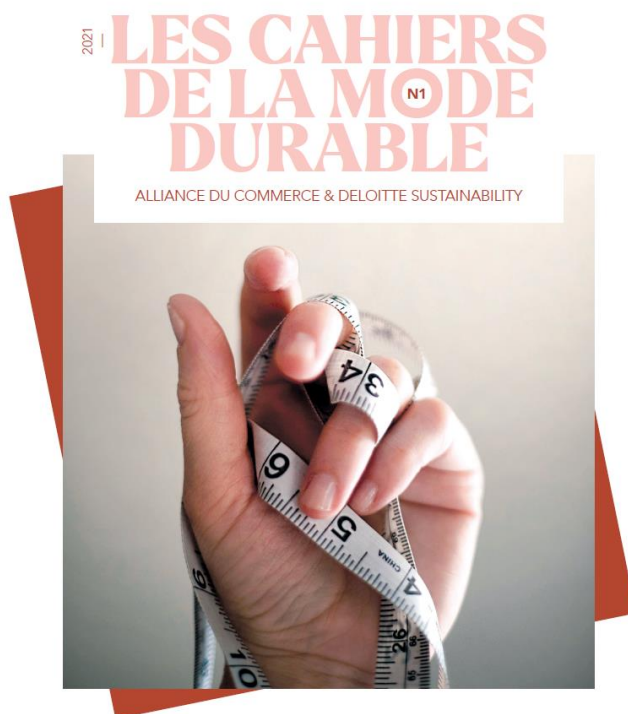


COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'ALLIANCE DU COMMERCE ET DELOITTE LANCENT
« LES CAHIERS DE LA MODE DURABLE »
N°1 : produire agile pour mieux se transformer



L'Alliance du Commerce et l'équipe Sustainability de Deloitte France lancent « Les Cahiers de la mode durable », une collection de supports qui visent à apporter des éclairages et des solutions concrètes aux entreprises du secteur de l'équipement de la personne.

Surstockage, saturation de l'offre, consommateurs en recherche de sens etc. : la pandémie a définitivement montré les limites du fonctionnement traditionnel de l'industrie textile.

Aussi, pour les marques, il devient urgent de se transformer pour s'adapter aux mutations du secteur et de mettre en œuvre de nouveaux modèles alliant performance économique et sobriété écologique.

Si des solutions existent, et sont de plus en plus nombreuses, les entreprises doivent maintenant s'en saisir pleinement. Pour accompagner cette transition, l'Alliance du

Commerce et Deloitte Sustainability, avec le soutien du DEFI, ont souhaité mettre à disposition des enseignes une série de supports thématiques, Les Cahiers de la mode durable.

Le premier Cahier, « **Produire agile pour mieux se transformer** », aborde un enjeu incontournable : l'amélioration des processus de création et de production au service d'un modèle plus agile, plus local et davantage connecté à la demande.

Cette transformation apporte notamment des réponses aux problématiques des invendus et de rupture des chaînes d'approvisionnement observées pendant la crise sanitaire, tout en permettant de réduire l'empreinte environnementale liée à la surproduction d'articles de mode. Elle nécessite d'engager des changements structurels au sein des organisations pour créer des chaînes de valeur

DÉCRYPTAGE
La nécessité de changer
de modèle

PERSPECTIVES
Les clés de la transformation
vers une production agile

RETOURS D'EXPÉRIENCES
Des acteurs en mouvement
vers l'agilité

dynamiques (flexibilité, réactivité) dont chaque étape place le **client au centre** et exige une interaction continue entre tous les métiers de l'entreprise.

Le Cahier dresse d'abord le constat de la **nécessité de changer de modèle de production** afin de **produire au plus juste** pour limiter les invendus et décrypte les différents **leviers d'action** qui existent à chaque étape de la chaîne de valeur des marques.

Ensuite, l'analyse des enjeux se concentre sur **les clés de la transformation durable**. De la **conception** des produits à leur **distribution**, des solutions et des outils émergent pour accompagner les enseignes dans leurs efforts de transformation.

Enfin, le Cahier **donne la parole à des entreprises innovantes** en matière d'agilité, dont **Petit Bateau** et **Promod**, afin d'inspirer et d'inciter au passage à l'action en montrant que la transformation durable des modèles économiques de la mode est non seulement possible mais également génératrice de rentabilité à terme.

Le Cahier de la mode durable n°2 approfondira quant à lui la question de la **traçabilité des chaînes d'approvisionnement**.

« Produire au plus juste est aujourd'hui un engagement environnemental primordial mais aussi un enjeu économique incontournable. Or parvenir à un modèle économique agile nécessite une transformation profonde de toute l'entreprise.

En nous associant à l'expert Deloitte pour réaliser « Les Cahiers de la mode durable », et grâce au soutien du DEFI, nous avons voulu accompagner concrètement les acteurs de l'équipement de la personne en leur apportant des éclairages approfondis, d'actualité ou techniques, sur la mode durable. Plus que jamais, la transformation est possible pour tous. »

Yohann Petiot, Directeur général de l'Alliance du Commerce

« Face à la multiplication des signaux d'alerte environnementaux et aux nouvelles attentes des consommateurs, il devient urgent de repenser les modèles de production de la mode. Comment les transformer pour ne produire que ce qui sera vendu, et ainsi limiter l'emploi de ressources et la production de déchets ?

Pour y parvenir, les marques doivent repenser leur chaîne de valeur afin que les étapes de conception, production et distribution ne soient plus linéaires mais en interaction continue, au service de l'agilité nécessaire à une production au plus juste.

Dans ce cahier, nous avons voulu décrypter les leviers d'actions existants et montrer comment des acteurs se mobilisent pour imaginer et tester de nouveaux modes de fonctionnement et outils au service de la mode de demain. »

Marie Georges, Associée Deloitte Sustainability

Le Cahier n°1 est disponible sur les sites Internet de [l'Alliance du Commerce](#) et de [Deloitte](#).

Contacts presse :

Hélène Baratte, Responsable Communication de l'Alliance du Commerce

01 40 15 60 71 - 06 29 61 88 90 - hbaratte@alliancecommerce.org

Anaïs Davezac, Attachée de presse

Direction de la communication et de la marque

M : +33 (6)50 55 35 85 - adavezac@deloitte.fr

L'Alliance du Commerce rassemble l'Union du Grand Commerce de Centre-Ville (UCV), la Fédération des Enseignes de l'Habillement (FEH) et la Fédération des Enseignes de la Chaussure (FEC). Elle représente près de 27.000 points de vente et plus de 170.000 salariés dans le secteur de l'équipement de la personne. Pour en savoir plus : <https://www.alliancecommerce.org/>

L'équipe Sustainability de Deloitte France accompagne les organisations dans la conception de nouveaux business models et de stratégies durables, leur financement et leur déploiement opérationnel tout au long de la chaîne de valeur.

Au sein de l'activité Sustainability, l'équipe Fashion Shift se mobilise pour répondre aux nombreux défis que doit relever l'industrie de la mode et du luxe et promouvoir une transformation vers une mode plus responsable, respectueuse de la terre et des hommes.