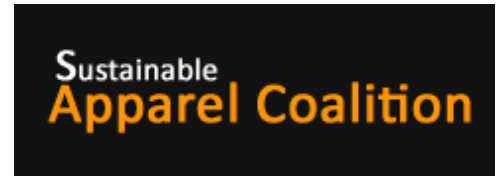


PATAGONIA EST FIER D'ANNONCER LE LANCEMENT DE L'INDICE HIGG, UN OUTIL D'ÉVALUATION DE LA SUSTAINABLE APPAREL COALITION

Patagonia et Wal-Mart : le commencement de la Sustainable Apparel Coalition

Patagonia doit sa participation à la Sustainable Apparel Coalition à ses relations avec Wal-Mart. Ceux-ci nous ont approchés pour la première fois en 2008 afin d'en savoir plus sur nos pratiques environnementales. À cette époque, nous avons hésité. Nous connaissions nos valeurs, mais qu'en était-il de celles de Wal-Mart ? Cependant, la troisième partie de notre raison d'être stipule que nous devons «utiliser le monde des affaires pour inspirer et mettre en place des solutions à la crise environnementale». Alors, nous avons décidé de collaborer.

Yvon Chouinard, le fondateur et propriétaire de Patagonia et John Flemming, le responsable du Merchandising chez Wal-Mart ont co-signé un appel commun pour la formation d'un « 21st century Apparel Leadership Consortium ». Cet appel a été envoyé aux plus grandes entreprises de l'habillement et de la chaussure en octobre 2009. Tous ont répondu présents et ont accepté de participer à une réunion en vue de la création éventuelle de la « Sustainable Apparel Coalition ». Ses membres produisent plus de 30% des vêtements et de l'équipement vendu dans le monde.



Les membres de la Sustainable Apparel Coalition travaillant par consensus et sur le modèle de l'indice écologique « Eco Index » de l'Outdoor Industry Association nord-américaine ont défini leurs propres critères d'expertise sociale et environnementale, et viennent de mettre au point un outil d'évaluation libre partagé par tous les participants. Nous espérons que cet outil pourra également servir d'affichage environnemental pour le consommateur qui grâce au flash code imprimé sur le produit pourra avec son téléphone portable prendre connaissance de l'évaluation environnementale et sociale du produit qu'il désire acheter et ainsi comparer un produit à un autre, comme pour une paire de jeans.

« Les entreprises les plus importantes et les plus influentes de l'industrie de l'habillement et de la chaussure avec l'aide des principales organisations sociales et environnementales internationales ont volontairement initié cet effort collectif parce qu'elles reconnaissent la nécessité de prendre les devants sur le besoin croissant d'évaluer et de gérer les impacts sociaux et environnementaux de leurs produits, » constate Rick Ridgeway, président et vice-président des programmes environnementaux chez Patagonia. « Plus important encore est le fait qu'elles reconnaissent les menaces pour la planète et ses habitants que représente le modèle économique d'aujourd'hui. »

À quoi correspond l'indice Higg ?

L'indice Higg a été créé par la Sustainable Apparel Coalition avec la participation du groupe de travail sur le développement durable de l'Outdoor Industry Association. Il est basé sur des outils d'évaluation déjà en vigueur – comme l'indice écologique « Eco Index » de l'OIA ou celui sur les matériaux de chez Nike – et permet de faciliter l'évaluation de l'ensemble des impacts environnementaux et sociaux de l'industrie de l'habillement, de la chaussure et du matériel de plein air. À travers l'utilisation de l'indice Higg, les entreprises peuvent détecter les potentielles réductions de leurs impacts et mettre en place des solutions durables tout au long de leur chaîne d'approvisionnement.

Conçue comme un outil transparent et ouvert pour l'évaluation détaillée de produits, la version actuelle de l'indice Higg s'attache à apprécier les indicateurs de progrès dans les domaines suivants : consommation et qualité de l'eau, gaspillage d'énergie et émissions de gaz à effet de serre, déchets, produits chimiques et toxicité potentielle. La « Sustainable Apparel Coalition » cherche constamment à le renforcer afin de l'améliorer et une future édition disponible en 2013, tiendra également compte des facteurs sociaux et des conditions de travail.

L'indice Higg est téléchargeable sur le site de la Sustainable Apparel Coalition, apparelcoalition.org

A propos de Patagonia



Patagonia, entreprise de vêtements de plein air dont la maison mère est en Californie a été créé en 1973 par Yvon Chouinard. Patagonia est reconnue internationalement pour sa conception de produits innovants de qualité et son engagement militant en faveur de l'environnement.

En intégrant la responsabilité environnementale dans le développement des produits, la société suit son ambitieuse raison d'être : « Fabriquer les meilleurs produits en causant le moindre impact environnemental et utiliser le monde des affaires pour inspirer et mettre en place des solutions à la crise environnementale. »

Depuis 1996, nous n'utilisons que du coton biologique et nous utilisons des matières recyclées dans un nombre croissant de produits. En 2005, nous avons lancé le recyclage de fibre à fibre de nos produits, leur donnant une nouvelle vie, réduisant ainsi l'utilisation de matières non renouvelables comme le pétrole. Depuis juillet 2011, tout produit Patagonia peut nous être retourné, une fois usé. Nous le recyclerons en une nouvelle fibre ou un nouveau tissu ou lui trouverons un nouvel usage. En Septembre 2011, nous avons lancé l'Initiative Common Threads, un pacte avec nos consommateurs qui s'appuie sur 5 «R» : Réduire, Réparer, Réutiliser, Recycler et Réinventer. Notre « Chronique de notre Empreinte » explique les impacts environnementaux et sociaux d'une majorité de nos produits et montre la situation de nos fournisseurs dans la chaîne d'approvisionnement.

À travers notre programme de donations environnementales, nous dédions chaque année 1% de notre chiffre d'affaires à la protection de l'environnement (depuis 1995, plus de 47,5 millions de dollars en financier ou en nature ont été reversés à des associations environnementales militantes sur le terrain).

Afin de convaincre d'autres entreprises de le suivre dans cette voie, Yvon Chouinard a co-fondé le club 1 % For The Planet® en 2001. Ce club rassemble actuellement près de 1500 sociétés dans le monde, toutes donnant 1% de leur chiffre d'affaires à des organisations environnementales. Le chiffre d'affaires de Patagonia (dernière année fiscale, à fin avril 2012) était de 540 millions de dollars US.

À propos de l'Outdoor Industry Association

Basée à Boulder au Colorado avec des bureaux à Washington, D.C., l'Outdoor Industry Association (OIA) est la principale organisation de professionnels de l'industrie outdoor d'Amérique du Nord et parraine l'Outdoor Retailer. L'OIA soutient la croissance et la réussite de plus de 4000 fabricants, distributeurs, fournisseurs, représentants de commerce et détaillants en vêtements, chaussures, matériel et services dans l'industrie outdoor . Pour de plus amples informations, merci de consulter outdoorindustry.org.