Groupe : Nathalie Fournier-Christol

E-mail : n.fournier-christol@lectra.com

Tél. : +33 (0)1 53 64 42 37 – Fax : +33 (0)1 53 64 43 40

La Chaire Lectra-ESCP Europe organise une table ronde « Mode, développement durable et technologie »

***H&M, Kering, European TK'Blue Agency et Eva Zingoni
ont présenté les initiatives mises en œuvre au sein de leur organisation***

Paris, le 13 octobre 2015 – Lectra, numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pour les industries utilisatrices de matériaux souples — textiles, cuir, tissus industriels et composites —, et l'ESCP Europe ont récemment organisé une table ronde sur la thématique « Mode, développement durable et technologie », dans le cadre de la Chaire « Mode et Technologie ». Le travail de la Chaire, inaugurée en février 2014, consiste à développer et transmettre des connaissances sur les thématiques de l'innovation sous toutes ses formes dans les secteurs de la mode et du luxe, grâce aux nouvelles technologies.



A la veille de la 21^e Conférence des Nations unies sur les changements climatiques (COP 21) qui se tiendra à Paris le mois prochain, Lectra et l'ESCP Europe ont souhaité présenter certains des changements à l'œuvre en matière de développement durable dans la mode, lors d'une table ronde qui a réuni Rémi Crinière, responsable RSE d'H&M France, Dr. Helen Crowley, Head of sustainable sourcing innovation, Kering, Philippe Mangeard, président d'European TK'Blue Agency, Eva Zingoni, créatrice de mode durable, ainsi que Laurence Jacquot, directeur industriel et R&D hardware de Lectra.

Les panélistes se sont retrouvés sur un certain nombre de grands principes permettant à la mode d'avancer plus vite et mieux dans la voie du développement durable : ne pas attendre que les consommateurs soient prêts, mais prendre les devants ; considérer la transparence dans les chaînes d'approvisionnement comme un préalable ; participer à des plateformes cross-industrie afin d'aller plus loin en matière d'innovation ; faire appel à la technologie pour devenir des marques de mode plus respectueuses de l'environnement et plus socialement responsables.

« *La mode est censée être en avance sur son temps, annoncer ce qui va arriver. Malheureusement, sur les questions de développement durable, elle est restée en arrière* », regrette Eva Zingoni. L'industrie de l'habillement souffre en effet de contraintes structurelles qui en font l'un des secteurs les moins durables, depuis la production des matières premières jusqu'à la gestion de la fin de vie des produits en passant par les conditions de production.

« *Un groupe de mode comme Kering doit gérer des chaînes d'approvisionnement mondiales et complexes : nous avons déjà développé plusieurs actions et programmes nous permettant de mieux les comprendre, de mesurer notre impact et de le réduire, étape par étape, tout au long de la chaîne* », explique Helen Crowley. Arrivé en tête du classement Dow Jones Sustainability Index 2015 pour le secteur textile, habillement et produits de luxe pour la deuxième fois consécutive, Kering a entrepris de mettre en œuvre un modèle économique plus durable sur l'ensemble de ses opérations. Le compte de résultat environnemental — ou E P&L en anglais — que le Groupe déploie dans toutes ses marques est un outil essentiel à cette stratégie.

« Les solutions pour être plus durables peuvent être imaginées et trouvées, dès lors que la volonté existe. C'est avant tout une question de culture d'entreprise et d'état d'esprit », affirme Rémi Crinière. « Pour que les choix stratégiques de l'entreprise soient pérennes, ils doivent être durables. H&M, groupe familial et suédois, a une vision de rentabilité à long terme. Son prisme est plus large que la seule rentabilité à court terme, dans un esprit de développement durable et d'économie circulaire ». La Fondation H&M Conscious vient ainsi de lancer un *Global Change Award* doté d'un million d'euros pour soutenir les innovations qui développent l'économie circulaire dans la mode.

« Le recours à l'innovation et aux bonnes pratiques permet à la fois de réduire le coût et l'empreinte environnementale globale du transport (CO2, particules, mais aussi bruit, congestion,...) dans une industrie très utilisatrice de ces moyens, qu'il s'agisse des transports internationaux ou des livraisons de centre-ville des magasins et des clients du e-commerce », ajoute Philippe Mangeard.

« Les technologies Lectra aident les acteurs de la mode à réduire leur empreinte carbone tout en respectant les impératifs économiques », précise Laurence Jacquot. « Par exemple, la 3D limite le recours aux prototypes physiques, tandis que le PLM permet aux équipes de collaborer en temps réel, sans échanges papiers. Mieux conçues, les collections répondent aux demandes des consommateurs, ce qui réduit les pertes liées au nombre d'inventus ».

La table ronde était modérée par Céline Abecassis-Moedas et Valérie Moatti, co-directrices académiques de la Chaire d'enseignement et de recherche Lectra-ESCP Europe Mode et Technologie.

Pour de plus amples informations, visitez le site web de la Chaire Lectra-ESCP Europe www.mode-technologie.fr et rejoignez ses réseaux sociaux



A propos de ESCP Europe

Fondée en 1819, ESCP Europe est la plus ancienne école de commerce au monde et a formé plusieurs générations de dirigeants et d'entrepreneurs. Grâce à ses cinq campus urbains (à Paris, Londres, Berlin, Madrid et Turin) et à son identité profondément européenne, ESCP Europe dispose d'un style unique de formation managériale interculturelle et d'une perspective globale des problématiques liées au management international.

Pour de plus amples informations, visitez le site web de ESCP Europe www.escpeurope.eu

A propos de Lectra

Lectra est numéro un mondial des solutions technologiques intégrées pour automatiser, rationaliser et accélérer les processus de conception, de développement et de fabrication des produits des industries utilisatrices de matériaux souples. Lectra développe les logiciels et les systèmes de découpe automatique les plus avancés et propose des services associés, spécifiques à un ensemble de grands marchés dont la mode (habillement, accessoires, chaussure), l'automobile (sièges et intérieurs automobiles, airbags), l'ameublement, ainsi qu'à un large éventail d'autres industries telles que l'aéronautique, l'industrie nautique, le secteur de l'énergie éolienne et les équipements de protection des personnes. Avec un effectif de 1 500 personnes, Lectra accompagne 23 000 clients dans plus de 100 pays et a réalisé un chiffre d'affaires de € 211 millions en 2014. Lectra est cotée sur Euronext.

Pour de plus amples informations, visitez notre site www.lectra.com