



* Leather Smart Conversation, à Première Vision Paris, animée par Giusy Bettoni, présidente de C.L.A.S.S. et consultante pour Première Vision en innovation et développement durable.

COMPTE-RENDU DE CONFÉRENCE - 27/02/2017

LA SMART CREATION CÔTÉ CUIR

À l'instar des grandes maisons de mode, les tanneurs qui les fournissent s'interrogent sur leur **éco-responsabilité**. Et cherchent en permanence à améliorer leur impact écologique. Pour bâtir une réflexion autour de la Smart Creation dans le cuir, le 7 février dernier Première Vision Paris a réuni, autour de Giusy Bettoni* trois experts : Marta Fumei, responsable marketing et communication de DaniGroup ; Rossella Ravagli, responsable de la durabilité et de la responsabilité d'entreprise chez Gucci ; et Francesco Marchi, directeur général de Euratex.

En introduction à cette conversation, Giusy Bettoni a rappelé les mots du journaliste spécialiste des questions environnementales Mike Redhood : *«le cuir est une matière organique recyclée et cela fait donc du métier de tanneur le plus vieux métier de recyclage au monde. C'est un artisanat qui humanise la technologie et qui doit être sauvegardé. Pour cela, la filière du cuir doit évoluer afin de rester pertinente pour les consommateurs.»*

Jusque-là, tout le monde est d'accord. *«Mais comment se fait-il que lorsqu'on demande à des étudiants d'école de mode quelle est la marque la plus responsable, ils répondent dans 99 % des cas : H&M ?, questionne Giusy. Parce que H&M communique sur l'éco-responsable alors que des marques du luxe ne le font pas. Donc il faut faire mieux, mais aussi et surtout, communiquer sur ce qu'on fait.»* D'abord, donc, faire mieux... Mais où en est la filière cuir ? Comme le rappelle Marta Fumei, on est aujourd'hui capable de remonter toute la chaîne de production d'un produit : usage de l'eau, recyclage des déchets, contrôle chimique du tannage des peaux... Cette question du tannage utilisé reste complexe. On trouve deux types de tannage historiques, dépendant de l'usage auquel on destine la peau.

« Le tannage au chrome, qui est utilisé à 85 % dans le monde, donne un cuir très résistant, parfait pour un produit très sollicité lors de sa mise en production, comme pour la chaussure.

En revanche, on va favoriser un tannage végétal pour des usages moins extrêmes, pour des produits qui pourront prendre une jolie patine avec le temps », explique Marc Brunel, commissaire du salon Première Vision Leather. Ces deux procédés de tannage ne posent pas de problèmes environnementaux dès lors qu'ils sont bien maîtrisés et rigoureusement contrôlés, comme c'est le cas dans les tanneries européennes et brésiliennes.

« Il reste aujourd'hui à améliorer la traçabilité entre l'élevage de l'animal et le cuir tanné », précise Marc Brunel. Les essais pilotés par la Fédération française de la tannerie et le Conseil national du cuir ont donné des résultats probants et doivent désormais être testés à une échelle industrielle ».

Afin d'aider les entreprises de l'industrie du textile à se responsabiliser, Francesco Marchi a présenté un outil, bientôt en ligne, qui analyse les besoins et mesure la progression des engagements pris. « Cet outil prend en compte la demande de transparence. Car une entreprise qui n'est pas éco-responsable prend le risque d'avoir une mauvaise réputation et de perdre ses clients... »



COMPTE-RENDU DE CONFÉRENCE - 27/02/2017

LE CUIR N'EST PAS VEGAN

Le cuir, issu d'un animal, ne peut par définition être vegan. En France, un décret est passé en 2010 afin de protéger le mot cuir, qui est une matière d'origine animale et le produit de la transformation d'une peau par des tanneurs et mégissiers. Le terme «vegan» ne peut donc pas être accolé au mot cuir. Afin qu'il n'y ait pas tromperie au niveau du consommateur qui pense utiliser un produit naturel non polluant, des opérations de sensibilisation sont menées auprès des maisons qui utilisent ce terme dans leur plan de collection ou sur leur site internet.

« LA TRAÇABILITÉ EST UNE QUESTION CLÉ POUR UNE ENTREPRISE COMME GUCCI, DONT LES PRODUITS SONT ENTIÈREMENT FABRIQUÉS EN ITALIE. POUR OBTENIR LA MEILLEURE QUALITÉ, NOUS DEVONS ÊTRE CERTAINS DE NOS MATIÈRES PREMIÈRES.

NOTRE OBJECTIF : ATTEINDRE 85% DE TOTALE TRAÇABILITÉ D'ICI À 2018 ET 100% EN 2025. »

Rossella Ravagli, responsable de la durabilité et de la responsabilité d'entreprise chez Gucci

« LA TRANSPARENCE EST NOTRE MAÎTRE MOT. NOUS PUBLIONS DEPUIS 2 ANS UN RAPPORT SUR L'ÉCO-RESPONSABILITÉ, AVEC TOUTES LES INFORMATIONS : QUANTITÉ D'EAU UTILISÉE, MONTANT DE RÉMUNÉRATION DE NOS EMPLOYÉS, NOMS DES PRODUITS CHIMIQUES UTILISÉS, PROVENANCE DE NOS ANIMAUX... ET NOS TANNERIES SONT OUVERTES EN PERMANENCE AUX VISITEURS. »

Marta Fumei, responsable marketing et communication de DaniGroup

CONTACTS PRESSE

Première Vision
Igor Robinet-Slansky
T. +33(0)1 70 38 70 30
M. +33(0)6 42 06 31 02
i.robinet@premierevision.com

2^e Bureau
Marie-Laure Girardon
T. +33(0)1 42 33 93 18
M. +33 (0)6 82 40 73 27
m.girardon@2e-bureau.com

Première Vision
Juliette Sébille
T. +33 (0)1 70 38 70 33
M. +33 (0)6 88 22 12 40
j.sebille@premierevision.com