

UNE MISSION SUR MESURE

Au cœur du local, nos 10 engagements
pour réinventer avec panache
l'industrie textile Française



**LE SLIP
FRANÇAIS**
VÊTEMENT LOCAL

PRÉFACE

L'entreprise à mission est un formidable levier de métamorphose du capitalisme. Ce statut permet à chaque entreprise de définir son impact et d'engager ses collaborateurs aux côtés de tout son écosystème. Parce qu'on ne peut plus dissocier l'impact social et sociétal de la croissance économique, l'entreprise à mission est aussi un levier puissant de performance pour nos entreprises.

Depuis 2017, nous avons pris des mesures afin que l'Etat joue son rôle de régulateur du capitalisme. Nous avons déployé des outils adaptés à une meilleure prise en compte, par les entreprises, de leur impact sur l'environnement dans lequel elles s'insèrent. C'est notamment tout le sens de la loi Pacte, votée en 2019.

Nous avons pris également des mesures ambitieuses afin que les entreprises puissent mener leurs transformations digitale et environnementale. Et nous avons agi en faveur de la parité, de la diversité, mais aussi de la transmission des savoirs et du partage de la valeur au sein de l'entreprise.

Car c'est seulement si nous réussissons la transition de notre modèle que les entreprises pourront bâtir des performances durables.

A ces égards, Le Slip Français est un exemple.

Un exemple d'une entreprise qui inspire le nouveau modèle économique et industriel que nous appelons de nos vœux.

Un exemple de la réussite d'un modèle basé sur le Fabriqué en France, que nous défendons depuis 2017. Aujourd'hui, au travers de ses 29 fabricants partenaires, et grâce à ses 252 emplois créés ou maintenus à travers la France, Le Slip Français fabrique des produits de qualité, en circuit court, vertueux sur le plan environnemental, et rencontre un franc succès auprès des consommateurs.

Un exemple d'une entreprise qui a réussi sa transformation, depuis 2020, en tant qu'une des 150 premières entreprises à mission. Aujourd'hui, un comité de mission, indépendant, s'assure de la réalisation des objectifs sociaux et environnementaux de l'entreprise dans le cadre de cette « mission ». Et force est de constater, dans ce rapport, que nombre d'entre eux ont été tenus.

Un exemple aussi d'une entreprise qui, face à la crise sanitaire, s'est mise au service de notre pays. Notamment dans le cadre du groupement d'entreprises du textile « Savoir Faire Ensemble », initié par le ministère de l'économie, en bousculant sa production afin de produire des masques en tissu – 5 millions par jour dès mai 2020 - et des surblouses. Un exemple, en somme, d'une entreprise fidèle à son slogan : « Réinventer avec panache l'industrie textile Français », et forte de valeurs d'impact, de solidarité et de durabilité.

Agnès Pannier-Runacher

Ministre déléguée auprès du ministre de l'Économie,
des Finances et de la Relance, chargée de l'Industrie



©PBagein

SOMMAIRE

Préface par Agnès PANNIER-RUNACHER	page 4
Édito par Guillaume Gibault	page 8
VOUS AVEZ DIT ENTREPRISE À MISSION ?	page 10
Définition de la mission : le Panache !	page 12
Un comité de mission du tonnerre	page 14
Un comité de mission engagé tout au long de l'année	page 16
Une mission qui repose sur 10 objectifs et 16 indicateurs	page 20
PILIER 1 : NOS PRODUITS, INNOVER POUR L'ÉCO-CONCEPTION	page 22
• OBJECTIF #1 : Retracer le cycle de vie de nos produits	page 24
• OBJECTIF #2 : Proposer un vestiaire de produits permanents de qualité	page 30
• OBJECTIF #3 : Agir pour un sourcing plus responsable	page 32
• OBJECTIF #4 : Mettre au point la fibre de demain	page 34
PILIER 2 : NOS USAGES, PROMOUVOIR UNE MODE ÉTHIQUE ET RESPONSABLE QUI LIMITE SON IMPACT ÉCOLOGIQUE	page 36
• OBJECTIF #5 : Mesurer nos émissions carbone	page 38
• OBJECTIF #6 : Optimiser la gestion de nos stocks	page 42
L'exemple de la seconde main avec Le slip dans le bon sens	page 42
• OBJECTIF #7 : Sensibiliser aux coûts d'un produit textile	page 46
PILIER 3 : NOTRE ÉCOSYSTÈME, VALORISER LES SAVOIR-FAIRE ET LE PANACHE ENTREPRENEURIAL FRANÇAIS	page 48
• OBJECTIF #8 : Construire un réseau de fabrication locale	page 50
L'exemple de La Manufacture de pantoufles	page 50
• OBJECTIF #9 : Innover avec nos façonniers... pour des matières plus locales	page 58
• OBJECTIF #10 : Façonner une mode solidaire	page 62
10 ANS D'ENGAGEMENT	page 64
L'engagement collaborateur	page 66
Rétrospective	page 68
ANNEXES	page 70
Un comité de mission en action	page 72
Entreprise à mission, nos statuts juridiques	page 74
Décomposition du prix de produits iconiques	page 76
Remonter le fil des matières locales	page 78
Comprendre nos indicateurs, note méthodologique	page 82
Lexique du Slip	page 88
Rapport du commissaire aux comptes	page 90



© Marie BEAUFILS DURAND

UNE MISSION SUR MESURE

Réinventer avec panache l'industrie textile française ?

Tout un programme... Nous avons écrit cette mission sur un coin de table en février 2020. Impossible, déraisonnable, idéaliste, pas assez concrète ? Elle mettait les mots justes sur l'action que nous portons depuis 10 ans.

Face au Covid il a suffi de 3 semaines pour la voir s'incarner. En lien avec l'Etat Français, Le Slip Français participe à coordonner l'action de 1200 ateliers textiles et leurs 20 000 salariés dans la fabrication de 200 millions de masques, 12 millions de blouses au sein d'un groupement qui deviendra **le réseau Façon de Faire** dont je suis le premier président.

Depuis ce jour, chacun au Slip connaît cette mission par cœur et la fait **vivre au quotidien**. Elle est devenue notre boussole et aligne nos parties prenantes (salariés, fournisseurs, clients, actionnaires) sur notre vision, notre raison d'être.

Mais au-delà, cette mission incarne à mon sens toute la complexité du rôle que l'on souhaite donner à nos entreprises.

Sommes de contraintes, l'entreprise à mission se donne comme raison d'être de **concilier l'inconciliable**, de faire rimer performance économique, impact sociétal et impact environnemental. Ou comment viser à construire un monde plus juste et plus durable tout en étant responsable chaque jour de la pérennité économique de l'entreprise, de ses emplois.

C'est là pour moi toute la question de ce monde d'après : comment mettre l'entreprise au service du bien commun quand l'évaluation de sa performance est, aujourd'hui encore, portée presque exclusivement par des indicateurs et objectifs économiques ?

Comment réinventer notre modèle économique alors que nous fixons nos objectifs et analysons nos performances avec un ancien logiciel ?

Comment aligner nos planètes à l'heure où la nôtre se désespère de nous voir nous aligner avec elle ?

C'est tout l'enjeu de l'entreprise à mission, d'**ouvrir la voie**, de montrer le chemin de la difficile conciliation des (im)possibles, Et c'est bien là l'ADN du Slip Français, que de faire partie de ces premiers

de cordée. De ceux qui défrichent, essayent, prennent des risques et font les erreurs avant les autres afin de montrer le chemin. Nous sommes la 78ème entreprise à mission Française.

Aujourd'hui, le contexte macroéconomique mondial **prouve la thèse du circuit court et notre intuition du local** : d'une part, quand tous les coûts à l'import augmentent (hausse des coûts du travail, des coûts de matières premières, des coûts du transport, de l'énergie..) le made in France redevient compétitif et d'autre part le grand public, nous tous, sommes de plus en plus attentifs à l'origine et aux conditions de fabrication de nos produits. Dans ce changement de paradigme, au-delà de notre cas particulier, encore et toujours, ce qui m'anime, du Slip Français et sa mission, c'est bien sa **valeur d'exemple**.

Car si Le Slip Français a montré la voie pour réinventer toute une industrie, alors **rien n'est impossible**.

Avec l'aide précieuse et l'engagement entier de notre comité de mission, nous avons décliné cette mission en **10 objectifs et 15 indicateurs** pour structurer notre action, mesurer nos progrès, nos succès mais aussi nos échecs et les solutions à imaginer.

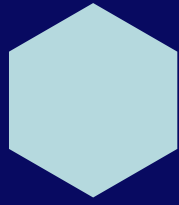
Ces 10 objectifs font partie intégrante de la feuille de route de l'entreprise et de notre ambition pour l'avenir et pour les 10 prochaines années, nous comptons bien la porter toujours plus haut et toujours plus fort en incarnant un **nouvel entrepreneuriat français à impact positif**.

Guillaume Gibault
Président du Slip Français

*MISSION IMPOSSIBLE ?
PLUS DE DOUTE, C'EST BIEN
UNE MISSION SUR MESURE
POUR LE SLIP FRANÇAIS.
N'HÉSITEZ PAS À NOUS
ÉCRIRE SI VOUS SOUHAITEZ
NOUS REJOINDRE SUR
L'UN DE CES SUJETS !*

GUILLAUME





VOUS AVEZ DIT ENTREPRISE À MISSION ?

La loi Pacte introduit en 2019 la qualité de société à mission permettant à une entreprise de déclarer sa raison d'être à travers plusieurs objectifs sociaux et environnementaux. Ces éléments sont inscrits dans les statuts de l'entreprise et déclarés au greffe du tribunal de commerce.

Depuis ses débuts, Le Slip Français œuvre à changer la mode et le monde ; c'est donc naturellement que nous avons décidé de devenir une entreprise à mission en juillet 2020.

ENTREPRISE À MISSION

- 1 - Définition de la mission :
le Panache !
- 2 - Un comité de mission
du tonnerre
- 3 - Un comité de mission
engagé tout au long de
l'année
- 4 - Une mission qui repose
sur 10 objectifs et
16 indicateurs

DÉFINITION DE LA MISSION : LE PANACHE !

— NOTRE MISSION

« Fidèle à l'esprit français d'ouverture et d'audace, la société n'a de cesse, depuis sa création, de réinventer avec panache l'industrie textile française dans ses codes et ses valeurs. La société s'engage à l'égard et avec des partenaires à construire une industrie textile plus juste, innovante, agile et riche d'un écosystème créatif et actif »

LES RÔLES DANS UNE ENTREPRISE À MISSION

Devenir entreprise à mission, c'est également appuyer la crédibilité des engagements pris par Le Slip Français. En effet, l'entreprise à mission repose sur un dispositif de contrôle impliquant 3 acteurs : Le Slip Français, l'Organisme Tiers Indépendant (OTI) et le comité de mission.

Le Slip Français (LSF)

Nous définissons des objectifs opérationnels et des indicateurs clés de suivi et mesure. Nous faisons le maximum afin d'arriver à nos objectifs.

L'Organisme Tiers Indépendant (OTI)

Le cabinet avec qui nous travaillons vérifie l'exécution des objectifs de la mission. Avons-nous allouer les moyens nécessaires à l'attente de nos objectifs ? Quels sont les résultats atteints ? Y a-t-il des circonstances extérieures éventuelles qui sont venues perturber l'atteinte

de nos objectifs ? Suite à cette vérification, le cabinet KPMG émet un avis (à venir) concernant le respect ou non des objectifs de la mission. Celui-ci est joint à ce rapport de mission, et est rendu public.

Le comité de mission

Il est en charge du suivi de l'exécution de la mission, c'est-à-dire qu'il nous accompagne depuis plus d'un an, à définir notre stratégie et à la challenger. A la fin des 18 premiers mois en tant qu'entreprise à mission, celui-ci apprécie l'exécution ou non des objectifs de la mission et rend un avis. (annexe 1)

Le rapport de mission, que vous êtes en train de lire, est ensuite présenté à l'**assemblée chargée de l'approbation des comptes** pour validation avant publication.



Le Slip Français s'engage depuis ses débuts dans la production locale du fil à la boîte. Aujourd'hui, notre engagement est multiple. Nous avons articulé notre stratégie selon 3 grands piliers * :

- **PILIER 1** : nos produits, innover pour l'éco-conception
- **PILIER 2** : nos usages, promouvoir une mode éthique et responsable qui limite son impact écologique
- **PILIER 3** : notre écosystème, valoriser les savoir-faire et le panache entrepreneurial français

* Ces 3 axes font suite à la première déclinaison en objectifs statutaires peu déclinables. L'annexe 2 détaille cette réflexion.

UN COMITÉ DE MISSION DU TONNERRE

Une dream team de 8 personnes
représentative de toutes les parties
prenantes de l'entreprise.



Martin Breuvar
Président de
Lemahieu, atelier
de confection à
Saint-André-Lez-Lille



Brune Poirson
Ancienne Secrétaire
d'Etat à la Transition
Écologique, Directrice
du Développement
Durable chez Accor



Thomas Huriez
Président chez 1083



Emanuele Levi
General Partner
chez 360 Capital,
fond actionnaire du
Slip Français



Claire Bourdillon
Directrice Artistique
du Slip Français



Sarah Hecquet
Responsable
de la boutique
Le Slip Français de
Passy



Aude Fronteau
Cliente



Christophe Mayer
Client



NOTRE VISION DU COMITÉ DE MISSION

Nous avons imaginé un comité
qui nous accompagne, qui nous
challenge et nous questionne afin
de toujours aller plus loin dans
nos engagements.

Nous avons eu à cœur qu'il repré-
sente **l'ensemble de nos parties
prenantes** : nos **fournisseurs**,
nos **collaborateurs** [siège et bou-
tique], nos **actionnaires**, des **ex-
perts**, des **marques partenaires**,
et surtout... nos **clients**.

Il est un comité consultatif dans
cette stratégie d'engagement
que nous formulons. Lors de
chaque rencontre de 2021, **nous
avons fixé ensemble nos objec-
tifs et les indicateurs** corres-
pondants, des échanges riches,
des opinions différentes pour
nous challenger toujours un peu
plus loin !

UN COMITÉ DE MISSION ENGAGÉ TOUT AU LONG DE L'ANNÉE

Juillet 2020
**Inscription dans
les statuts
de notre mission**
(raison d'être et objectifs statutaires)

2020

Février 2020
**Écriture
de la raison
d'être**

Septembre à
décembre 2020
**Constitution du
comité de mission**
constitué d'experts, actionnaires,
fournisseurs, salariés, clients. Plus de
300 clients ont postulé suite à notre
appel à candidatures, nous ne nous
attendions pas à autant. C'est Aude
et Christophe qui ont été choisis.

Avril 2021
**Comité de
mission #1**

- Explication du contexte et rôle
du comité de mission
- Échanges autour de la raison
d'être du Slip Français
- Définition avec le comité
de l'articulation de la stratégie
autour de 3 axes.
- Première réflexion autour
de la déclinaison des axes
en objectifs.

Juin 2021
**Comité de
mission #2**

- Validation des objectifs liés
à chaque axe de la stratégie
- Réflexion autour de la déclinaison
en indicateurs qualitatifs
et quantitatifs
- Accueil de KPMG pour présenter
le livrable attendu : le rapport
de mission

2021

Octobre 2021
**Comité de
mission #3**

- Visite de notre fabricant historique
Lemahieu à Saint-André-Lez-Lille (59)
- Débats et réflexions autour des
indicateurs de performance à suivre
jusqu'à la validation de ces derniers
- Présentation des différents projets
2021 du Slip Français : la manufacture
de pantoufles, la refonte packaging, le
lancement de la seconde main, le projet
de recyclage MonCoton...
- 1e trame du rapport de mission validée.

Novembre 2021
**Visite de La Fabrique
Nomade**

Thomas Huriez, Sarah Hecquet, Aude
Fronteau et Christophe Meyer ont
rencontré Inès Mesmar, Fondatrice et
Directrice Générale de La Fabrique
Nomade. L'occasion d'échanger sur le
partenariat solidaire du Slip Français.

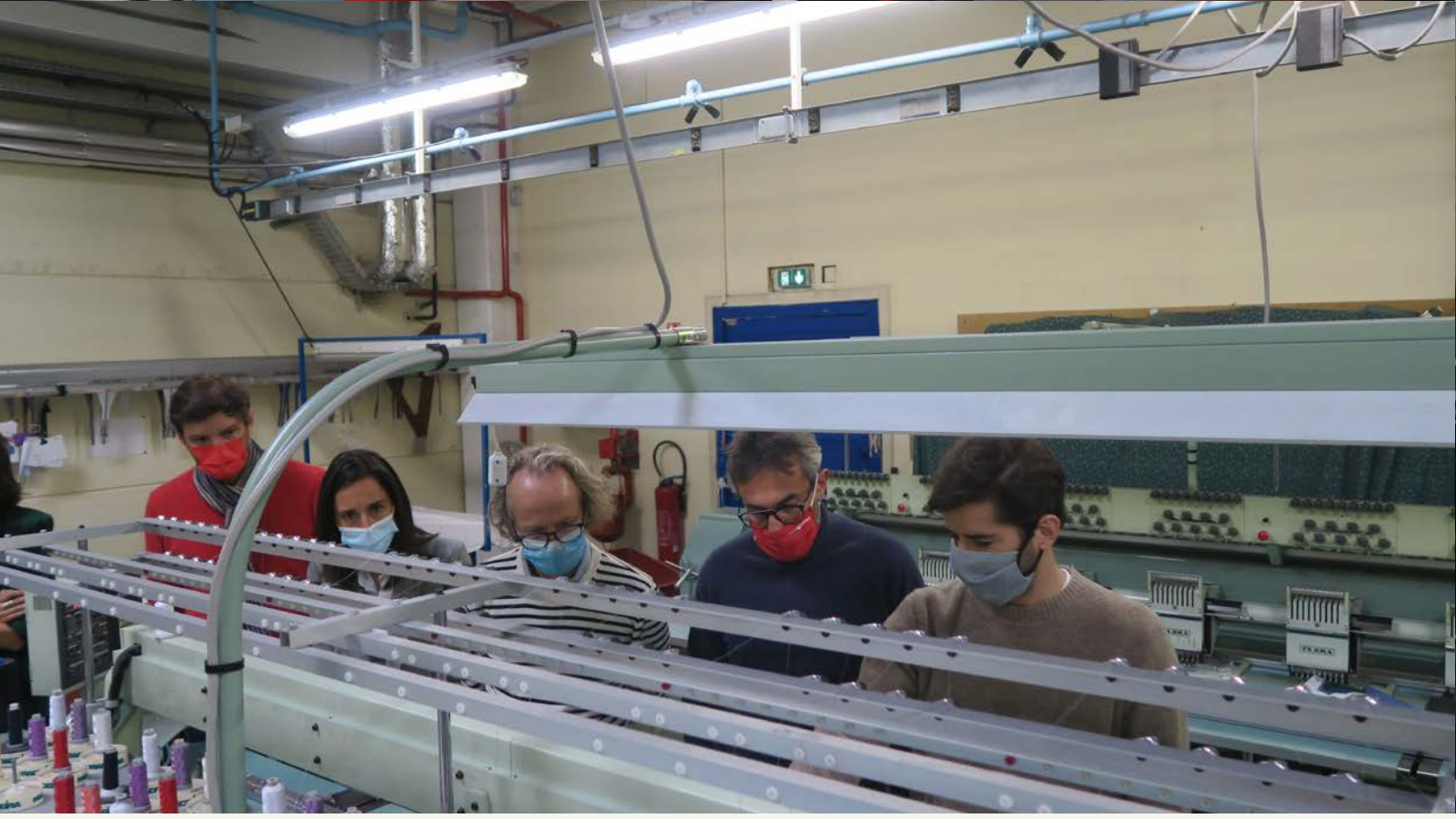
2022

Février 2022
**Comité de
mission #4**

- Bilan de l'année 2021 et
des indicateurs de missions
- Validation du rapport de mission
- Présentation des projets
d'innovation du Slip à venir
- Rédaction de la lettre d'appréciation
du Comité de mission

Mars 2022
Audit

Les équipes KPMG ont réalisé
la vérification de l'exécution
des objectifs de la mission
en tant qu'organisme tiers
indépendant.



Visite de notre **tricoteur et confectionneur Lemahieu**, avec qui nous travaillons depuis 10 ans, à Saint-André-Lez-Lille en octobre 2021.

Visite de **La Fabrique Nomade**, atelier qui œuvre à valoriser et favoriser l'insertion professionnelle des artisans migrants et réfugiés en France, à Paris en novembre 2021.

UNE MISSION QUI REPOSE SUR 10 OBJECTIFS ET 16 INDICATEURS

Notre mission est fondée sur **3 piliers, 10 objectifs d’engagement et 15 indicateurs.**

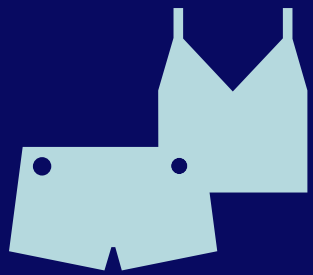
Ces 10 objectifs sont le résultat de 3 rencontres et de nombreux échanges riches d’expertises et d’opinions différentes avec le comité de mission, qui nous a accompagné tout au long de l’année.

Ces objectifs reflètent **nos engagements historiques** : la proposition d’une dégainé durable, une production française du fil à la boîte, notre projet de recyclage mais aussi la forte implication du Slip Français dans son éco-système. Ils sont complétés d’**axes de progrès identifiés avec les membres du comité de mission.**

Pour ces objectifs, nous aurons une démarche plus qualitative sur les premières années, afin de se les approprier. Ils impliqueront des objectifs quantitatifs dans le futur. Chacun de ces 10 objectifs est mesuré par un indicateur quantitatif ou qualitatif dédié.

OBJECTIFS		INDICATEURS OU PROJETS PILOTÉS	REALISE 2021
NOS PRODUITS - INNOVER POUR L'ÉCOCONCEPTION			
#1	Retracer le cycle de vie de nos produits	Cartographie écoconception : Chiffrer les impacts et définir les leviers d'actions	Cartographie des processus et leviers d'action
#2	Proposer un vestiaire de produits permanents de qualité	Améliorer la qualité du produit : mise en place d'une démarche	Mise en place d'un outil qualité supplémentaire
#3	Agir pour un sourcing alternatif	Part de matières responsables dans les volumes achetés	45%
#4	Mettre au point la fibre de demain	Mon Coton : avancée du projet	Projet en cours
PROMOUVOIR UNE MODE ÉTHIQUE ET RESPONSABLE QUI LIMITE SON IMPACT ÉCOLOGIQUE			
#5	Mesurer nos émissions carbone	Mesure du bilan carbone LSF des scopes 1, 2 et 3	Bilan réalisé avec Utopie au T4 21 : 3463 tCO2e
#6	Optimiser la gestion de nos stocks	Taux de remise	13,47%
#7	Sensibiliser aux coûts d'un produit textile	Part de familles de produits faisant l'objet d'une décomposition des prix (base CA)	48,70%
NOTRE ÉCOSYSTÈME - VALORISER LES SAVOIR FAIRE ET LE PANACHE ENTREPRENEURIAL FRANÇAIS			
#8	Construire un réseau de fabrication locale	Création d'emplois directs	107
		Maintien ou création d'emplois indirects	252
		Part de la confection française dans les produits	100%
		Part du tissage ou tricotage français dans les métrages produits par LSF	100%
#9	Innover avec nos façonniers... pour des matières plus locales	Nombre d'adhérents Façon de Faire (FDF) Nombre de mises en relation via la plateforme FDF	247 137
		Part de nos matières premières locales dans les volumes achetés	1,15%
#10	Façonner une mode solidaire	Nombre d'heures de mentorat à des acteurs innovants et / ou inclusifs de la filière	270
		Partenariat solidaire	5% qui représente 21 770€

Vous pouvez retrouver le détail de nos Objectifs 2021 Annexe 2 et les méthodes de calcul de nos indicateurs en Note méthodologique, Annexe 5



PILIER #1 NOS PRODUITS

innover pour
l'éco-conception

Le Slip Français est la marque du bon-à-porter. Nous fabriquons des vêtements honnêtes, des essentiels décomplexés, aussi désirables que confortables, pensés et confectionnés localement pour un impact positif. Bons pour soi, bons pour le monde et pour tout le monde.

Le Slip Français fabrique des vêtements honnêtes.

Notre époque s'est tellement intéressée à la mode éphémère qu'elle en a oublié d'aimer les vêtements avec lesquels pourtant nous avons un rapport très émotionnel - puisqu'ils protègent notre peau et notre corps en continu.

NOS PRODUITS

- OBJECTIF #1

Retracer le cycle de vie de nos produits

- OBJECTIF #2

Proposer un vestiaire de produits permanents de qualité

- OBJECTIF #3

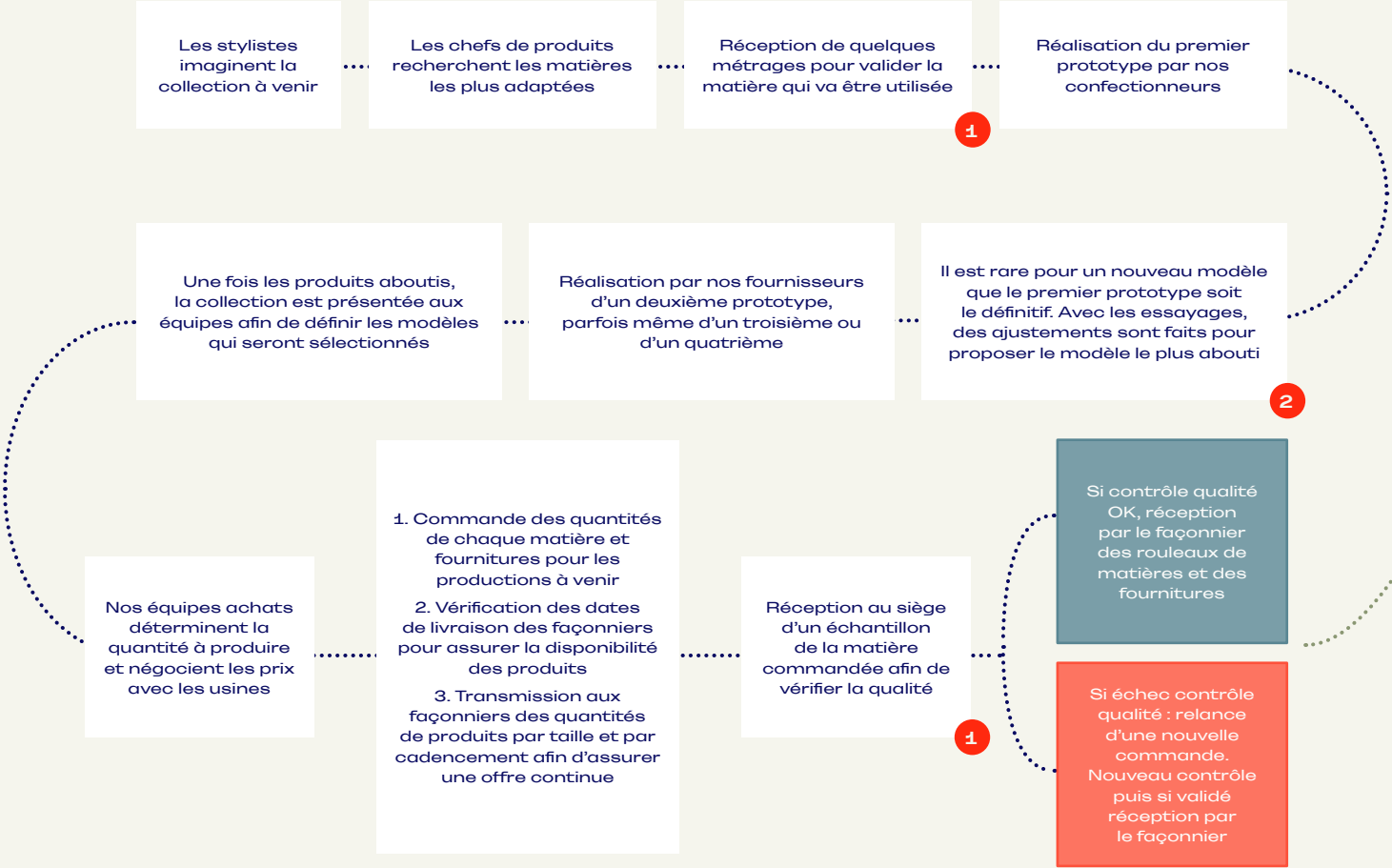
Agir pour un sourcing plus responsable

- OBJECTIF #4

Mettre au point la fibre de demain

OBJECTIF #1
RETRACER LE
CYCLE DE VIE DE
NOS PRODUITS

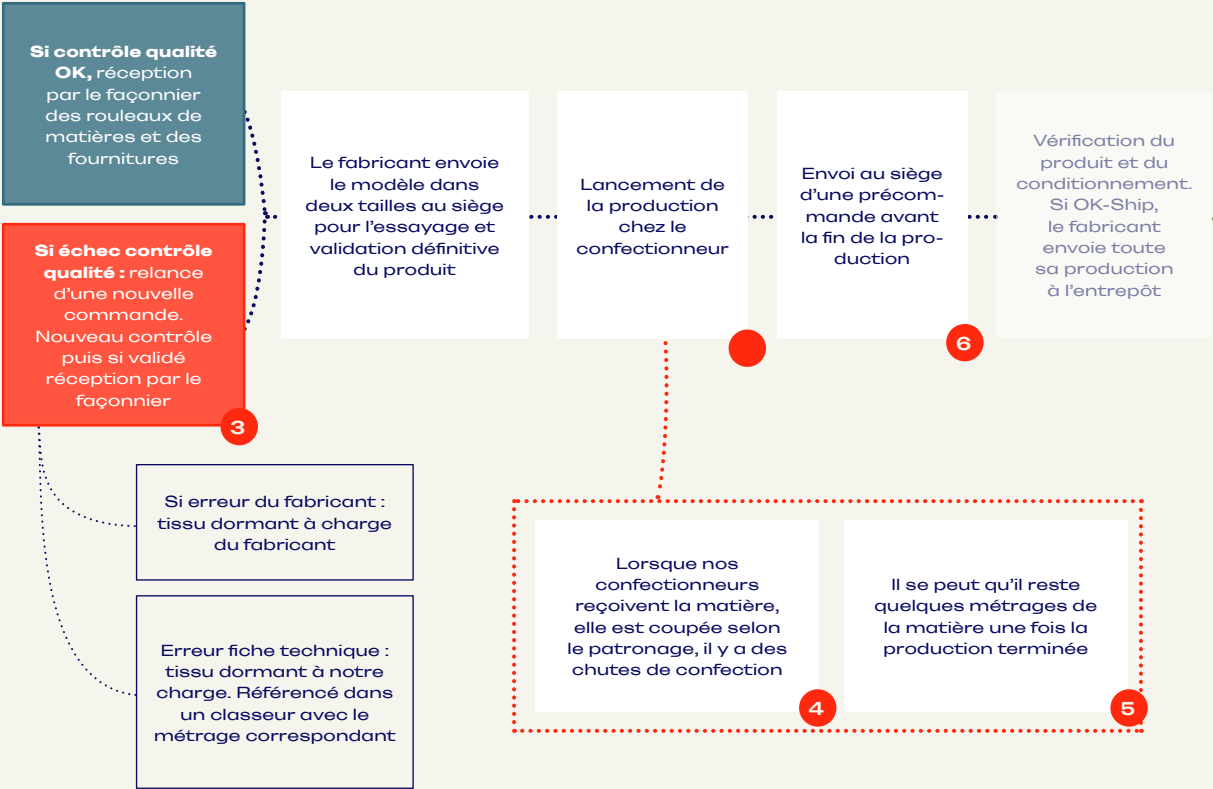
1 - CONCEPTION



- Zone d'optimisation du cycle de vie
- Zone d'amélioration continue du cycle de vie
- Perte matière identifiée

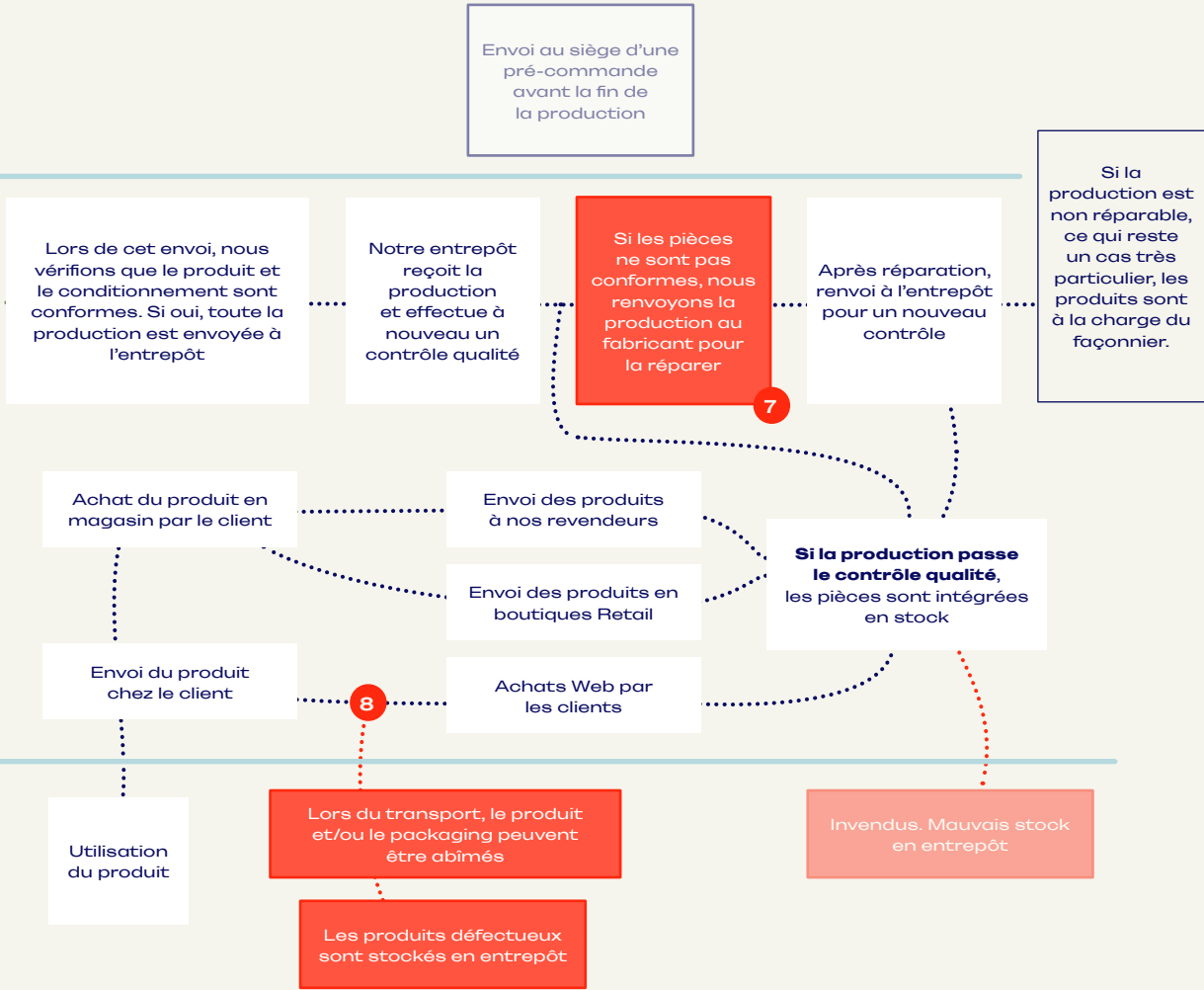
Pour Le Slip Français, l'éco-conception consiste à **identifier puis à prendre en compte les impacts environnementaux dans le cycle de vie des produits**. À date, il est compliqué d'avoir des outils qui recensent l'ensemble des impacts et pertes matières de la conception à la fin de vie de nos produits. L'objectif défini avec le comité de mission est de **formaliser cette démarche par une cartographie évolutive**. L'objet des premiers mois a été de réaliser cette cartographie afin d'identifier nos **impacts** et définir nos **leviers d'action**. La suite sera de quantifier ces pertes matières et d'agir à leur réduction.

2 - PRODUCTION



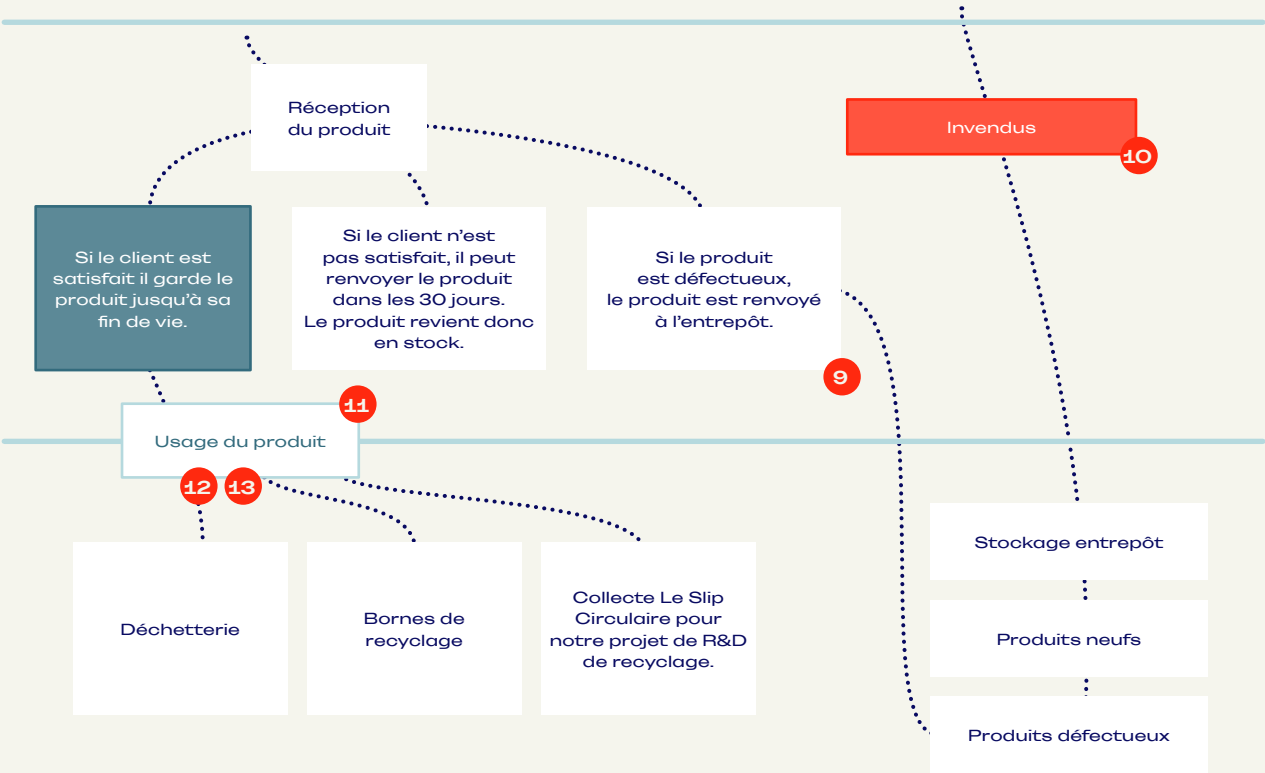
OBJECTIF #1
RETRACER LE
CYCLE DE VIE DE
NOS PRODUITS

3 - DISTRIBUTION



- Zone d'optimisation du cycle de vie
- Zone d'amélioration continue du cycle de vie
- Perte matière identifiée

4 - USAGE ET FIN DE VIE



13 ÉTAPES PRIORITAIRES POUR DIMINUER NOTRE IMPACT

1 - CONCEPTION

PERTE	LEVIERS D'ACTION
1 Métrages qui servent à valider la matière sélectionnée pour un nouveau produit.	Nous faisons dons à des créateurs et/ou écoles pour de l'upcycling ou des cours de couture.
2 Prototypes. Avant que le produit n'arrive en boutique, nous faisons plusieurs essais afin d'avoir la coupe et les finitions les plus adaptées. Cela nécessite parfois plusieurs prototypes non-conformes.	Ces prototypes sont proposés sur notre plateforme de seconde main afin de les valoriser. Il est indiqué sur la fiche produit que ce produit est un prototype. Nous faisons beaucoup de déclinaisons d'un même modèle en différents coloris, ce qui permet de limiter le nombre de prototypes puisque le modèle existe déjà. > À venir : Nous souhaitons aller plus loin et diminuer les nombres de prototypes avec la 3D, cela demande des logiciels qui représentent un coût important ainsi que la formation de nos équipes. C'est un sujet sur lequel nous travaillons.

2 - PRODUCTION

PERTE	LEVIERS D'ACTION
3 Échec contrôle qualité de la matière commandée.	Nous menons une réflexion au mieux pour être arrangeant mais c'est parfois impossible. Si l'erreur vient du fabricant, alors le tissu est à sa charge. Si l'erreur provient de nos équipes, alors le tissu est à notre charge. Nous le référençons dans notre inventaire avec le métrage correspondant afin de tenter de lui trouver une seconde vie.
4 Chutes de confection lors de la coupe des tissus.	Nos façonniers tentent de trouver des pistes de valorisation locale de ces chutes. Certains les font recycler en isolant, tous n'ont pas encore trouvé de solutions. > À venir : Nous sommes en réflexion sur un projet de recyclage des chutes de confection. Cela pourrait être un projet commun avec nos façonniers.
5 Restants de matières de production.	Les métrages restants sont inventoriés afin de privilégier ces matières et de les épuiser avant de reproduire. Les produits réalisés à partir de ces stocks sont identifiés avec la mention « Matière revalorisée » sur le site internet. L'inventaire des stocks restants n'est pas évident car nous travaillons avec une trentaine d'ateliers sur le territoire. Nous avons donc ouvert un entrepôt afin d'en faire l'inventaire le plus précis et qualitatif possible pour valoriser ces stocks.
6 Pré-ships, ce sont les pièces que nous demandons afin de valider et lancer une production.	Ces pièces sont réintégrées en stock.
7 Échec contrôle qualité à l'entrepôt. Parfois, le produit ne répond pas au cahier des charges défini avec nos façonniers. La qualité étant primordiale chez Le Slip Français, nous ne pouvons les accepter et les mettre à la vente.	La gestion se fait au cas par cas selon le défaut et la typologie de produits. Les produits qui ne passeront pas le contrôle qualité exigeant du Slip Français seront proposés sur notre plateforme de seconde main afin de les valoriser. Il sera indiqué sur la fiche produit que le produit n'a pas passé le contrôle qualité.



3 - DISTRIBUTION

PERTE	LEVIERS D'ACTION
8 Soucis transport.	Parfois, le produit s'abîme dans les transports. Ces produits sont ajoutés aux produits défectueux.
9 Cas d'un produit défectueux.	Pour ce qui est des défectueux, nous les stockons et les trions afin de valoriser les sous-vêtements dans notre projet de recyclage Mon Coton. Nous valorisons également les vêtements qui ne passent plus notre exigence qualité mais qui sont neufs et peuvent servir à d'autres via des dons ponctuels. > À venir : Nous souhaitons écrire un processus de la gestion des défectueux, et surtout les réparer dès que le défaut nous le permet....dès février 2022.
10 Invendus.	Nous tentons d'avoir les stocks les plus justes possible mais il nous reste parfois des invendus. Pour tenter de les écouler, nous faisons des ventes Veepee dans une logique d'écoulement des stocks restants. Si ces produits ne trouvent pas preneur sur cette vente, alors nous les proposons dans notre offre « braderie » sur notre site de seconde main. Après quelques temps sur la plateforme, les produits sont ensuite proposés en braderie du personnel puis en dons et recyclage lorsque cela est possible.

4 - USAGE ET FIN DE VIE

PERTE	LEVIERS D'ACTION
11 Produits abîmés ou qui ne servent plus.	Nous proposons un kit réparation, et proposons un service de réparation début 2022. Nous voulons encourager l'économie circulaire pour permettre à vos pièces de servir le plus longtemps possible. Avec la plateforme Le Slip dans le Bon Sens, vous pouvez acheter ou revendre vos vêtements Le Slip Français, et ainsi contribuer à bousculer le cycle conventionnel de la consommation pour créer un avenir sans gaspillage.
12 Produits en fin de vie.	Le projet circulaire du Slip Français s'est joint à l'initiative Moncoton pour développer de nouvelles techniques de recyclage du coton afin d'obtenir un fil suffisamment fin et qualitatif pour le réinjecter dans notre chaîne de valeur. Le projet a été initié il y a 3 ans en collaboration avec 1083, et est soutenu par Re_fashion. Nous redirigeons vers les bornes de collectes Le Relais pour les autres catégories de produits.
13 Emballages.	Les boîtes bleues, vous les aimez...pas systématiquement. Pour un cadeau c'est bien, quand vous êtes client régulier, vous ne savez plus quoi en faire. Alors on prend le point, on a réfléchi afin de vous proposer une solution alternative....dès début 2022.

→ À venir : Nous souhaitons chiffrer chacune de ces étapes de façon à évaluer l'impact des leviers d'action mis en place et être en mesure de nous fixer des objectifs ambitieux.

Sur certaines étapes comme le recyclage des chutes de confection, nous nous engageons dans de nouveaux projets.... restez connectés !



OBJECTIF #2

PROPOSER UN VESTIAIRE DE PRODUITS PERMANENTS DE QUALITÉ

Le Slip Français confectionne des basiques revisités, à porter en intérieur comme en extérieur au quotidien et offrant confort et durabilité. Ces essentiels décomplexés : c'est notre dégainé.

UNE GAMME D'INTEMPORELS

Notre créneau, c'est de faire des vêtements de qualité que vous aimerez toujours dans 10 ans, des intemporels que vous garderez autant que possible. L'essentiel de nos produits est donc ce que nous appelons les « permanents »*, et ce sont d'ailleurs les produits que vous appréciez le plus.

DES PRODUITS DE QUALITÉ

Nous avons une exigence particulière sur la qualité de nos produits. On vous explique ? Nous avons établi un cahier des charges afin de partager le cadrage qualité avec nos fournisseurs, les seuils, les tolérances.... en bref, nos façonniers savent que la qualité est un enjeu important au Slip et que chez nous, les produits sont conçus pour durer. C'est notre base de travail, et ce sur quoi nous nous accordons avant de sélectionner un nouveau partenaire. Ensuite, l'étape de mise au point du produit comprend plusieurs points de validation sous l'œil aiguisé du bureau d'étude. Une fois la production lancée, le fournisseur réalise un auto-contrôle, c'est-à-dire qu'il vérifie que la production respecte bien le cahier des charges. Un second contrôle est opéré par notre

entrepôt pour toutes les entrées en stock avant que les produits ne soient disponibles. En parallèle, nous effectuons des tests en laboratoire aléatoires par précaution. On ne vous le cache pas, il y a de l'humain derrière tout ça, et parfois, il peut y avoir un petit loupé. Rassurez-vous, on fait au mieux pour les éviter, promis !

Vos avis comptent et nous gardons toujours un œil sur les Avis Vérifiés que vous laissez sur nos produits, afin de capter les points d'attention. En 2021, pour aller plus loin dans notre démarche et suite aux conseils du comité de mission, nous avons mis en place un comité qualité. Ce comité analyse les remontées produits des clients afin de faire les ajustements nécessaires et d'être au plus proche des attentes des clients, grâce à un outil que nous avons nommé "Qualityslip".

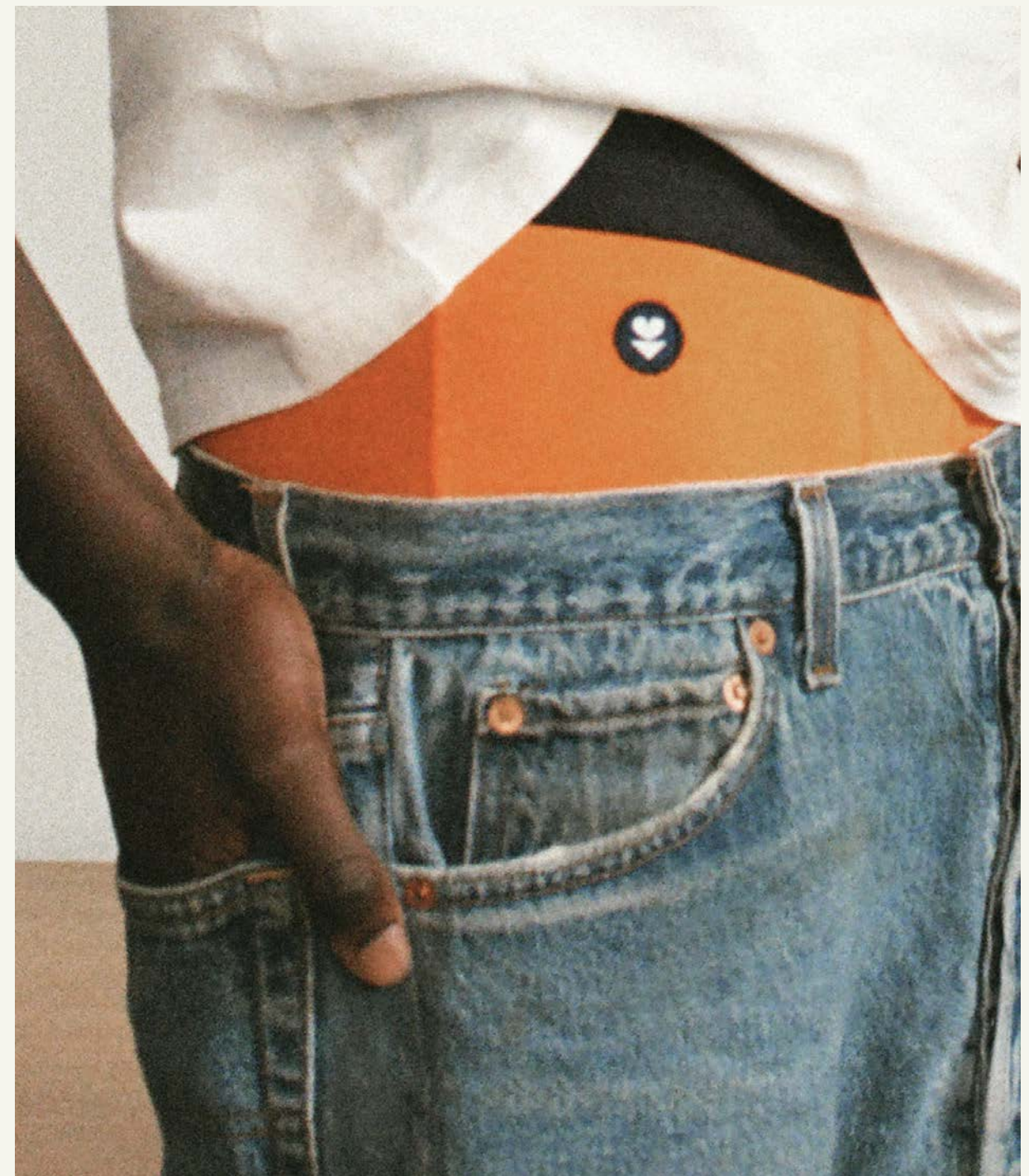
→ à Venir : nous souhaitons utiliser ce nouvel outil pour analyser de façon plus poussée les différents retours que nous pouvons avoir. Nous travaillons à proposer une solution de réparation dans le cas où un produit est défectueux, ou que le client souhaite faire un ajustement. Nous aimerions dans les prochaines années réussir à définir un indicateur quantitatif pertinent.

9,4/10

Note Avis Vérifiés
en 2021

200

produits qui
ne changent pas
d'une année à l'autre,
ce qu'on appelle
les "permanents"



Produits permanents : produits référencés dans l'offre toute l'année et déterminés à partir du volume de vente.

OBJECTIF #3

AGIR POUR UN SOURCING PLUS RESPONSABLE

Depuis 2018, nous menons une réflexion de fond sur les matières premières utilisées dans nos produits. **Puisqu'il n'existe pas de définition universelle de ce qu'est une matière "responsable", nous avons souhaité mener notre propre réflexion.** Nous avons identifié des matières alternatives au coton conventionnel, qui est notre matière première principale.

Notre réflexion nous a mené à des **matières alternatives**, organisées selon 4 catégories :

- **les matières biocentrées** (coton et laine issus de l'agriculture biologique, lyocell) qui mettent le respect de la vie environnementale au cœur de leurs procédés de fabrication,

- **les matières recyclées** (coton, laine, pol-
yamide et polyester recyclés) qui donnent une nouvelle vie à des matières existantes,

- **les matières locales** (lin, laine française, mélanges à partir de fibres locales) qui minimisent les impacts écologiques au travers de circuits courts,

- **les matières upcyclées**, qui privilégient l'utilisation de stocks existants plutôt que la production de nouvelles matières.

Pour qu'un produit soit catégorisé dans notre offre responsable, il doit être composé au minimum de 70% de matières citées ci-dessus. Si toute production induit nécessairement un coût environnemental, Le Slip Français travaille, à travers le développement de ces matières, à **limiter au mieux son empreinte.**

→ **À VENIR** : Nous souhaitons que 75% des nos volumes soient issus de ces matières alternatives d'ici 2023.

— L'AVIS DU COMITÉ

Martin : « Confectionner localement en France c'est bien et Le Slip Français le réalise déjà à 100% ! Hors, n'oublions pas que l'impact majeur sur l'environnement provient des matières et de leur transformation. Le Slip Français souhaite s'engager pour un sourcing encore plus responsable avec l'objectif 75% de matières locales, biocentrées ou recyclées d'ici 2023. Le comité tient à féliciter cet engagement qui dépasse déjà l'objectif fixé de 2021 avec 45%. »

45%
de nos volumes
en 2021 sont
issus d'une de
ces matières
alternatives

65%
de nos volumes
engagés pour 2022
seront issus d'une
de ces matières
alternatives



OBJECTIF #4

METTRE AU POINT LA FIBRE DE DEMAIN

LE RECYCLAGE DE RAISON : ÉTAT DES LIEUX

La course à la croissance s'est construite sans considérer le coût environnemental et sociétal des vêtements que nous fabriquons et portons. Il est nécessaire **de repenser la manière dont fonctionne la chaîne de fabrication**. La métamorphoser pour **passer d'une logique de production linéaire qui détruit les ressources à une vraie économie circulaire et vertueuse qui les réutilise pour les valoriser c'est un véritable enjeu**. Recycler un textile composé d'une seule matière est un processus de plus en plus maîtrisé, alors que le recyclage de fibres mélangées reste plus compliqué.

Nous nous sommes donc unis avec 1083 pour construire une mode plus circulaire avec le projet MON COTON.

MONCOTON, PROJET CIRCULAIRE

Depuis toujours, nous mettons des sous-vêtements sur le marché. Nous avons tenté de réaliser des sous-vêtements 100% coton, mais l'élasthanne apporte le confort qui est tant apprécié dans nos sous-vêtements. Nous utilisons au maximum 6% d'élasthanne. Nous ne souhaitons pas nous arrêter là, et contribuer à trouver des solutions pour les sous-vêtements en fin de vie, en leur donnant une deuxième chance.

Le projet circulaire du Slip Français s'est joint à l'initiative MonCoton pour **développer de nouvelles techniques de recyclage du coton, afin d'obtenir un fil suffisamment fin et qualitatif** pour le réinjecter dans notre chaîne de valeur. Le projet a été initié il y a 3 ans en collaboration avec 1083, et est soutenu par Re_fashion.

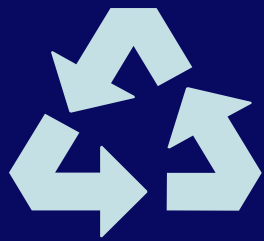
Le Slip Français porte ce projet depuis plus de 2 ans. Après avoir trouvé la meilleure manière d'effiloche et de carder le coton recyclé (et le coton vierge qui apporte la qualité manquante aux fibres recyclées), nous faisons les tests de filature. Le projet avance et nous espérons réussir à trouver la solution avant la fin de l'année 2023. On vous le confie, ce n'est pas gagné, mais on continue à se donner au maximum sur ce projet qui nous tient à cœur.

→ À VENIR : l'arrivée d'un produit à partir de ce fil recyclé, disponible dès le printemps 2023 ?



— L'AVIS DU COMITÉ

Sarah « Et si on pouvait se passer du coton - ou au moins d'une partie - en recyclant ses propres produits ? C'est le pari que s'est lancé Le Slip Français, en collaboration avec la marque 1083, à travers le projet MonCoton. Ils pourront ainsi limiter leurs importations de coton ; et créer LA fibre de demain. La team est encore au stade d'essais mais nul doute qu'ils y arriveront. Alors, à vous de jouer : rapportez vos anciens produits et participez à ce projet futuriste et innovant! »



PILIER #2 NOS USAGES

promouvoir
une mode
éthique et
responsable qui
limite son impact
écologique

Au-delà de nos produits, c'est l'entreprise toute entière qui porte la mission de réinventer avec panache l'industrie textile française.

Dans tous ses domaines d'action, elle cherche à minimiser son impact, tant sur le plan sociétal qu'environnemental.

NOS USAGES

- OBJECTIF #5

Mesurer nos émissions carbone

- OBJECTIF #6

Optimiser la gestion de nos stocks

L'exemple de la seconde main avec Le Slip Dans Le Bon Sens

- OBJECTIF #7

Sensibiliser aux coûts d'un produit textile



OBJECTIF #5

MESURER NOS ÉMISSIONS CARBONE

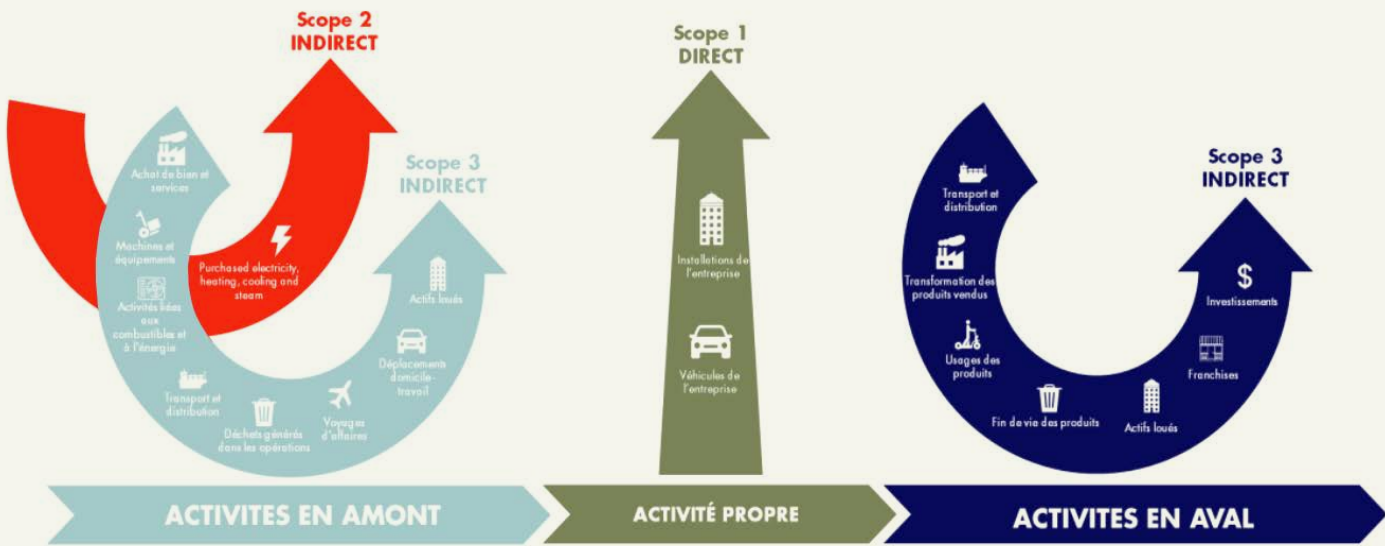
En 2021, nous nous engageons à mesurer notre bilan carbone, partager les conclusions de ce bilan et agir concrètement par la suite pour limiter les émissions identifiées en signant le “Climate Act”* aux côtés de 297 marques. Nous avons le devoir de prendre les mesures nécessaires face au réchauffement climatique, et cela commence par mesurer son empreinte. C’est ce que nous avons fait en calculant notre empreinte carbone sur l’année 2021. On vous explique.

Cette démarche s’inscrit dans une stratégie long terme.

Notre point de départ : mesurer nos émissions de CO2, et nous n’en resterons pas là, cela n’aurait aucun sens. En 2022, nous allons écrire notre stratégie climat afin de :

- #1 Réduire nos émissions de CO2
- #2 Vous informer et vous embarquer avec nous dans cette démarche
- #3 Développer des projets de séquestration du carbone

Ce bilan va nous permettre de nous rendre compte du chemin parcouru et de celui qu’il nous reste à parcourir. Pour aller au bout de notre démarche, nous avons fait le choix de couvrir toutes** nos émissions, directes et surtout indirectes, c’est à dire les scopes 1, 2 et 3, ce qui relève du bon sens. Cette étude a pour but de livrer des ordres de grandeurs des émissions CO2 de l’activité du Slip Français.



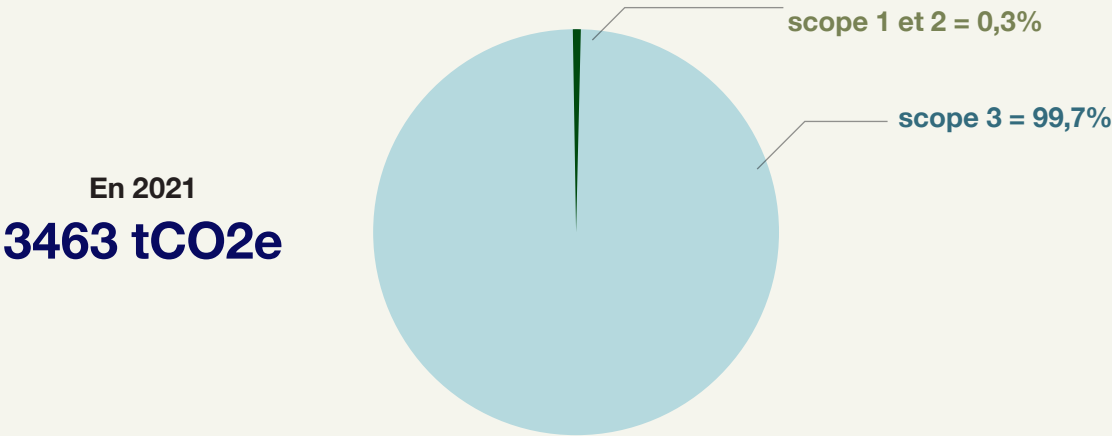
Le SCOPE 1 et le SCOPE 2 comprennent uniquement l’énergie utilisée directement par Le Slip Français, ce qui n’inclut pas la production des produits ou des matières premières.

Le SCOPE 3 est la partie controversée que beaucoup d’autres entreprises ne considèrent pas comme « leurs émissions ». Calculer l’impact des matières premières ou de la production de nos produits est primordial, bien que les usines ne nous appartiennent pas. C’est l’unique reflet de nos émissions.

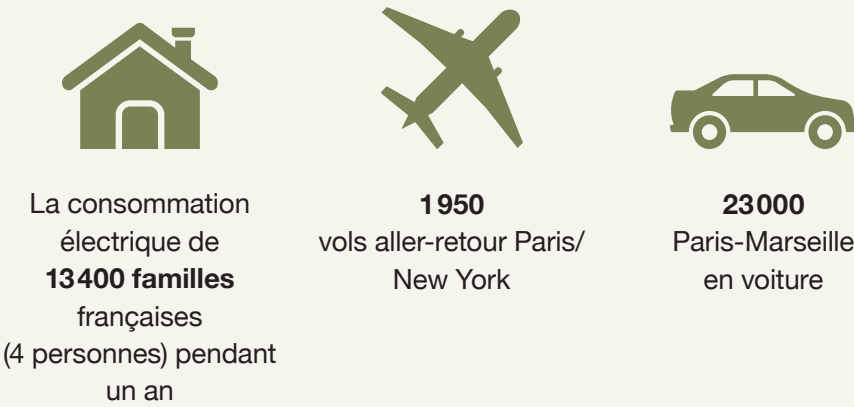
* Tribune signée par 297 marques relevant une réglementation peu contraignante pour les startups et PME concernant leur impact carbone.
** Toutes les informations concernant la méthodologie de calcul d’impact carbone du Slip sont à retrouver en note méthodologique (annexe 5 - page 83)

OBJECTIF #5 MESURER NOS ÉMISSIONS CARBONE

L'empreinte carbone



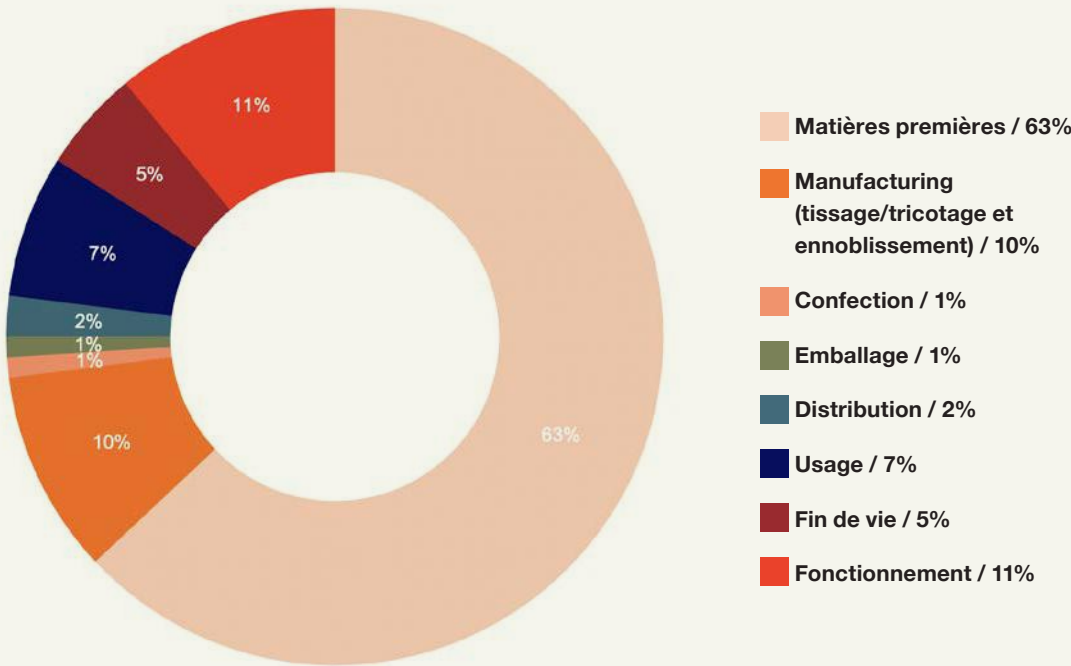
Que représente l'empreinte carbone du Slip Français ?



En moyenne, cela représente 3,7kg CO2e par produit.



Proportion des émissions de CO2 du Slip Français en 2021



Relocalisation et impact carbone, quel est le lien ?

Selon l'Union des industries textile, 95,7% du textile acheté aujourd'hui en France est confectionné hors de France (2021). **Les émissions de gaz à effet de serre de la filière proviennent essentiellement des différentes étapes de transformation des matières premières.** En effet, beaucoup de machines consommant de l'énergie se cachent pour transformer la fibre en produit textile. **Relocaliser la production en France**, du tissage ou tricotage des produits à la confection, permet de diminuer drastiquement notre impact carbone puisque les énergies utilisées dans le mix énergétique français émettent peu de CO2.*

Nous avons réduit grâce à la relocalisation une partie de nos émissions, cependant les efforts à fournir restent nombreux et nous nous engageons à co-construire une stratégie climat selon la méthodologie ACT Pas à Pas de l'ADEME, accompagnés par le cabinet spécialisé Utopies.

Pays de production	Impact carbone de la consommation de 1000 kWh
France	79
Portugal	255
Bangladesh	593
Chine	766

Un tee-shirt du Slip Français en coton issu de l'agriculture biologique émet 63% d'émission en moins qu'un tee-shirt en coton conventionnel produit en Chine et au Bangladesh.**

*L'électricité en Asie est produite essentiellement par des centrales à charbon ou à gaz (des énergies fossiles émettant des gaz à effet de serre par combustion).
**Selon la méthodologie Wikicarbonate fondée sur la Base Impacts de l'ADEME.

OBJECTIF #6

OPTIMISER LA GESTION DE NOS STOCKS

PRODUIRE JUSTEMENT

Produire justement, c'est avant tout assurer la pérennité de l'entreprise. C'est un enjeu économique, notamment lorsqu'on produit en France où les coûts de production sont conséquents.

Produire au plus juste est un travail du quotidien. Nous suivons de très près les ventes, les tendances afin de déterminer le volume qui nous semble le plus juste pour écouler l'ensemble de nos stocks. Même en circuit court, **ce n'est pas un exercice facile**. Pour cela, nous ajustons nos politiques d'achats avec nos fournisseurs pour trouver une agilité qui convienne à tous : nos fournisseurs matières, nos façonniers et nous. Produire au plus juste nous permet d'éviter les soldes, puisque nous défendons le juste prix de nos produits.

Ce taux moyen pour les marques françaises en 2021 était de 30% . Notre agilité et notre proximité avec nos fabricants nous permet d'être bien plus performant même si le contexte incertain lié au covid rend les prévisions difficiles.

DEUX COLLECTIONS PAR AN

Vous nous demanderez sûrement pourquoi ? Les collections, c'est pour nous l'occasion de vous proposer un peu de nouveauté, d'air frais (car parfois un peu de couleurs, ça ne fait pas de mal). C'est une façon d'expérimenter de nouvelles matières, **de nouvelles coupes, de mettre en lumière un artiste ou un créateur**. Ces collections permettent d'animer des temps forts et de continuer à vous embarquer avec nous dans l'aventure du Slip Français.

→ À venir : nous souhaitons limiter au maximum le taux de résiduel de nos collections et le taux de remise de nos produits. Nous souhaiterions arriver à un taux de remise de 11% maximum en 2022. Pour cela, nous testons de nouvelles façons de produire avec la précommande de la robe de chambre par exemple.

13%
Taux de remise :
en moyenne sur
l'année nous sommes
amenés à réaliser
13% de réduction sur
nos produits.

DÉFENDRE UN PRIX JUSTE ET FAIRE DES SOLDES ?

Notre définition des soldes

SOLDES n.m
Période pendant laquelle les produits des anciennes collections sont remisés pour pouvoir écouler la fin du stock et faire place à la nouvelle collection.

DANS UN MONDE IDEAL	DANS LA VRAIE VIE
JANVIER 2021	JANVIER 2021
En se basant sur les prévisions de l'année précédente et après étude de marché, on commande 343 boxers roses.	En se basant sur les prévisions de l'année précédente et après étude de marché, on commande 343 boxers roses.
SEPTEMBRE 2021	SEPTEMBRE 2021
Nos clients achètent exactement ces 343 boxers roses.	Nos clients achètent 300 boxers roses.
Reste en stock : 0 TROP FORTS LES ACHATS !	Reste en stock : 43 ON EN FAIT QUOI ?

Des soldes pour libérer les étagères, faire de la place pour la collection suivante, réduire les coûts de stockage chez nos fournisseurs et logisticien. Des soldes, oui, mais quand c'est nécessaire (et le moins possible), donc un taux de remise le plus faible possible.



🔍 ZOOM SUR...

LE SLIP DANS LE BON SENS DES ARTICLES CRÉÉS POUR DURER

Nos vêtements se mettent et se transmettent, ils sont créés pour durer et vivre plus d'une vie. Dans une démarche globale visant à diminuer notre impact, nous avons mis en place une plateforme de seconde main.

DÉGAINE DURABLE

Au-delà de nos engagements dans le recyclage et l'upcycling de nos matières, nous voulons encourager l'économie circulaire pour permettre à vos pièces de servir le plus longtemps possible.

Le Slip dans le Bon Sens nous permet de donner une seconde chance aux prototypes, aux produits qui n'ont finalement pas vu le jour, aux stocks dormants ou aux produits qui n'ont pas passé notre contrôle qualité. Avec la plateforme Le Slip dans le Bon Sens, vous pouvez également acheter ou revendre vos vêtements Le Slip Français, et ainsi contribuer à bousculer le cycle conventionnel de la consommation pour créer un avenir sans gaspillage.

ENGAGER LE MODE SECONDE MAIN AVEC LE SLIP DANS LE BON SENS

Le Slip propose une dégaîne indémodable. En 2021, reprendre vos produits fait partie de nos engagements pour une mode plus durable.



OBJECTIF #7

SENSIBILISER AUX COÛTS D'UN PRODUIT TEXTILE

La fabrication locale est un engagement qui prend son sens dans une vision à long terme.

Aujourd’hui, il reste impossible de concurrencer les prix que la fast fashion impose en exploitant les ressources humaines et environnementales de pays en développement.

Cependant, grâce à la prise de conscience de plus en plus de consommateurs, notre modèle attentif aux enjeux de tous les acteurs de la chaîne s’impose auprès de plus en plus d’entreprises.

Nous tentons à travers notre discours, nos pages web, nos communications sur les réseaux sociaux, nos articles et newsletters de sensibiliser au juste prix d’un vêtement, ainsi qu’à son impact. Comprendre les multiples étapes du cycle de vie d’un vêtement permet

de prendre conscience des efforts réalisés par Le Slip Français pour une production plus locale qui limite son impact social et environnemental.

En ce sens nous avons décomposé le prix de 3 produits iconiques représentatifs de 3 familles de produits :

- Le Marius (Sous-vêtement homme)
- Le Capitaine (Bain)*
- Le masque (Sanitaire)*

*Décomposition à retrouver en annexe 3 - page 74.

→ À venir : nous souhaitons avoir décomposé le prix de 100% des familles de produits que nous proposons d’ici 2023.



48%

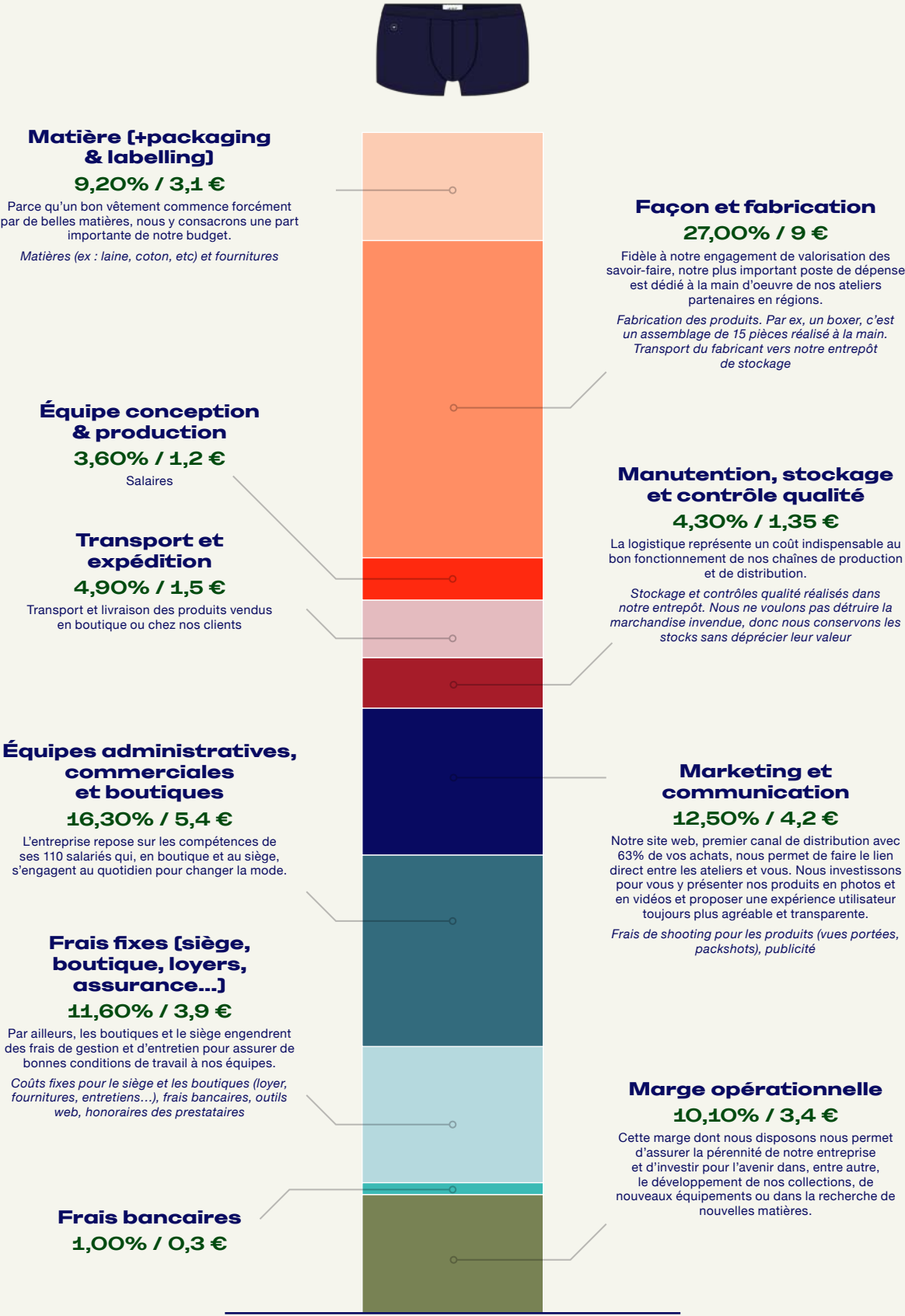
Part de familles de produit faisant l’objet d’une décomposition des prix

LE LOCAL, ÇA VAUT LE COÛP !

le juste prix du Slip Français

Décomposition de la marge en % du CA HT sur la base de l'année 2020

exemple sur un boxer classique imprimé



*L'analyse ci-contre est basée sur les chiffres 2020.



PILIER #3 NOTRE ÉCOSYSTÈME

valoriser
les savoir-faire
et le panache
entrepreneurial
français

Devenir le chef de file d'un nouvel entrepreneuriat (français) à impact positif. Nous créons de l'emploi et de la valeur au-delà de la sphère économique. Nous prenons nos décisions avec bon sens pour viser un impact environnemental, social, sociétal, le plus positif possible.

Fidèles à un esprit français d'ouverture et d'audace, nous voulons mettre en lumière la richesse culturelle et la diversité qui nous entourent et stimuler toutes les créativité. Nous voulons montrer le chemin. Nous voulons que notre succès et nos pratiques inspirent d'autres marques, petites et grandes, que même nos erreurs leur montrent comment les éviter. Notre croissance n'est pas une fin en soi mais la preuve de la justesse de notre combat et le moyen de le mener plus loin.

NOTRE ÉCOSYSTÈME

- OBJECTIF #8

Construire un réseau de fabrication locale

L'exemple de La Manufacture de pantoufles

- OBJECTIF #9

Innover avec nos façonniers... pour des matières plus locales

- OBJECTIF #10

Façonner une mode solidaire



OBJECTIF #8

CONSTRUIRE UN RÉSEAU DE FABRICATION LOCALE

LA BONNE FAÇON

Grâce à nos 29 fabricants partenaires répartis partout en France, il y a toujours un atelier du Slip Français à moins de 250km de chez vous. Souvent labellisés Entreprise du Patrimoine Vivant et/ou Origine France Garantie, leur expertise assure **une production locale et engagée** pour le bien-être de tous. **Les savoir-faire régionaux et exceptionnels** de l'industrie textile française sont ainsi pérennisés à travers **252 emplois indirects** dédiés à la confection de vêtements durables.

Cet écosystème est bien plus qu'un partenariat d'entreprises : **cultivateurs, éleveurs, fournisseurs de matières et d'accessoires, filatures, tricoteurs, tisseurs, enoblisser, confectionneurs... et bien d'autres** forment une communauté dont les vies sont liées et la vision est commune.

LA VALEUR SÛRE

Si ce fonctionnement en circuit court et cet engagement de qualité ne sont pas des évidences pour tout le monde, l'ambition du Slip Français est justement de **montrer que ce modèle peut être pérenne**.

En s'attachant aux produits et à ceux qui les font, nous faisons le choix de **consacrer notre plus important poste de dépenses à la main d'œuvre**, soit en l'occurrence 10 fois plus que si l'on fabriquait à l'autre bout du monde.

Parce que la protection sociale et la valorisation des compétences font partie de l'esprit français qui nous anime et qu'être juste n'empêche pas de construire un modèle industriel, compétitif et rentable.

→ À venir : nous souhaitons continuer à confectionner uniquement en France dans les prochaines années et faire de même pour que nos matières soient tissées ou tricotées en France (seule exception pour les matières upcyclées qui sont achetées sur étagère et pour lesquelles l'information n'est souvent pas disponible).

— L'AVIS DU COMITÉ

Christophe : « Au cœur même de la mission et du nom, l'engagement à fabriquer français reste total et entier. Depuis 10 ans ce fonctionnement en circuit court pérennise et valorise la filière textile française avec plus de 252 emplois indirects créés. La rencontre du comité de Mission avec les employés de Lemahieu a rendu totalement concret et tangible l'engagement du Slip Français pour une mode plus juste et légitime pleinement la part prépondérante consacrée à la fabrication dans le prix (plus du quart). Le local ça vaut le coût !! Et ça continue de bouger et d'innover avec les nouvelles initiatives telles que la Manufacture de pantoufles et Façon de Faire. »


100%
Tissage ou tricotage français*


100%
Confection française


107
Créations d'emplois directs

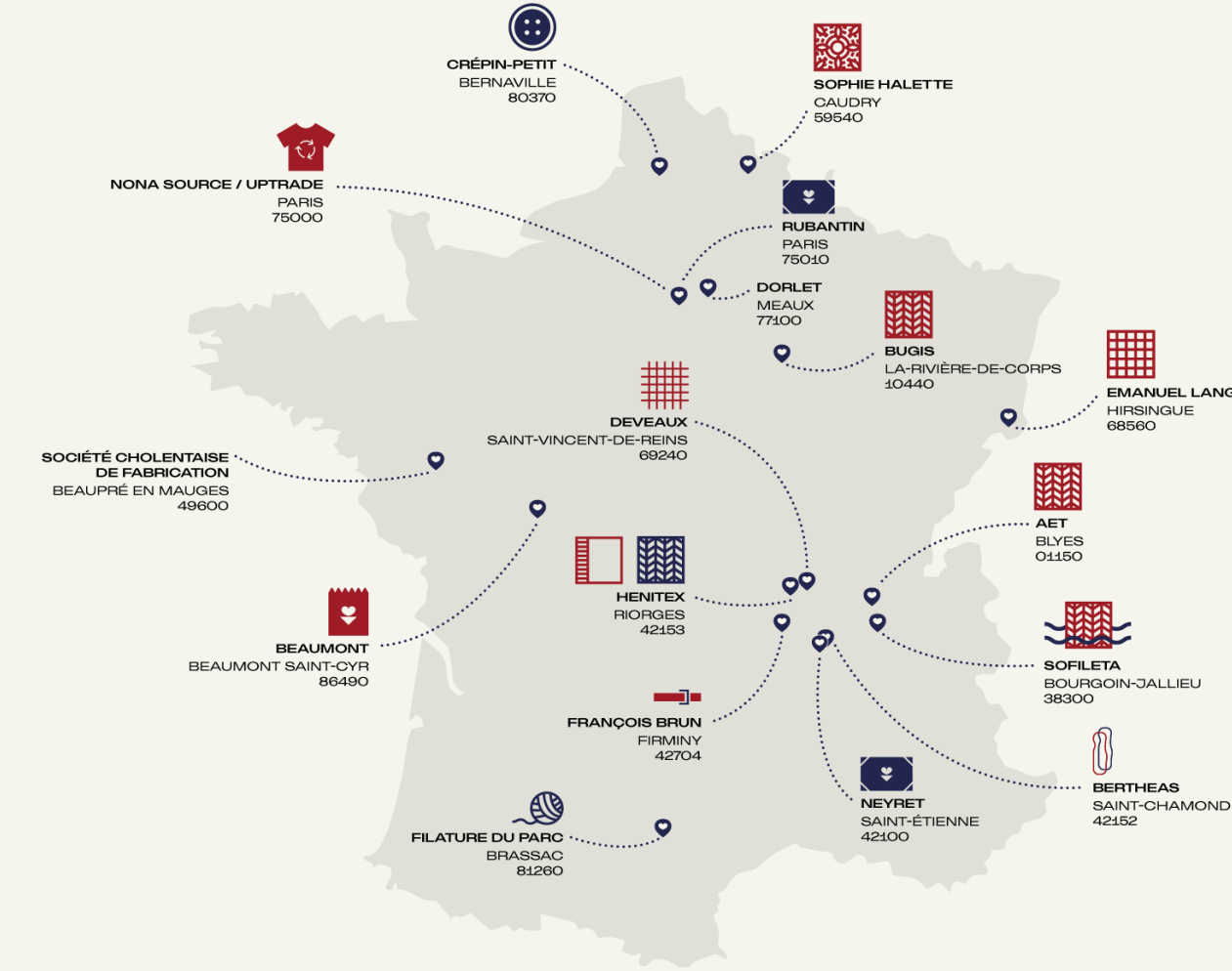

252
Créations d'emplois indirects

*Ce chiffre concerne les matières que nous faisons produire

LA FABRICASLIP

réinventer avec panache
l'industrie textile française

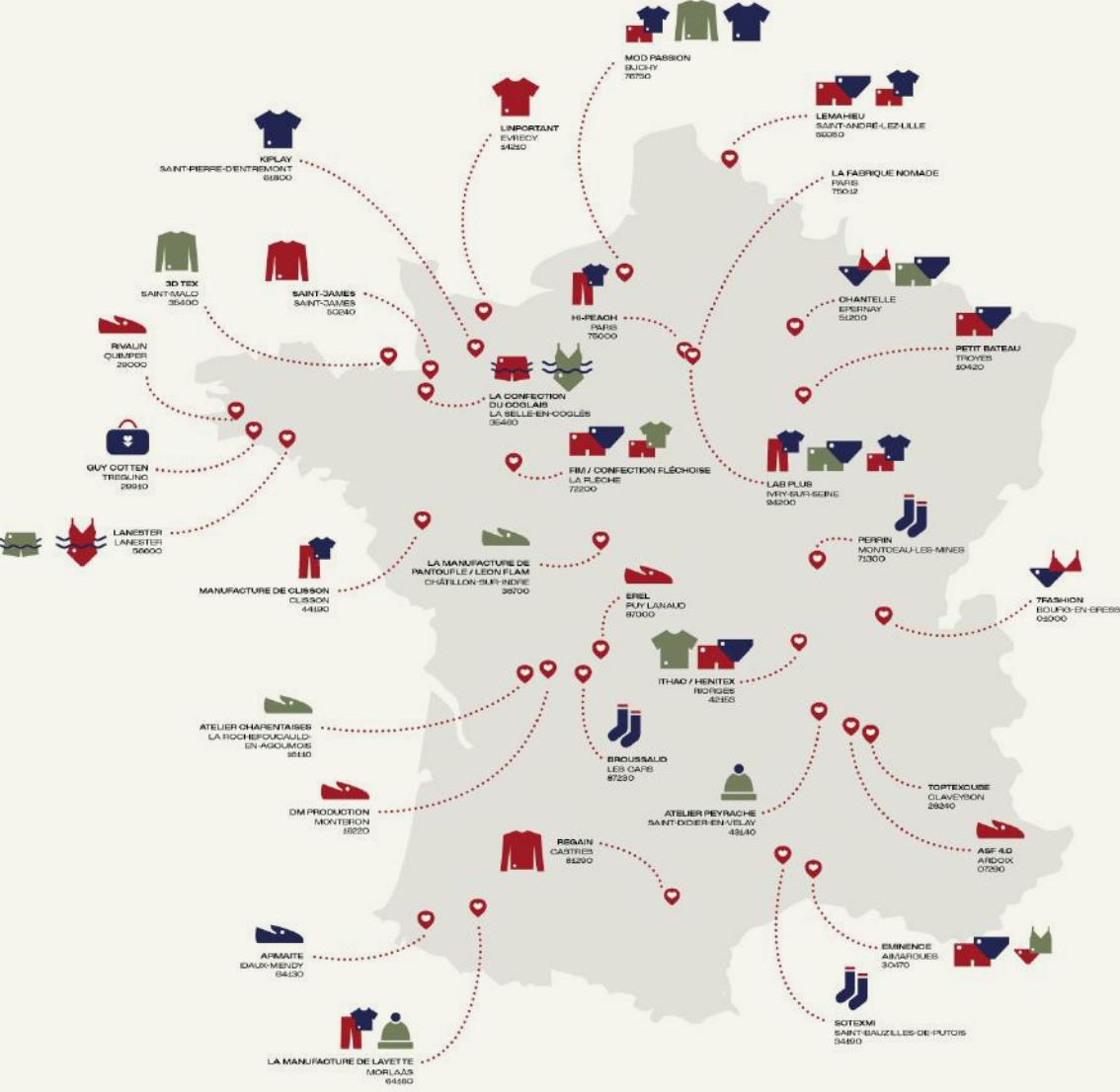
FABRICANTS MATIÈRES PREMIÈRES



LA FABRICASLIP

réinventer avec panache
l'industrie textile française

FAÇONNIERS



 ZOOM SUR...

LA MANUFACTURE DE PANTOUFLES

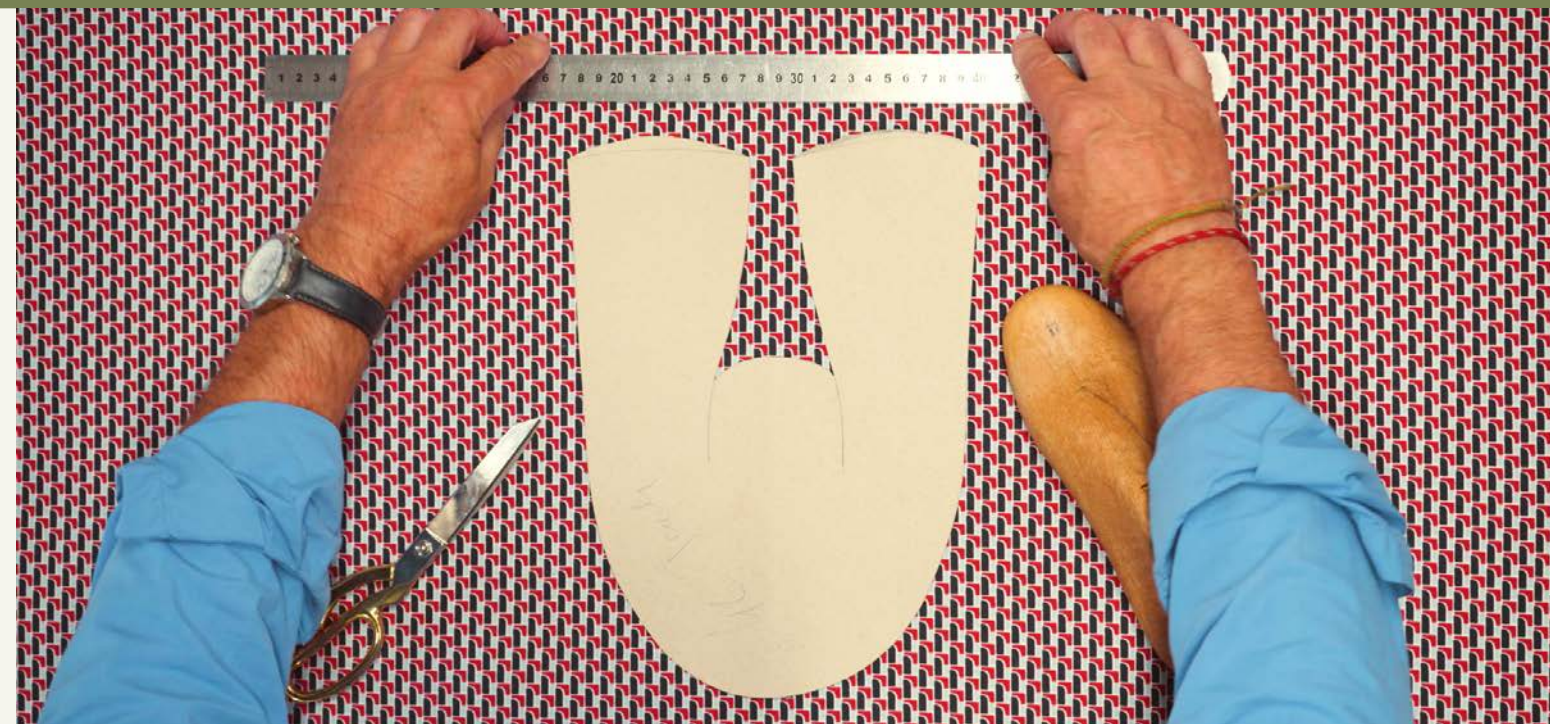
Depuis 10 ans, Le Slip Français et Léon Flam partagent l'aventure de la **fabrication locale et de la réinvention de la filière textile française**. En collaborant étroitement dans la fabrication de masques durant la crise du Covid, l'idée d'un nouveau projet commun est née : la manufacture de pantoufles !

Depuis quelques années, vous nous avez posé un défi de taille 36 à 45 : fabriquer vos chaussons, vos charentaises, vos pantoufles. Car clairement à l'heure du télétravail, la pantoufle est de retour !

La charentaise est un savoir-faire unique et historique, qui incarne le confort et le homewear à la française, soit tout ce qu'on aime chez Le Slip Français. Mais voilà, en 30 ans, **la filière a perdu 90% de ses ateliers. Aujourd'hui, on travaille avec 3 des derniers ateliers encore en activité** et on n'est pas en mesure de répondre à votre demande. Investir, former, recruter prend du temps. Nos fabricants ne peuvent pas s'adapter du jour au lendemain.

Alors évidemment, nous allons continuer à travailler avec eux. Pour nos dix ans, nous allons au bout de nos idées. Afin d'être droits dans nos pantoufles, nous avons décidé de répondre à votre demande à notre manière, en nous lançant dans le projet le plus fou depuis nos débuts. Chez nos amis de Léon Flam, dans l'Indre, **nous avons ouvert notre première usine de chaussons : La Manufacture de pantoufles**.

Aujourd'hui, ce sont **6 employés**, dont 5 en reconversion professionnelle et une employée de la maroquinerie Léon Flam, qui ont été formés en novembre dernier afin de confectionner vos pantoufles. La production est lancée et ce sont **plus de 600 paires de pantoufles par semaine** qui sont fabriquées grâce à **Lucas à la coupe, André, Cathy et Isabelle au piquage, Emmanuel à la presse et Priscilla en Responsable de production**.



TISSER DES LIENS

En relocalisant les productions, en développant des matières locales et alternatives,
Le Slip Français œuvre pour faire vivre un écosystème durement touché depuis 50 ans.

FAÇON DE FAIRE

regroupe une partie des industriels de la filière textile qui s'engagent pour le Made in France afin d'innover collectivement et de fabriquer localement des vêtements durables.

LES PRÉMICES

Façon de Faire (FDF) a pris la suite de l'initiative Savoir Faire Ensemble (SFE) qui est née au début de la crise sanitaire liée à la Covid-19, sous l'impulsion du Ministère de l'Économie, du Ministère de la Transition Écologique et du Comité Stratégique de Filière (CSF) Mode et luxe.

Le but de l'initiative était d'organiser la filière du textile et de la mode pour répondre au besoin d'approvisionnement en masques grand public et surblouses en tissu. En quelques semaines, elle a rassemblé plus de 1500 entreprises de la chaîne de l'industrie textile/mode. Savoir Faire Ensemble a alors permis la production de plus de 200 millions de masques grand public et 12 millions de surblouses sanitaires.

LE DÉBUT D'UNE NOUVELLE AVENTURE

En juin 2020, suite au succès de l'initiative, Yves Dubief (Président de l'Union des Industries Textiles) et Guillaume Gibault se voient confier la mission d'accompagner la filière et faire connaître la production française de masques en tissu par le ministère de l'Économie et des Finances et la Direction générale des entreprises (DGE).

UN CHANGEMENT DE NOM POUR PORTER DE NOUVEAUX PROJETS

En juin 2021, l'association prend le nom de Façon de Faire pour marquer la fin de sa mission d'intérêt général liée aux masques et développer de nouveaux projets inter filières. Au-delà d'encourager la réindustrialisation, l'association participe au mouvement de fonds en faveur d'une mode locale et durable. Guillaume Gibault en est le Président et Léa Marie (Directrice Production du Slip Français), la Vice-Présidente.



137

Mises en relation
via la plateforme

247

Acteurs qui utilisent
la plateforme FDF



FAÇON
DE FAIRE

OBJECTIF #9 INNOVER AVEC NOS FAÇONNIERS...



De la **laine mérinos** produite sur les plateaux de Valensole à la **dentelle** confectionnée à Caudry, en passant par les maillots de bain en **nouvelles matières recyclées** fabriqués aux Portes du Coglais, c’est toute l’industrie du textile français qui invente une fabrication locale d’avenir.

Cette marge que l’entreprise parvient à dégager permet d’investir entre autre dans la recherche et le développement de nouvelles matières **alternatives**. Elle permet aussi de soutenir les **acteurs locaux**, pour favoriser les initiatives de production de matières premières dans nos régions, et d’éviter que le lin ou la laine par exemple ne soient exportés à moindre coût.

Enfin, après des décennies de délocalisations, notre ambition n’est pas de sauvegarder une industrie du passé, mais **d’innover et d’inventer celle du futur en modernisant les outils et techniques de fabrication**. Par exemple à travers les projets MonCoton en développant de nouvelles techniques de recyclage, comme le seamless, la virtualisation et beaucoup d’autres à venir.

Grâce aux innovations numériques et technologiques de ces dernières années, le vêtement local retrouve ainsi un nouveau souffle, pour changer la mode et changer le monde.

ZOOM SUR...

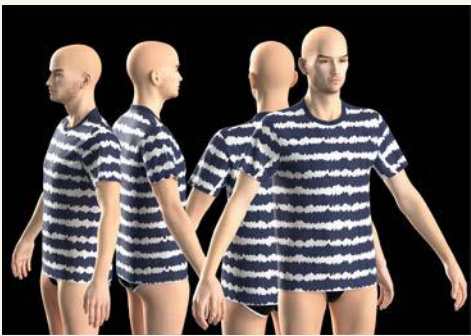
LE SEAMLESS ou SANS-COUTURE



Henitex réalise l’implantation de la première unité de production seamless sur le territoire Français. Le seamless est une technologie en tricotage issue du métier chaussant. Cette technologie présente plusieurs avantages :

- **un avantage technique** puisqu’elle permet de réaliser des vêtements quasi sans couture, promesse de confort.
- **un avantage économique** pour la France puisqu’en réduisant les coûts de main d’œuvre et en y apportant de l’innovation, on permet à un produit industriel textile de redevenir compétitif.
- **un énorme avantage écologique** : le seamless, c’est 30 % de déchets textiles et 30% d’eau en moins par rapport au même vêtement monté en coupé cousu.

LA VIRTUALISATION



La virtualisation, c’est-à-dire la **conception 3D**, nous permet de concevoir autrement. Les pertes lors de la coupe avant confection sont en moyenne dans le secteur de 30%. Afin de les limiter, notamment sur une matière aussi noble que le lin français, nous avons utilisé pour la première fois la virtualisation pour optimiser le placement de la coupe en lien avec le patronage. Nous avons réussi à limiter les pertes à moins de 20%, et ce grâce à une co-construction avec **Linportant** pour le tshirt Camillo.

OBJECTIF #9 ...POUR DES MATIÈRES PLUS LOCALES

Tout fabriquer localement, c’est l’engagement du Slip. Mais pour réinventer durablement l’industrie textile, on a voulu remonter le fil et aller jusqu’à produire les matières premières au plus près.



 **JOHNNY**
100% Lin Français
100% local

LE LIN, MATIÈRE LOCALE “LINPERTINENT”

La France est le premier producteur de lin, mais 90% des récoltes de la filière partent en Chine. Nous avons donc souhaité valoriser cette matière locale. En 2021, nous vous avons ainsi proposé 10 produits en lin français. Nos équipes ont eu à cœur de remonter le fil et de prouver qu’il était possible de concevoir autrement, **à partir d’une matière noble, locale et écoresponsable**. Sur le lin, nous sommes en recherche et développement en permanence. Nous co-construisons notre offre avec l’industrie française, nous co-écrivons nos produits avec elle. Sur l’année, nos produits en matières premières locales représentent **1% des volumes**. C’est un premier pas qui aura demandé beaucoup d’énergie, et nous souhaitons chaque année produire plus de produits à partir de celles-ci.



© Sebastien Rande



LUDO
100% Laine Française
100% local

LA LAINE, MATIÈRE LOCALE “ON PULL FAIRE”

Aujourd’hui, **80% de la laine tondue en France est vendue en Chine**, à perte, simplement pour minimiser le coût de la tonte. Un manque à gagner pour les éleveurs, et une abondance de matière non exploitée par les producteurs français. L’objectif du Slip Français et du Collectif Tricolor est de **revaloriser la filière lainière française et ses troupeaux de moutons** (les plus grands d’Europe) en mettant en contact les éleveurs avec les marques locales. Notre premier pull en laine française, **le Ludo**, a vu le jour en 2019. Il est, depuis, accompagné de Lubin, Helline, Ludovic et René.



→ À venir : nous aimerions en 2022 atteindre **2% de nos volumes en matières locales** telles que le lin, la laine, le chanvre cultivés sur le territoire, et 3% en 2023. Cela nécessite des investissements importants et de remonter le fil des filières locales.

1%
des volumes en matières locales en 2021

En 2021, 4 pulls sur 6 de notre collection intègrent de la laine française, en 2022 ce sera 6/6.

— L’AVIS DU COMITÉ

Aude « Le Slip Français a dépassé l’objectif fixé à 1% avec une part de 1,15% en volume de produits intégrant des matières premières locales. Plus qu’une relation binaire client-fournisseur, la société fait preuve d’une implication stratégique forte auprès des producteurs et des agriculteurs. Elle démontre aussi par l’exemple le respect de la Terre et du Terroir, intégrant leur variabilité jusqu’à redéfinir sa stratégie de lancement produits. »

Nous vous expliquons la chaîne de valeur du lin et de la laine en Annexe 4.

OBJECTIF #10

FAÇONNER UNE MODE SOLIDAIRE

LA FABRIQUE NOMADE, PARTENARIAT SOLIDAIRE POUR L'INSERTION

Inès Mesmar rencontre Guillaume Gibault fondateur du Slip Français et ses équipes en septembre 2020, ils se rejoignent sur une envie commune : **enrichir le secteur textile en plein renouveau par l'apport des compétences des couturiers réfugiés et migrants régularisés, et leur transmettre les savoir-faire des ateliers français** pour réinventer ensemble une industrie textile dans un modèle durable, humain et ouvert.

L'objectif : développer 4 piliers d'actions pour les aider à intégrer les ateliers textiles français qui ont beaucoup de mal à recruter et à former.

AVANCER EN COLLECTIF

Chez Le Slip Français, nous sommes convaincus que **nous avancerons plus vite collectivement, afin d'avoir un impact à plus grande échelle**. Ainsi, pour parvenir à former et mobiliser tous les acteurs (maillons) de la chaîne, nous nous engageons aux côtés de plusieurs collectifs de matières locales (ex : lin et laine) et de l'association Façon de Faire. Nous proposons également des **programmes de mentorat** auprès de marques textiles qui se lancent ou auprès de femmes entrepreneures avec Makesense. Enfin, nous apportons un mécénat technique à La Fabrique Nomade. Cela représente plus de 270 heures de formation et de conseils en 2021, dans le but d'avancer ensemble dans le bon sens.



270 H

C'est le nombre d'heures de mécénat et/ou mentorat données depuis début 2021 par les équipes du Slip Français à des acteurs de la filière textile française.

22K€ | 40 H

C'est le montant versé et les heures de mécénat données en 2021 à La Fabrique NOMADE



© Romain Gaudin

FABRICATION

Soutenir l'activité de confection/ fabrication textile de La Fabrique NOMADE via une capsule solidaire.

INSERTION

Faciliter l'insertion des couturiers au sein du secteur textile via le réseau et les partenaires du Slip Français.

MÉCÉNAT TECHNIQUE

Enrichir le dispositif de formation de La Fabrique NOMADE.

FINANCEMENT

Chaque dernier vendredi du mois, Le Slip Français reverse 5% de ses ventes au profit de l'association. En parallèle, 100% des bénéfices de la capsule solidaire parrainée par Agnès b. sont reversés.



10 ANS D'ENGAGEMENT

changer la mode,
changer le monde

On espère que ce rapport vous a convaincu, Le Slip Français porte sa mission avec enthousiasme, sérieux et grande ambition. Mais si elle est aujourd'hui vécue et portée par tous, c'est parce qu'elle vient formaliser un engagement profond et sincère depuis les débuts de l'aventure.

10 ANS D'ENGAGEMENT

1 - L'engagement collaborateur

2 - Rétrospective



L'ENGAGEMENT COLLABORATEUR

	2020	2021
EFFECTIF GLOBAL		
Chiffre total de l'effectif à date	137	145
Répartition par type de contrats		
CDI	81	87
CDD	4	8
Stage	13	6
Apprentissage	2	6
Renforts CDD de Noël	36	37
Part de salariés en CDI (%)	59%	60%

AGE		
Répartition par tranche d'âge		
Millenials (< 26 ans)	43%	37%
Génération Y (26 ans à 39 ans)	55%	57%
Génération X (40 à 54 ans)	1%	6%
Baby boomers (+ de 55 ans)	1%	1%

ENGAGEMENT		
Taux de réalisation des entretiens individuels	100%	100%
Note de satisfaction globale au siège (/10)	7,9	8,3
Nombre d'accidents du travail	1	2
Taux d'absentéisme	1,6%	2,5%
Ancienneté moyenne	17 mois	18 mois
Taux de turnover	9%	8%

FORMATION		
% de personnes aillant suivis au moins 1 formation	35,2%	51,9%
Dont % formations professionnelles	19,4%	18,6%
Dont % sensibilisations internes	80,6%	81,4%

Budget formation	15 000 €	37 992 €
Budget moyen par salarié	254 €	690 €

	2020	2021
INCLUSION DIVERSITE		
Répartition H/F dans l'entreprise (%)		
Homme	37%	31%
Femme	63%	69%
Répartition H/F chez les managers (%)		
Homme	27%	27%
Femme	73%	73%
Répartition H/F au CODIR (%)		
Homme	50%	44%
Femme	50%	56%
Indicateur inclusion H/F (sur 100 point)		
	85	98
Indicateurs mixity (notes en %)		
Général	45%	72%
Genre	52%	66%
Handicap	46%	59%
Multi-culturel	33%	55%
Multi-générationnel	46%	62%
LGBTQ+	49%	50%

SALAIRE		
Écart de salaire entre le plus bas et le plus haut*	< 5	< 5
*hors mandataire		

Depuis 10 ans, ce sont **605** personnes qui ont contribué au développement du Slip Français.

Aujourd'hui, c'est une équipe engagée de 110 personnes qui œuvre au quotidien pour faire avancer Le Slip dans le bon sens. Une équipe réunie par 4 valeurs communes :

SAVOIR FAIRE

Le Slip Français avance avec bon sens afin d'apporter des solutions pour tout l'écosystème Français textile. En chef de file, dans tous les métiers et savoir faire qui composent son quotidien, nous souhaitons progresser sans cesse, innover, inventer, défricher et montrer l'exemple.

SAVOIR OSER

Le Slip Français est audacieux. Nous aimons être précurseur, prendre des risques pour faire bouger les lignes et bousculer les codes. La prise de risque fait partie de notre culture d'entreprise au quotidien.

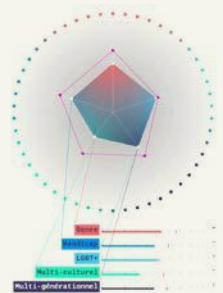
SAVOIR VIVRE

Le Slip Français respecte profondément toutes ses parties prenantes. Nous nous efforçons de construire des relations de long terme bénéfiques à chacun. Nous sommes à l'écoute de notre communauté et l'impliquons autant que possible dans nos décisions.

SAVOIR FÉDÉRER

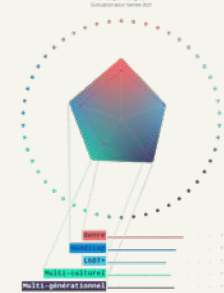
Le Slip Français embarque tout son écosystème dans ses projets porteurs de sens. Nous sommes optimistes, sérieux sans nous prendre au sérieux et nous nous engageons pleinement pour imaginer et fédérer des projets collectifs ambitieux.

2020



SCORE GLOBAL
45 pts

2022



SCORE GLOBAL
72 pts

NOTRE EMPREINTE MIXITY

Mixity est un outil digital de **mesure de la diversité et de l'inclusion** au sein des organisations. Cet outil, que nous avons commencé à utiliser en 2020, nous permet d'évaluer, de mesurer, de piloter et de promouvoir nos engagements et dispositifs en ce qui concerne la diversité et l'inclusion. L'évaluation se base sur différents volets, tels que : **le genre, le handicap, le multiculturel, le multigénérationnel, LGBTQ+.**

8,3

Note de satisfaction globale des équipes siège

Source : résultats Bloom sur l'année 2021, questionnaire de satisfaction envoyé aux collaborateurs tous les 15 jours

98%

des collaborateurs sont fiers de la vision du Slip et des produits que nous proposons

Source : Résultats du questionnaire annuel envoyé aux salariés en 01/2022

RETROSPECTIVE BON SENS

2011 à 2019



2011
FABRICATION

Du fil à l'emballage final en passant par les fournitures, toute la confection est locale, engagée pour la préservation des emplois et des savoir-faire de nos régions.



2014
BOUGE TON POMPON

1ère édition Bouge Ton Pompon pour l'AFM Téléthon. Ce partenariat va durer 8 ans. En tout, 840 000€ ont été versés au Téléthon.



2016
ARMÉE DU SALUT

La Fondation de l'Armée du Salut lutte contre l'exclusion sociale. Le Slip Français lui a fait des dons de boxers de 2016 à 2020.



2017
LABEL LUCIE

LUCIE est une communauté d'organisations qui partagent la même volonté : rendre ce monde plus juste et plus respectueux des Hommes et du territoire. LSF a été labellisé 3 ans.



2018
R3ILAB

Le projet du Slip Français a été sélectionné par le Réseau innovation immatérielle pour l'industrie. Cet écosystème vise à promouvoir l'innovation au sein des PME du textile.



2019
ACCOMPAGNER L'ÉCOSYSTÈME

Le Slip Français s'attache à accompagner l'écosystème textile français. Partenaires, fournisseurs, marques, filières locales et bien d'autres acteurs.

2019



MAI 2019
LES LOCAUX PASSENT AU VERT

Le siège et les boutiques sont alimentés par une énergie 100% française, 100% verte et 100% renouvelable.



JUILLET 2019
LINPOSSIBLE

Création d'un Collectif qui a pour but de relocaliser une filature de lin en France. Plusieurs projets étant en cours, le nouvel objectif est la promotion de la filière lin France.



OCTOBRE 2019
#RRR

Engagement dans la campagne de sensibilisation #RRR (réparer, réutiliser, recycler). Une campagne annuelle à laquelle nous participons chaque année.



NOVEMBRE 2019
LAINE FRANÇAISE

Sortie du premier pull 100% laine française.



DÉCEMBRE 2019
ACV DU SLIP

Calcul d'impacts des produits du Slip dans une démarche d'amélioration.



DÉCEMBRE 2019
MONCOTON

Lancement du projet de R&D Le Slip Circulaire. L'objectif est de réussir à recycler des sous-vêtements pour en refaire de nouveaux.

2020



2020
BAIN RECYCLÉ

Dans nos collections, le bain passe en matière recyclée avec le polyamide et le polyester recyclés.



AVRIL 2020
FDF

Façon De Faire (FDF) est une initiative née au printemps 2020 pour faire front à la crise sanitaire sous l'impulsion de plusieurs acteurs dont le Slip Français.



JUIN 2020
TECH YOUR PLACE

Développement du Mouvement dont l'objectif est d'accompagner les start-up vers des pratiques managériales plus inclusives.



JUIN 2020
MIXITY

Calcul de l'empreinte Inclusion et Diversité de l'entreprise afin d'établir une feuille de route.



JUILLET 2020
COLLECTE

1ère collecte de sous-vêtements LSF en fin de vie dans nos boutiques pour le projet de recyclage MonCoton.



JUILLET 2020
ENTREPRISE À MISSION

Le Slip inscrit dans ses statuts sa raison d'être et ses objectifs sociaux et environnementaux.



NOVEMBRE 2020
LABELISATION SLOWEARE

Ce label certifie les marques de mode engagées dans une démarche éco-responsable.



DÉCEMBRE 2020
COLLECTIF TRICOLOR

Lancement officiel du Collectif pour valoriser les laines françaises. LSF est un des membres fondateurs.

2021



FÉVRIER 2021
LA FABRIQUE NOMADE

L'objectif de ce partenariat est d'enrichir le secteur textile par l'apport des compétences des couturiers réfugiés et migrants régularisés, et de leur transmettre les savoir-faire des ateliers français



MARS 2021
LIN

Intégration du lin, matière première locale dans nos collections. Le lin est à l'honneur avec un boxer 100% lin : le Johnny.



AVRIL 2021
CLIMATE ACT

Nous signons le #Climateact qui nous engage à réaliser un bilan carbone complet, puis agir concrètement pour limiter les émissions identifiées



AVRIL 2021
881 ÉPOPÉE

100% éco-conçu à partir de polyester recyclé Seaqual®, l'Épopée est le premier maillot de bain 100% recyclé et recyclable à l'infini.



MAI 2021
LA CASERNE

Le Slip rejoint La Caserne, le plus grand accélérateur de transition écologique dédié à la filière mode et luxe en Europe.



SEPTEMBRE 2021
SECONDE MAIN

Nos vêtements sont créés pour durer. Dans une démarche visant à diminuer notre impact, nous avons mis en place une plateforme de seconde main.



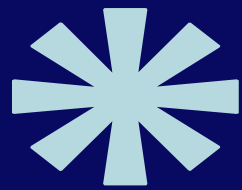
NOVEMBRE 2021
MANUFACTURE DE PANTOUFLES

Ouverture de notre première usine : La Manufacture de Pantoufles en Indre. Nous avons investi dans des machines et recruté 6 personnes.



NOVEMBRE 2021
UPWRAPPING

Nous nous sommes mobilisés afin de proposer des solutions d'upcycling de l'œuvre Wrapped de Christo et Jeanne-Claude.



ANNEXES

ANNEXES

- 1 - Un comité de mission en action
- 2 - Entreprise à mission, nos statuts juridiques
- 3 - Décomposition du prix de produits iconiques
- 4 - Remonter le fil des matières locales
- 5 - Comprendre nos indicateurs, note méthodologique
- 6 - Lexique du Slip Français
- 7 - Rapport du commissaire aux comptes

1. UN COMITÉ DE MISSION EN ACTION

Lettre rédigée par le comité de mission

le 25/03/2022

En faisant le choix de devenir entreprise à mission en juillet 2020, Le Slip Français a affirmé son engagement, sur le long terme, à faire évoluer son modèle d'entreprise dans la production d'un vêtement plus éthique et plus responsable, et à accompagner tous les acteurs de la filière dans l'adoption de nouveaux usages plus vertueux.

Ce nouveau statut, encadré par la loi Pacte de 2019, implique la démarche de créer un comité de mission afin de définir les objectifs et faire vérifier l'exécution de cette mission. Nous étions huit (marques partenaires, fournisseurs, actionnaires, experts, collaborateurs, clients) à nous approprier ce rôle encore peu connu et peu formalisé, huit devant cette tâche à inventer « avec panache ».

Cette année a été marquée par la présence des membres du Comité sur le terrain, afin de connaître les moyens mis en œuvre par l'entreprise LSF pour répondre aux objectifs à fixer, et aborder avec pragmatisme le contexte et les problématiques de la tâche. Le Comité a pu exercer en toute liberté son rôle et son libre arbitre. Le Slip Français a répondu avec franchise et transparence aux questions et explications sollicitées.

Les membres du Comité ont d'emblée mesuré la difficulté considérable pour une entreprise de se fixer des objectifs environnementaux, sociétaux et sociaux ambitieux, dans un modèle économique global où la rentabilité est le seul gage de sa pérennité.

Aussi, plutôt que de se satisfaire d'intentions louables mais illusoire, le Comité a opté pour le suivi d'actions réalistes et concrètes. Plutôt que de se poser en juge, il a choisi – avec une bienveillance qui n'empêche pas une forte détermination – de se concentrer sur la transparence de la démarche et des actions de l'entreprise, et leur marge d'amélioration.

Il est apparu aux membres du Comité que le plus important est d'agir et de faire, et que d'exposer ses difficultés et ses échecs tout autant que ses réussites, permet d'avancer sur le chemin de la solution. Ils attendent de ce volontarisme vertueux un impact pédagogique pour encourager chacun, à son niveau, à prendre sa part de la tâche urgente à trouver de nouveaux modèles.

Le Comité de mission du Slip Français



2. ENTREPRISE À MISSION, NOS OBJECTIFS STATUTAIRES ON VOUS DIT TOUT

Nous avons inscrit dans nos statuts en **juillet 2020** notre qualité de société à mission.

Les statuts datant de 2020, jugés trop juridiques et non déclinables en indicateurs pertinents, ont été simplifiés pour construire une stratégie qui nous challenge en tant qu'entreprise à mission. Nous avons choisi de nous les réapproprier à travers 3 axes, plus activables et lisibles. **LSF a été pionnier en tant qu'entreprise à mission, un nouveau statut juridique avec peu de visibilité à l'époque**, et encore aujourd'hui sur les attendus. Si c'était à refaire, les statuts seraient réécrits de façon à être plus activables.

NOS OBJECTIFS STATUTAIRES

- Développer la relocalisation de toute la chaîne de production textile en France et l'usage de matières plus locales.
- Promouvoir une mode éthique et responsable qui limite son impact écologique.
- Soutenir le développement de vêtements et produits innovants avec des matières de qualité et dont la fin de vie est pensée dès la conception, pour une production durable et circulaire.
- Positionner les nouveaux outils du numérique au service d'une production textile humaine, locale, durable, agile, à la demande, ancrée dans la diversité des territoires et attachée autant à l'innovation qu'à son savoir-faire historique.

Nous avons articulé notre stratégie selon 3 grands axes, plus activables :

- Nos **produits** : innover pour l'éco-conception.
- Nos **usages** : promouvoir une mode éthique et responsable qui limite son impact écologique.
- Notre **écosystème** : valoriser les savoir-faire et le panache entrepreneurial français.

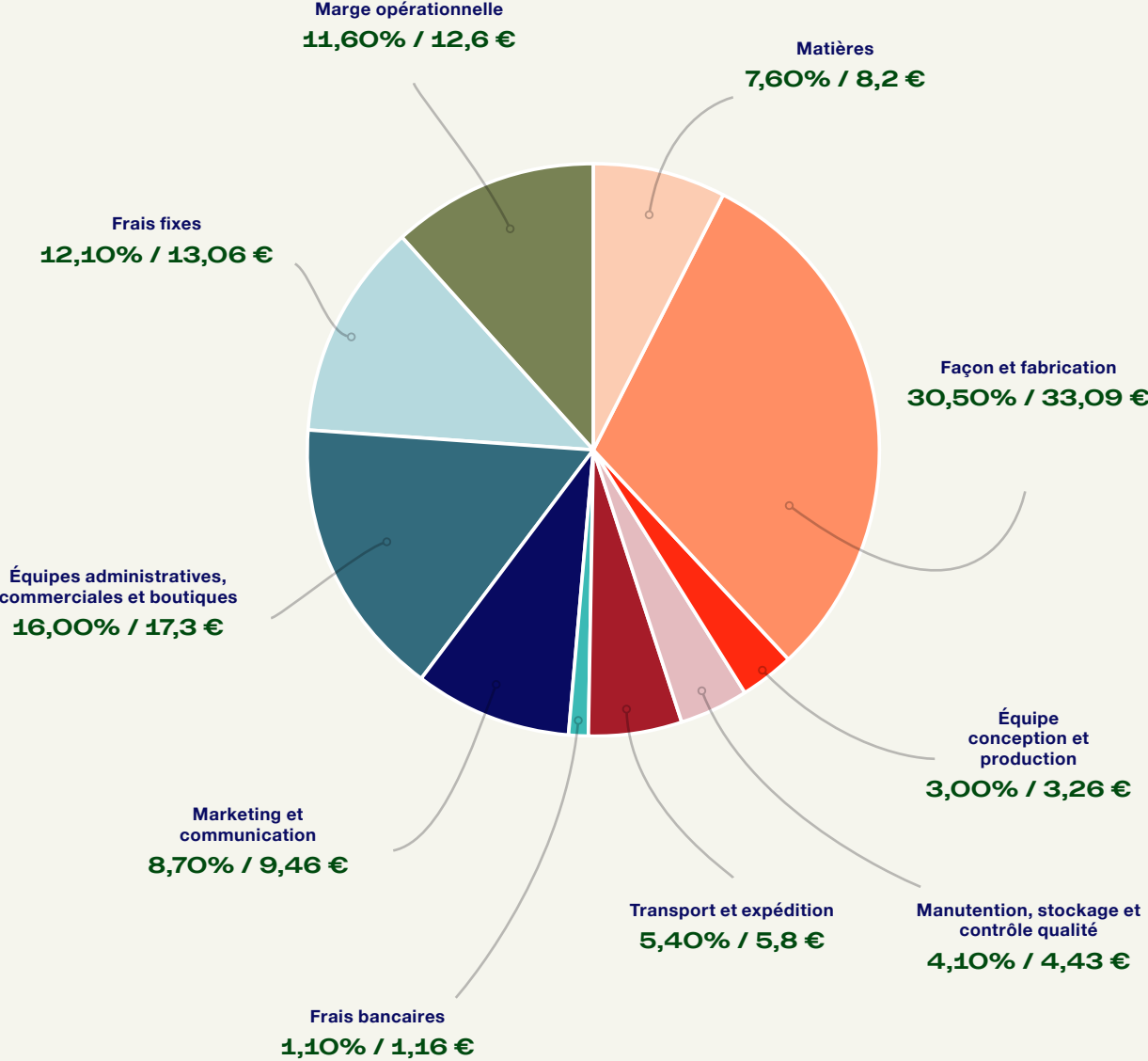
Vous retrouvez dans le tableau ci-dessous nos objectifs statutaires repris selon nos 3 axes stratégiques.

	OBJECTIFS	INDICATEURS OU PROJETS PILOTÉS ¹	OBJECTIFS 2021 ¹	REALISE 2021
NOS PRODUITS - INNOVER POUR L'ÉCOCONCEPTION				
3/ Soutenir le développement de vêtements et produits innovants avec des matières de qualité et dont la fin de vie est pensée dès la conception pour une production durable et circulaire	#1	Retracer le cycle de vie de nos produits	Cartographie écoconception : chiffrer les impacts et définir les leviers d'actions	Cartographie des processus et leviers d'action
	#2	Proposer un vestiaire de produits permanents de qualité	Améliorer la qualité du produit : mise en place d'une démarche	Mise en place d'une démarche de suivi
	#3	Agir pour un sourcing alternatif	Part de matières responsables dans les volumes achetés	39%
	#4	Mettre au point la fibre de demain	Mon Coton : avancée du projet	Mener à terme le projet d'ici fin 2023
NOS USAGES - PROMOUVOIR UNE MODE ÉTHIQUE ET RESPONSABLE QUI LIMITE SON IMPACT ÉCOLOGIQUE				
2/ Promouvoir une mode éthique et responsable qui limite son impact écologique	#5	Mesurer nos émissions carbone	Mesure du bilan carbone LSF des scopes 1, 2 et 3*	Avoir lancé la démarche d'évaluation
	#6	Optimiser la gestion de nos stocks	Taux de remise**	15%
	#7	Sensibiliser aux coûts d'un produit textile	Part de familles de produit faisant l'objet d'une décomposition des prix (base CA)***	40%
NOTRE ÉCOSYSTÈME - VALORISER LES SAVOIR FAIRE ET LE PANACHE ENTREPRENEURIAL FRANÇAIS				
1/ Développer la relocalisation de toute la chaîne de production textile en France, et développer l'usage de matières plus locales. 4/ Positionner les nouveaux outils du numérique au service d'une production textile humaine, locale, durable, agile, à la demande, ancrée dans la diversité des territoires et attachée autant à l'innovation qu'à son savoir-faire historique	#8	Construire un réseau de fabrication locale	Création d'emplois directs	105
			Maintien ou création d'emplois indirects	#Suivi
			Part de la confection française dans les produits	100%
			Part du tissage ou tricotage français dans les métrages produits par LSF	100%
	#9	Innover avec nos façonniers... pour des matières plus locales	Nombre d'adhérents Façon de Faire (FDF) Nombre de mises en relation via la plateforme FDF	"200 100"
			Part de nos matières premières locales dans les volumes achetés	1%
			Nombre d'heures de mentorat à des acteurs innovants et / ou inclusif de la filière	#Suivi
	#10	Façonner une mode solidaire	Partenariat solidaire	5% des ventes du Slip reversés les derniers vendredis du mois (hors B2B)
				247 137
				1,15%
				270
				5% qui représente 21 770€

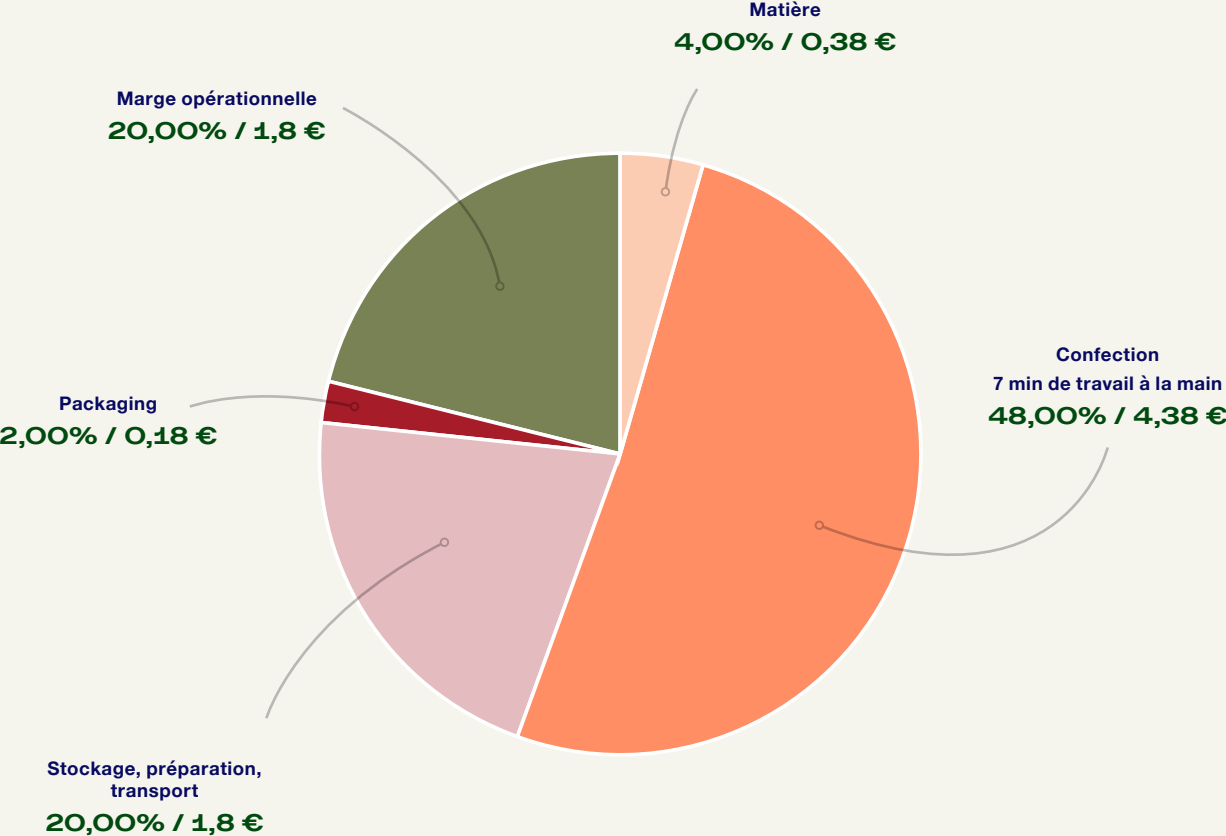
¹ Des objectifs 2022 et 2023 ont été définis par ailleurs sur l'ensemble des objectifs opérationnels avec le comité de mission, et sont présentés dans le corps du rapport

3. DÉCOMPOSITION DU PRIX DE PRODUITS ICONIQUES

LE CAPITAINE Produit iconique de la famille de produit “BAIN”



LE MASQUE Produit iconique de la famille de produit “SANITAIRE”



4. REMONTER LE FIL DES MATIÈRES LOCALES

En ce qui concerne nos produits en lin, la filature est aujourd’hui la seule étape qui est réalisée hors du territoire, en Pologne, car elle ne peut plus se faire en France, suite à la délocalisation dans les années 90. Parmi tous les filateurs français qui sont partis il y a 20 ans, les ateliers Emmanuel Lang, Safilin et Natup investissent dans des filatures de lin sur le territoire. Il sera à l’avenir possible de réaliser cette étape en France, dès 2022 avec notre produit “YVON”.

LIN



1 Le semis

Les semis ont lieu en mars ou avril, selon la région. Les graines sont plantées à une profondeur de 1 à 2 cm et le lin atteint sa maturité au bout de 100 jours. Sur chaque

pied se répartissent 80 à 100 feuilles. La floraison a lieu en juin. La plante atteint une hauteur d’environ 100 cm. La durée de vie d’une fleur n’est que de quelques heures : elle s’épanouit le matin et se fane à la mi-journée.



2 L’arrachage

L’arrachage débute en juillet, lorsque les tiges ont perdu leurs feuilles sur le tiers de leur longueur depuis le sol. Le lin n’est pas fauché, mais arraché, pour préserver les

tiges dans toute leur longueur. Celles-ci sont ensuite déposées au sol en andains (nappe de lin d’une largeur d’un mètre). Après l’arrachage, les longues racines restées dans le sol le fertilisent ce qui confère au lin le statut d’excellente tête d’assolement.



3 Le rouissage

Le rouissage est la première phase 100 % naturelle de transformation de la plante en fibre. Les précipitations, la rosée matinale et le soleil aident les micro organismes

présents dans le sol à éliminer la pectose qui soude les fibres textiles à la partie ligneuse de la tige. La phase de rouissage s’étend de juillet à septembre. Pour favoriser un rouissage homogène, les lins sont retournés à mi-parcours. Au terme de cette étape, le lin est rassemblé sous forme de balles.



4 Le teillage

Les fibres du lin sont contenues dans l’enveloppe externe de la tige. Pour pouvoir les exploiter, il est nécessaire de les extraire et de les débarrasser du bois

présent dans la tige (l’anas). Le teillage est un processus mécanique qui peut être réalisé à n’importe quel moment de l’année. L’intégralité de la plante est valorisée, rien ne se perd : toutes les fibres, longues et courtes, et tous les dérivés (graines et anas) sont réutilisés, par exemple pour la litière animale.



5 Le peignage

Cette opération est de plus en plus réalisée par les tailleurs. La fibre est parallélisée, calibrée et étirée sous forme de rubans doux et lustrés.



6 La préparation

Durant cette étape, les rubans de lin peigné provenant de plusieurs lots de fibres, issus de différentes parcelles, de différentes régions et de dif-

férentes années, sont mélangés : cet assemblage comparable aux méthodes employées pour le champagne et le cognac, permet d’allier les qualités de chaque lot et de produire un fil homogène et constant dans la durée. Une exigence de qualité qui peut associer pour chaque mèche jusqu’à 32 lots différents !



7 La filature

La filature transforme les mèches en fil en appliquant une torsion. Les techniques varient selon le type de fil à produire :

- La filature « au mouillé » avec immersion dans une eau chauffée à 60°C facilite le glissement des fibres et permet de réaliser des fils fins dédiés à l’habillement ou au linge de maison.

- La filature « au sec » permet d’obtenir des fils plus rustiques et plus épais, destinés à l’ameublement, aux cordes, etc.

La variété des titres permet de produire un vaste éventail de fils, triés par numéro métrique (Nm). Le numéro de référence correspond au nombre de kilomètres de fil produits à partir d’un kilogramme. Plus le chiffre est élevé, plus le fil est fin, sur une échelle de Nm1 à Nm60, qui peut même atteindre Nm100.



8 Le tissage

Le tissage consiste à entrecroiser des fils de chaîne (qui s’étendent sur la longueur) avec des fils de trame (qui s’étendent sur la largeur) pour créer un tissu. Les divers

modes de tissage permettent de produire des tissus différents tant par leur aspect que par leur texture. Les nombreux tissages, conjugués à une variété d’épaisseurs et d’effets, ont donné naissance à quantité de déclinaisons créatives de tissus utilisés tant dans l’habillement que dans le linge de maison ou l’ameublement.



9 Le tricotage

Le tricotage apporte au lin souplesse, élasticité et infroissabilité. Le tissu maille ou « jersey » est tricoté sur des machines circulaires, puis confectionné en coupé-cousu

pour des collections de tee-shirts, tops, sweatshirts etc.

Le « tricot » est réalisé sur des machines rectilignes créant des pièces en forme, prêtes à assembler ou en 3D sans couture



10 L’ennoblissement

L’ennoblissement consiste à modifier l’aspect des tissus de lin. Le lin supporte différents types d’ennoblissement. Il présente par

exemple une excellente affinité tinctoriale, et s’avère particulièrement adapté aux colorants à faible impact environnemental.

©V.Lappartient / ©S.Randé



4. REMONTER LE FIL DES MATIÈRES LOCALES

LAINE



1 MOUTONS DE LAINE

L'hélène de Troie avait mauvais caractère, alors nous avons choisi les laines de Provence-Alpes-Côtes d'AZur, de la Mérinos, plus douce. Là, des centaines de moutons gambadent entre champs de lavande et chants de crickets. Tous les ans, ils sont tondus pour leur bien-être et la laine est récupérée.



2 PARFUM CONNAISSEUR

Comme le pain chaud sent bon le pain frais, la laine fraîche sent bon le mouton chaud. Elle est donc envoyée à Mirabeau pour être triée par catégorie en fonction des parties du corps d'où elle provient.



3 L'ECHAPPÉE BELGE

Il faut pour pouvoir l'utiliser, laver cette laine avec soin. Pour l'instant, il n'y a pas d'acteur pour cette étape sur le territoire, alors nous faisons appel à nos amis belges. Ne soyez donc pas étonné si votre pull a un peu l'accent.



4 FILER DOUX

À Castres, un filateur reçoit cette laine toute propre et la trie selon les nuances naturelles de couleur. Elle est ensuite torsadée afin de constituer un fil épais et résistant.



5 TALENT AIGUILLE

À 30km de là chez Regain, la laine est enfin tricotée dans ses couleurs naturelles pour devenir un pull, pull vrai que nature.



Le Collectif Tricolor travaille à la renaissance la filière lainière française en s'appuyant sur 6 engagements :

- **Valoriser** les savoir-faire et mettre en lumière une filière de laines françaises encore sous-exploitée ;
- **Assurer** une transparence des pratiques et une traçabilité des engagements tout au long de la chaîne ;
- **Rendre disponible** une matière produite et transformée exclusivement en France pour une approche plus locale des modes de consommation ;
- **Proposer** une rémunération plus juste aux éleveurs ;
- **Répondre** aux exigences techniques des différents débouchés ;
- **Améliorer** les pratiques pour réduire l'empreinte environnementale de la filière, protéger les sols et assurer la bien traitance animale.

5. COMPRENDRE NOS INDICATEURS

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Pour être le plus transparent possible et que vous soyez en mesure de comprendre les chiffres indiqués dans ce rapport, nous avons souhaité vous expliquer comment nous assurons le suivi de nos objectifs.

NOS PRODUITS - INNOVER POUR L'ÉCO-CONCEPTION

Matières responsables

Pour qu'une référence soit considérée comme responsable, il faut qu'elle soit composée de 70% minimum d'une matière que l'on a définie comme « responsable ». Il n'existe pas de référentiel unique et universel de matières responsables, alors nous avons fait au mieux pour référencer des matières qui nous semblent plus vertueuses parce qu'elles sont biocentrées, recyclées ou locales (origine France).

Pour être plus proches de la réalité, nous avons décidé de calculer notre % de produits en matières responsables en volumes de production, c'est à dire en nombre de pièces achetées sur l'ensemble de nos collections et permanents 2021.

Références répondant aux critères responsables x Volumes produits/référence

Volumes produits sur l'année 2021

NOS USAGES - PROMOUVOIR UNE MODE ÉTHIQUE ET RESPONSABLE QUI LIMITE SON IMPACT ÉCOLOGIQUE

Mesure du bilan carbone LSF des scopes 1, 2 et 3

Cette étude a été réalisée avec le cabinet spécialisé Utopies. Cette étude a pour but de livrer des ordres de grandeur des émissions CO2 de l'activité du Slip Français. Comme toute évaluation de l'impact carbone, ces calculs contiennent une marge d'erreur importante. Celle-ci dépend des marges d'erreurs inhérentes aux facteurs d'émissions fournis par les bases de données (ADEME, Ecoinvent, Exiobase...) qui peuvent être importantes, à celles consécutives aux regroupements de produits pour les besoins de calculs, à celles enfin relatives aux hypothèses utilisées pour estimer des émissions. Néanmoins cette méthodologie a permis de fournir une première évaluation Carbone exhaustive du Slip Français

Toutes les données du cycle de vie ont été prises en compte : matières premières, approvisionnement, manufacturing et confection, distribution aval, usages, déchets et fin de vie des produits, logistique, siège, magasins et numérique. Les données exclues de l'étude sont celles liées aux déchets de bureau, aux déplacement professionnels, aux déplacement domicile-travail et la publicité papier par manque de données.

- Les facteurs d'émissions liés à la culture/élevage et la filature, sont essentiellement basés sur des données moyennes et internationales qui ne tiennent pas nécessairement compte du lieu exact de production.
- Le taux de perte de tissu a été collecté et fourni par LSF pour la plupart des produits. Lorsqu'il n'était pas disponible, ce ratio a été basé sur les produits similaires.
- Les données nécessaires à l'évaluation de la phase de tissage ont été modélisées par Utopies selon des ratios moyens de l'Ademe.

Une unité de tissage a ainsi été mesurée, ou extrapolée à partir des produits similaires :

$$\text{unité de tissage} = \frac{\text{duitage}}{\text{grammage}} \times \text{masse}_{\text{totale}}$$

- Pour la phase d'ennoblissement (apprêt chimique), un facteur d'émission moyen « Apprêt chimique par défaut » a été appliqué pour l'ensemble des produits.
- La phase de confection a été calculée avec des facteurs de consommation par pièce, soit x kWh par catégorie de produit (Ademe, référentiel Textile de la Base Impacts).
- La phase d'usage comprend l'utilisation d'une machine à laver (consommation d'électricité, d'eau et de détergent) et du repassage pour les produits concernés.
- Pour la fin de vie des produits, un mix moyen décharge/incinération a été utilisé.
- Pour les achats de fonctionnement, seuls les montants les plus importants représentant plus de 50% du total ont été pris en compte par difficulté d'identification des secteurs fournisseurs

NOTE MÉTHODOLOGIQUE

NOS USAGES - PROMOUVOIR UNE MODE ÉTHIQUE ET RESPONSABLE QUI LIMITE SON IMPACT ÉCOLOGIQUE

Le taux de remise

Ce taux correspond à la réduction tarifaire moyenne que Le Slip Français accorde à ses clients sur l'ensemble de ses produits. Les réductions appliquées sur l'ensemble des canaux sont prises en compte : web, retail et wholesale. Cette donnée est calculée sur la base du CA brut.

Part de familles de produit faisant l'objet d'une décomposition des prix sur la base du chiffre d'affaires

Une famille de produit est considérée comme décomposée lorsqu'un produit emblématique de cette dernière a fait l'objet d'une décomposition de prix. En 2021, 3 familles principes sont considérées comme décomposées : les sous-vêtements homme (décomposition du Marius), le bain (décomposition du Capitaine) et les masques (décomposition du masque adulte). L'indicateur est l'équivalent en chiffre d'affaires réalisé par ces 3 familles de produits.

NOTRE ÉCOSYSTÈME - VALORISER LES SAVOIR-FAIRE ET LE PANACHE ENTREPRENEURIAL FRANÇAIS

Création emplois directs

Cette donnée prend en compte les contrats en CDI, CDD, stages et alternances présents au 31/12/2021. Les contrats CDD qui permettent de couvrir une période commerciale plus importante ne sont pas comptabilisés.

Création emplois indirects

Nous calculons la part de CA que représente LSF chez chacun de nos fournisseurs (CA HT réalisé sur les 12 derniers mois / CA HT du fournisseur). Nous multiplions cette part de CA avec leur effectif 2021. Nous arrondissons à l'entier supérieur afin d'en faire la somme.

Cette donnée 2021 couvre environ 80% des fournisseurs du Slip Français concernés, représentant près de 95% du montant des dépenses du Slip Français associées.

Confection française et tissage ou tricotage français

Le cahier des charges impose une fabrication française de tous les partenaires confectionneurs et fournisseurs matières du Slip Français. Ils ont l'obligation d'envoyer les éléments de preuve qui attestent que le produit est fabriqué sur le territoire français. Les contrôles (planifiés ou non) sont réalisés de façon régulière.

Nombre d'adhérents Façon de Faire (FDF)

Entreprises ayant signé et payé leur adhésion en 2021. Ce chiffre n'inclut pas les renouvellements.

Nombre de mises en relation via la plateforme FDF

Somme de chacune des premières mise en relation entre deux acteurs qui a débouché sur un contrat. Les mises en relation entre deux mêmes acteurs ne sont comptabilisées qu'une seule fois.

Part de nos matières premières locales dans les volumes achetés

Pourcentage de produits en matières locales (lin français ou laine française) en volumes de production, c'est à dire en nombre de pièces achetées sur l'ensemble de nos collections et permanents 2021. Le calcul est identique à celui décrit pour les matières responsables.

Nombre d'heures de mentorat à des acteurs innovants et / ou inclusif de la filière

Les salariés s'engagent de façon volontaire pour partager leurs compétences sur la base du déclaratif des salariés (sur le temps de travail). L'ensemble des heures est comptabilisé sur l'année 2021.

Partenariat solidaire

5% des ventes du Slip sont reversées chaque dernier vendredi du mois sur le chiffre d'affaire réalisé par les canaux Web et Retail, hors Wholesales. Le montant versé est comptabilisé entre février 2021 et décembre 2021.

ENGAGEMENT COLLABORATEUR

Index d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes

Il permet aux entreprises de mesurer les écarts de rémunération entre les sexes et de mettre en lumière les disparités existantes. L'index de l'égalité femmes-hommes se compose de 4 indicateurs. Ces indicateurs évaluent les inégalités entre femmes et hommes dans les entreprises sous la forme d'une note sur 100. Le nombre de point est attribué en fonction de l'atteinte par l'entreprise des objectifs fixés par la loi. Ces indicateurs sont les suivants :

- L'écart de rémunération femmes-hommes / 40 points
- L'écart de répartition des augmentations individuelles / 20 points
- Le nombre de salariées augmentées à leur retour de congé de maternité / 15 points
- La parité parmi les 10 plus hautes rémunérations / 10 points



NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Pour être le plus transparent possible et que vous soyez en mesure de comprendre les chiffres indiqués dans ce rapport, nous avons souhaité vous expliquer comment nous assurons le suivi de nos objectifs.

MIXITY

Mixity accompagne les entreprises dans la mesure et la construction de leurs plans d’action diversité et inclusion. Grâce à un référentiel neutre, co-construit avec des organisations spécialisées sur les 5 dimensions majeures que sont l’égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, le handicap, les origines culturelles et sociales, les âges et l’orientation sexuelle / identité de genre. Mixity évalue le niveau de maturité des politiques D&I des entreprises représenté par une empreinte digitale visuelle sur ces 5 dimensions, par des scores et indicateurs de performance. Cette évaluation nous permet d’identifier nos points faibles, nos points forts et nos axes d’amélioration, de fixer des objectifs liés à des indicateurs chiffrés.

Le calcul de l’empreinte

L’empreinte Mixity est générée à partir de deux types de données :

» **Des données quantitatives** : ce sont des données H agrégées sur les moyens mis en place par l’entreprise mais également sur les résultats obtenus. Cela permet de mesurer objectivement la diversité et l’inclusion au sein de l’entreprise.

- nombre de personnes en situation de handicap
- nombre de communications sur les sujets LGBT+...

À chaque indicateur est affecté un score de 1 à 5 en fonction :

- des objectifs réglementaires
- du niveau de résultats attendu par Mixity
- des proportions observées dans la société civile

» **Des données qualitatives** : l’entreprise auto-évalue le niveau de maturité des dispositifs mis en place sur une échelle de 1 à 5 (5 étant le niveau attendu le plus mature). Cette méthode permet à Mixity de transformer ces informations non chiffrées en données calculables.

- Existence d’une charte de diversité et inclusion dans l’entreprise
- Participation à un ou plusieurs événements sur le thème de la diversité et de l’inclusion

À chaque question est également attribuée une pondération de 1 à 3 qui dépend du niveau d’importance de la question au sein de la dimension (3 étant le niveau d’importance le plus élevé). Le détail des pondérations reste confidentiel de la part de Mixity.

La multiplication entre le score 1 à 5 attribué à la réponse et la pondération de 1 à 3 affectée à la question permet d’obtenir le nombre de points de l’entreprise dans la dimension concernée. Ce nombre de points est rapporté au total de points de la dimension en question. Cela permet d’obtenir un score sur 100. Ces score sont ensuite transposés au sein de l’empreinte.

L’influence de la politique transverse

La dimension transverse regroupe des sujets généraux de la politique diversité et inclusion de l’entreprise. Cette dimension n’apparaît pas sur l’empreinte mais influence le score des autres dimensions. Une fois l’ensemble des scores de dimensions calculés, Mixity calcule un score global (score prenant en compte toutes les dimensions). Le score global est calculé en effectuant la moyenne arithmétique des dimensions évaluées.

Tout d’abord, Mixity effectue ce calcul avec puis sans la dimension transversale. Le score avec la dimension transversale est divisé par le score sans cette dimension. Cela permet d’obtenir un coefficient d’influence entre -1 et 1. Si le score global avec la dimension transversale est supérieur au score global sans cette dimension, alors le coefficient influencera positivement les autres dimensions. Chaque score de dimension va par la suite être multiplié par ce coefficient d’influence.

Le score global final est de nouveau calculé en effectuant la moyenne arithmétique des scores influés, la dimension transversale ne subit pas sa propre influence et est intégrée dans le calcul du score global final.

Calcul du score global

- S_i = Le score attribué à la question i
- S_{max} = Le score maximal de la question i
- P_i = Le pondération attribué à la question i
- $0.5 \leq P_i \leq 1.5$
- S_{dj} = score de la dimension j
- S_{dtvsl} = score de la dimension transversale
- Δ_{dtvsl} = coefficient d’influence de la dimension transverse
- $-1 < \Delta_{dtvsl} < 1$

Score des dimensions sans l’influence de la dimension transversale

$$S_{dj} = \frac{\sum_{i=1}^n S_i * P_i}{\sum_i S_{max} * P_i}$$

Score des dimensions avec l’influence de la dimension transversale

$$S_{dj} = \frac{\sum_{i=1}^n S_i * P_i}{\sum_i S_{max} * P_i} * \Delta_{tvsl}$$

$$\Delta_{tvsl} = \frac{\frac{\sum_{j=1}^{\theta} S_{dj} + S_{dtvsl}}{\theta + 1}}{\frac{\sum_{j=1}^{\theta} S_{dj}}{\theta}}$$

$$\text{Score global} = \frac{\sum_{j=1}^{\theta} S_{dj} + S_{dtvsl}}{\theta + 1}$$

6. LEXIQUE DU SLIP

MOT	DÉFINITION
#RRRR	Campagne digitale de sensibilisation lancée par l'éco-organisme Refashion. Cette campagne a pour objectif de sensibiliser les citoyens aux bons gestes à adopter pour Réparer-Réutiliser-Recycler les textiles, chaussures et linge de maison usagés et Réduire notre impact environnemental.
Bcorp	Certification qui porte à travers le monde des valeurs fortes de changement pour faire des entreprises « a force for good » et qui permet de distinguer celles qui réconcilient but lucratif et intérêt collectif. Certification autour de 5 domaines d'impact : Gouvernance, Collaborateurs, Collectivité, Environnement et Clients. L'objectif de B Corp est de certifier les entreprises qui intègrent dans leur modèle d'affaires et dans leurs opérations des objectifs sociaux, sociétaux et environnementaux.
Bilan carbone	Mesure des émissions de gaz à effet de serre de l'année précédente.
Biocentré	Met le respect de la vie environnementale au centre de la démarche.
Bon sens	Ce qui définit la stratégie de RSE du Slip Français. Pourquoi faire compliqué quand on peut faire simple et efficace; nous l'avons donc appelé "Bon Sens" tout simplement.
Climate Act	Engagement basé sur trois critères : - réaliser un bilan carbone complet avant la fin de l'année - partager publiquement les résultats - mettre en œuvre des actions pour limiter les émissions polluantes identifiées. LSF s'y est engagé en avril 2021.
Collectif Linpossible	Collectif d'acteurs engagés en faveur du développement en France d'une filière du lin et chanvre textile 100% locale, qu'ils soient Liniculteurs, Teilleurs, Peigneurs, Filateurs, Tisseurs, Tricoteurs, Teinturiers, Ennoblisseurs, Confectionneurs, Marques et Distributeurs.
Collectif Tricolor	Association interprofessionnelle dont l'objectif est d'accompagner l'ensemble des acteurs des filières lainières françaises afin d'augmenter la quantité de laine valorisée localement en démultipliant les usages de cette matière première aussi noble que biodégradable.

Collectif Upwrapping	Collectif qui veut prouver que l'upcycling est possible à grande échelle. Sa mission est de faire connaître l'upcycling, en fédérant de nombreux acteurs qui souhaitent avoir un impact positif sur la planète.
Confection	Ensemble des opérations que nécessite le montage d'un vêtement : coupe, couture, pose des fournitures et bien sûr...de la cocarde.
Dégaine	Désigne cette aisance typiquement française, cette facilité avec laquelle on trouve notre élégance, sans effort et sans sacrifier le confort.
Ennoblisement	Nom générique des différentes étapes de finitions décoratives et techniques qui vont donner la valeur ajoutée de l'étoffe en modifiant son toucher, son aspect ou ses propriétés.
Entreprise à mission	Qualité introduite par la Loi Pacte permettant à une entreprise de déclarer sa raison d'être à travers plusieurs objectifs sociaux et environnementaux.
Façon De Faire (FDF)	Regroupe une partie des industriels de la filière textile qui s'engagent pour le 100% Made in France afin d'innover collectivement et de fabriquer localement des vêtements durables.
Fibre textile	Point de départ d'un vêtement. Les fibres textiles peuvent être naturelles (végétale ou animale), artificielles (obtenues par transformation chimique d'une matière naturelle) ou synthétiques (obtenues à partir de transformation chimique de différents types de matières non existantes à l'état naturel).
Filature	Ensemble des opérations de transformation des fibres textiles en fils.
Fournisseur de rang 1	Fournisseur qui livre directement l'entreprise. C'est souvent celui qui confectionne le produit, ce sont nos façonniers. Ils peuvent également être nos fournisseurs de matière, ceux qui réalisent le tissage ou le tricotage lorsque nous achetons la matière directement.
Indicateur	Peut être qualitatif ou quantitatif, il permet de mesurer l'état d'avancement de chaque objectif.
La Fabrique Nomade	Association qui ouvre à valoriser et favoriser l'insertion professionnelle des artisans migrants et réfugiés en France. Des femmes et des hommes passionnés, dotés d'un savoir-faire acquis dans leur pays d'origine.
Label Lucie	Certification qui sert à montrer qu'une entreprise a mis en place une démarche réussie en matière de responsabilité sociétale. Il se base sur la norme internationale ISO 26000.
Le Slip Dans Le Bon Sens	Plateforme de seconde main du Slip Français.

Local	Minimise les impacts au travers de circuits courts.
Manufacture de pantoufles	Première usine en propre du Slip Français. Depuis 10 ans Le Slip Français et Léon Flam partagent l’aventure de la fabrication locale et de la réinvention de la filière textile française. En collaborant étroitement dans la fabrication de masques durant la crise du Covid, l’idée d’un nouveau projet commun est née : la manufacture de pantoufles !
Matières "responsables" ou "alternatives"	N’ont pas de définition universelle, matières qui ont, au sens de LSF, un impact limité sur la planète. L’enjeu des matières responsables est de réduire au maximum son impact environnemental pour le limiter (pollution des sols/de l’air, consommation d’eau, énergie, préservation des écosystèmes, proximité...).
Mixity	Outil digital de mesure de la diversité et de l’inclusion au sein des organisations. Cet outil, que nous avons commencé à utiliser en 2020, nous permet d’évaluer, de mesurer, de piloter et promouvoir nos engagements et dispositifs en ce qui concerne la diversité et l’inclusion. L’évaluation se base sur différents volets, tels que : le genre, le handicap, le multiculturel, le multigénérationnel, LGBT+.
Mon Coton (le Slip circulaire)	Projet de recherche et développement du Slip. Depuis 2019 et soutenu par Refashion, nous avons à coeur de trouver une solution aux sous-vêtements en fin de vie. Nous souhaitons mettre au point un fil comportant un pourcentage de coton recyclé le plus élevé possible à partir de sous-vêtements usagés afin de l’intégrer dans la chaîne de fabrication de nos produits.
Objectif	Déclinaison des 3 piliers de la mission du Slip Français.
Panache	Élan optimiste et joyeux qui nous pousse à avancer.
Permanents	Produits référencés dans l'offre toute l'année et déterminés à partir du volume de vente. Des ajustements peuvent être apportés à la fin de chaque semestre : retrait de références si les performances ne le nécessite plus, ajout de références si un modèle-coloris initialement en collection et sans grande saisonnalité affiche de belles performances.
Pilier	Pilier qui représente un axe de la stratégie d'engagement du Slip Français, déterminé avec le Comité de mission en 2021.
Qualityslip	Outil interne qui nous sert au suivi et à l'analyse des remontées qualité des produits afin de faire les ajustements nécessaires.

Recyclé	Permet de donner une nouvelle vie aux matières.
Scope 1 à 3 du bilan carbone	Ensemble des émissions prises en compte dans le bilan carbone. Les scopes 1 à 3 couvrent les émissions directes ET indirectes (liées à la chaîne de production) du Slip Français.
Sloweare	Label de confiance de la mode éco-responsable et éthique, pour bien s'habiller en harmonie avec ses convictions.
Taux de remise	Réduction moyenne appliquée sur nos produits.
Techyourplace	Mouvement qui a pour objectif de permettre aux startups de mettre en place un recrutement plus diversifié et de les faire évoluer vers des pratiques managériales plus inclusives. Ce mouvement date de mars 2020, lorsque la Fondation Mozaik RH, l’association Diversidays et 9 startups pionnières, dont Le Slip Français se sont associés autour d’enjeux communs.
Tissage	Procédé d’assemblage des fils sur un métier à tisser, permettant d’obtenir un tissu chaîne et trame. Il consiste à entrecroiser les fils de chaîne (fils tendus dans le sens de la longueur du métier à tisser) et les fils de trame (fils tendus dans le sens de la largeur du métier à tisser).
Tricotage	Technique de fabrication des étoffes où s'entrelacent des boucles de fils appelées mailles à l'aide d'aiguilles (à clapet ou à bec).



RAPPORT DU COMISSAIRE AUX COMPTES



KPMG S.A.
Siège social
Tour EQHO
2 Avenue Gambetta
CS 60055
92066 Paris la Défense Cedex
France

Téléphone : +33 (0)1 55 68 86 66
Télécopie : +33 (0)1 55 68 86 60
Site internet : www.kpmg.fr

Le Slip Français S.A.

**Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers
indépendant, sur la vérification de l'exécution des objectifs sociaux
et environnementaux**

Exercice clos le 31 décembre 2021
Le Slip Français
1 rue du Mail, 75002 Paris
Ce rapport contient 9 pages

KPMG S.A.,
société française membre du réseau KPMG
constitué de cabinets indépendants adhérents de
KPMG International Limited, une entité de droit anglais.

Société anonyme d'expertise
comptable et de commissariat
aux comptes à directoire et
conseil de surveillance.
Inscrite au Tableau de l'Ordre
à Paris sous le n° 14-30080101
et à la Compagnie Régionale
des Commissaires aux Comptes
de Versailles.

Siège social :
KPMG S.A.
Tour Eqho
2 avenue Gambetta
92066 Paris la Défense Cedex
Capital : 5 497 100 €. Code APE 6920Z
775 726 417 R.C.S. Nanterre
TVA Union Européenne
FR 77 775 726 417



KPMG S.A.
Siège social
Tour EQHO
2 Avenue Gambetta
CS 60055
92066 Paris la Défense Cedex
France

Téléphone : +33 (0)1 55 68 86 66
Télécopie : +33 (0)1 55 68 86 60
Site internet : www.kpmg.fr

Le Slip Français S.A.

Siège social : 1 rue du Mail, 75002 Paris

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la vérification de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

Période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 2021

A l'assemblée générale,

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société (ci-après « entité »), désigné comme organisme tiers indépendant (« tierce partie ») ayant déposé une demande d'accréditation dont la recevabilité a été admise par l'organisme d'accréditation¹, nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que votre entité s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission telles que présentées dans le rapport du comité de mission et relatives à la période allant du 1^{er} janvier au 31 décembre 2021, joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification :

- le fait que l'entité ait atteint les objectifs opérationnels² qu'elle a définis, pour chaque objectif social ou environnemental retenu en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrit dans ses statuts, et que
- par conséquent, la société Le Slip Français S.A. respecte chacun des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est donné pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux.

¹ Voir article 5 du décret du 2 janvier 2020 relatif aux sociétés à mission.

² Présentés en annexe du présent rapport.

KPMG S.A.,
société française membre du réseau KPMG
constitué de cabinets indépendants adhérents de
KPMG International Limited, une entité de droit anglais.

Société anonyme d'expertise
comptable et de commissariat
aux comptes à directoire et
conseil de surveillance.
Inscrite au Tableau de l'Ordre
à Paris sous le n° 14-30080101
et à la Compagnie Régionale
des Commissaires aux Comptes
de Versailles.

Siège social :
KPMG S.A.
Tour Eqho
2 avenue Gambetta
92066 Paris la Défense Cedex
Capital : 5 497 100 €.
Code APE 6920Z
775 726 417 R.C.S. Nanterre
TVA Union Européenne
FR 77 775 726 417



Le Slip Français S.A.
*Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification
de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux
3 juin 2022*

Préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux doivent être lues et comprises en se référant aux procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans le rapport du comité de mission et disponibles sur demande au siège de l'entité.

Limites inhérentes à la préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

Les informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations présentées sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement.

Responsabilité de l'entité

Il appartient à l'entité :

- de constituer un comité de mission chargé d'établir annuellement un rapport en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce ;
- de sélectionner ou d'établir des critères et procédures appropriés pour élaborer le Référentiel de l'entité ;
- de concevoir, mettre en œuvre et maintenir un contrôle interne sur les informations pertinentes pour la préparation du rapport du comité de mission ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultant d'erreurs ;
- d'établir les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux conformément au Référentiel et mises à disposition du comité de mission.

- Exercice clos le 31 décembre 2021





Le Slip Français S.A.
*Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification
de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux
3 juin 2022*

Il appartient au comité de mission d'établir son rapport en s'appuyant sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux transmises par l'entité et en procédant à toute vérification qu'il juge opportune.

Ce rapport est joint au rapport de gestion du Conseil d'administration.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné organisme tiers indépendant

En application des dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce, il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur le respect par l'entité des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention tenant lieu de programme de vérification et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée)³.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du code de commerce et le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

³ ISAE 3000 (révisée) - *Mission d'assurance autres que les audits et examens limités de l'information financière historique*



Le Slip Français S.A.
*Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification
de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux
3 juin 2022*

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de cinq personnes et se sont déroulés entre février et juin 2022 sur une durée totale d'intervention d'environ deux semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons notamment mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation des informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux.

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les informations relatives à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que l'entité se donne pour mission de poursuivre sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée.

Nous avons pris connaissance des activités de l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission, de la formulation de sa raison d'être ainsi que ses enjeux sociaux et environnementaux.

Nos travaux ont porté sur :

- d'une part, la cohérence des objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210 10 et inscrits dans ses statuts, de la raison d'être de l'entité précisés dans ses statuts (ci-après « raison d'être ») et de son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux ;
- d'autre part, l'exécution de ces objectifs.

Concernant la cohérence des objectifs, de la raison d'être et de l'activité de l'entité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux :

- Nous avons conduit des entretiens destinés à apprécier l'engagement de la direction et des membres de la gouvernance au regard des attentes des principales parties prenantes internes ou externes concernées par l'activité de l'entité.
- Nous avons apprécié les processus mis en place pour structurer et formaliser cette démarche en nous appuyant sur :



Le Slip Français S.A.
*Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification
 de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux
 3 juin 2022*

- les informations disponibles dans l'entité (par exemple, procès-verbaux des réunions du conseil, échanges avec le comité social et économique, comptes rendus ou support des réunions avec des parties prenantes internes ou externes, analyses des risques) ;
 - la feuille de route de société à mission et le dernier rapport du comité de mission ;
 - ses publications (plaquette commerciale, rapport de gestion, site internet).
- Nous avons ainsi apprécié, compte tenu de l'activité de l'entité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux, la cohérence entre :
- les informations collectées ;
 - la raison d'être et
 - les objectifs sociaux et environnementaux formulés dans les statuts.

Concernant l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous nous sommes enquis de l'existence d'objectifs opérationnels et d'indicateurs clés de suivi et de mesures de leur atteinte par l'entité à la fin de la période couverte par la vérification pour chaque objectif social et environnemental, et nous avons vérifié si les objectifs opérationnels ont été atteints au regard des trajectoires définies par l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Pour ce faire, nous avons réalisé les diligences suivantes :

- nous avons pris connaissance des documents établis par l'entité pour rendre compte de l'exercice de sa mission, notamment les dispositions précisant les objectifs opérationnels et les modalités de suivi qui y sont associées, ainsi que le rapport du comité de mission ;
- nous nous sommes enquis de l'appréciation de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux auprès du comité de mission et avons corroboré l'information collectée avec la perception qu'ont les parties prenantes des effets et impacts de l'entité. Par ailleurs, nous avons revu l'analyse présentée dans le rapport du comité de mission, les résultats atteints à échéance des objectifs opérationnels en regard de leurs trajectoires définies, pour permettre d'apprécier le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;
- nous nous sommes enquis auprès de la direction générale de l'entité des moyens financiers et non financiers mis en œuvre pour le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;

- Exercice clos le 31 décembre 2021



Le Slip Français S.A.
*Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification
 de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux
 3 juin 2022*

- nous avons vérifié la présence dans le rapport du comité de mission d'indicateurs cohérents avec les objectifs opérationnels et aptes à démontrer le positionnement des objectifs opérationnels sur leurs trajectoires définies ;
- nous avons apprécié l'adéquation des moyens mis en œuvre visant au respect des objectifs opérationnels par rapport à leurs trajectoires, au regard de l'évolution des affaires sur la période ;
- nous avons vérifié la sincérité de l'ensemble de ces indicateurs, et notamment, nous avons :
 - apprécié le caractère approprié du Référentiel de l'entité au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible ;
 - vérifié que les indicateurs couvrent l'ensemble du périmètre concerné par la qualité de société à mission ;
 - pris connaissance des procédures de contrôle interne mises en place par l'entité et apprécié le processus de collecte visant à la sincérité de ces indicateurs ;
 - mis en œuvre des contrôles et des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - mis en œuvre des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres méthodes de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés par des vérifications au siège de l'entité et couvrent 100% des données utilisées pour le calcul des indicateurs ;
 - apprécié la cohérence d'ensemble du rapport du comité de mission au regard de notre connaissance de l'entité et du périmètre concerné par la qualité de société à mission.

- Exercice clos le 31 décembre 2021



Le Slip Français S.A.
*Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification
de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux
3 juin 2022*

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Paris-La Défense, le 3 juin 2022

KPMG S.A.

Fanny Houlliot
Associée
Sustainability Services

Vincent de Becquevort
Associé



Le Slip Français S.A.
*Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la vérification
de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux
3 juin 2022*

Annexe

Objectifs opérationnels définis par la société

- 1. Retracer le cycle de vie de nos produits
- 2. Proposer un vestiaire de produits permanents de qualité
- 3. Agir pour un sourcing alternatif
- 4. Mettre au point la fibre de demain
- 5. Mesurer nos émissions carbone
- 6. Optimiser la gestion de nos stocks
- 7. Sensibiliser aux coûts d'un produit textile
- 8. Construire un réseau de fabrication locale
- 9. Innover avec nos façonniers pour des matières plus locales
- 10. Façonner une mode solidaire



**LE SLIP
FRANÇAIS**
VÊTEMENT LOCAL