

TERRE DE MARINS

PETITS PAS,
GRANDS EFFETS

Catherine SCHORTER LE BRET
Présidente
de Terre de Marins.



Marie-Hortense DE L'ESPINAY
directrice des achats
et de la qualité /
achats responsables.

Lorsqu'elle a repris le groupe Terre de Marins en mai 2021, Catherine Schorter Le Bret a, d'emblée, souhaité intégrer la RSE comme un élément clé de la stratégie de cette entreprise trentenaire. Trois ans plus tard, l'enseigne spécialisée dans le vêtement marin est solidement engagée sur la voie du développement durable.

POURQUOI AVOIR ÉRIGÉ LA RSE AU RANG DE PRIORITÉ POUR TERRE DE MARINS ?

Catherine Schorter Le Bret : J'ai des convictions personnelles fortes sur ce sujet et les entreprises doivent se positionner et être force de proposition. Dès le départ, lorsque j'ai présenté le projet de rachat auprès des investisseurs, j'ai choisi d'inclure la dimension RSE dans la stratégie du groupe. Ce choix a fait partie des premières décisions qui ont été prises lorsque je suis arrivée. Le secteur textile a un fort impact environnemental, j'ai considéré que nous devons donc être acteur du changement. Il m'a paru intéressant de conjuguer l'accessibilité et la qualité de nos produits avec la diminution de notre impact carbone. C'est une forme de contrainte mais cela vous oblige à être innovant et imaginatif pour trouver des solutions.

COMMENT LA RSE EST-ELLE INCARNÉE EN INTERNE ?

C. SLB : Je crois que la RSE doit être l'affaire de tous. Pour moi, la meilleure façon de la diffuser au sein de notre organisation était qu'elle soit portée de manière collégiale. Au sein de notre Comité de direction, chaque membre est impliqué. Et Marie-Hortense assure la coordination du projet, en tant que directrice des achats et de la qualité / achats responsables.

QUELLE A ÉTÉ VOTRE APPROCHE

DU SUJET ?

Marie-Hortense de l'Espinay : Nous avons choisi de nous faire accompagner par des consultantes extérieures. Et nous avons opté pour une approche très pratique, très concrète, avec une politique de petits pas. L'idée étant que l'on puisse mesurer et constater rapidement les premiers résultats. Que chacun sache clairement ce que l'on attend de lui et comment être acteur de cette dynamique. Plusieurs leviers visant à réduire notre empreinte carbone ont été identifiés et ont donné naissance à de grands chantiers : l'écoconception de nos produits, le travail à mener auprès de nos fournisseurs, la réduction de nos flux et déchets, les projets liés à nos sites. La RSE est une nouvelle langue qu'il nous a fallu apprendre à parler afin que chacun se sente plus à l'aise sur ces sujets. Tous les métiers de l'entreprise ont été formés et cela a permis d'embarquer l'ensemble des équipes. Au terme de la première année, après avoir touché du doigt les différents éléments, nous avons pu définir trois axes stratégiques.

QUELS SONT-ILS ?

M.-H. E : Nous avons pour objectif global de réduire notre impact carbone de 45 % d'ici à 2030. C'est très ambitieux mais atteignable. Et pour bien visualiser la dynamique enclenchée, des jalons intermédiaires ont été posés. Pour notre premier axe stratégique, la conception d'une offre plus responsable, nous souhaitons que, à compter de 2025, 50 % de nos références comportent un aspect éco-conception : utilisation de fibres recyclées, réduction des teintures, recours à des matières mieux-disantes. Pour le volet fournisseurs, notre deuxième axe, l'ensemble de nos partenaires devra, à l'horizon 2025, être certifié socialement. Et 50 % de nos volumes devront l'être également sur le plan environnemental. Troisième et dernier axe, la gestion de nos ressources prévoit que nous aurons, d'ici à l'année prochaine, réduit de moitié notre consommation de plastique.

COMMENT ALLEZ-VOUS FAIRE ?

M.-H. E : La transformation est déjà largement engagée. Nous avons mené un travail de fond auprès de notre parc de fournisseurs qui a été entièrement cartographié et rationalisé. Nous avons accompagné ceux qui souhaitaient s'inscrire dans notre démarche d'amélioration. En deux années, nous sommes pas-

sés de 0 à 75 % de fournisseurs certifiés Oeko-Tex®. Nous avons également diversifié notre sourcing. Il y a deux ans, il s'agissait principalement de l'Inde et de la Chine. Depuis, nous avons développé Madagascar, le Bangladesh et la Turquie. Ce rééquilibrage nous a permis de diminuer les risques et de travailler avec des pays présentant un meilleur mix énergétique. Notre premier projet d'éco-conception s'est aussi concrétisé avec, dans notre collection été 2024, une marinière 100% coton comportant 30 % de coton recyclé et l'usage du coton sans teinture apportant une teinte naturelle et dont l'impact carbone a été réduit de 40 %. Parallèlement, nous accompagnons la ré-industrialisation française du textile avec le lancement, à l'hiver 23, d'une 1^{ère} collection capsule de 4 produits femme 100% made in France à Saint Malo et 2 autres projets (MIF) verront le jour d'ici fin d'année 24.

LE CHEMIN PARCOURU EN PEU DE TEMPS EST IMPRESSIONNANT...

C. SLB : Nous avons abordé ce dossier avec nos valeurs : pragmatisme et humilité. Et le fait d'avoir défini une méthode et des objectifs nous a permis de progresser rapidement. Pour chacun de nos chantiers, nous disposons d'indicateurs facilitant un pilotage fin et la mise en valeur des résultats obtenus par les équipes.

QUELLE SERA LA PROCHAINE ÉTAPE POUR TERRE DE MARINS ?

C. SLB : Nous avons encore beaucoup de travail à réaliser sur notre collection ainsi que développer de nouveaux business modèles circulaires. Je pense notamment à l'upcycling qui vise à revaloriser des matières déjà produites. Notre stratégie prévoit qu'en 2030, 10 % du chiffre d'affaires de l'entreprise sera issu de la circularité. L'équation économique n'est pas simple à résoudre pour nous qui sommes sur un marché très accessible en termes de prix. Mais nous y travaillons en restant fidèle à notre façon de faire : on teste, on apprend, on déploie.

La démarche conduite par Terre de Marins sous l'impulsion de Catherine et Marie Hortense est particulièrement inspirante. Une expertise apportée par des consultantes extérieures, des objectifs clairs et mesurables déclinés en plans d'action, l'implication des fournisseurs et l'association de l'ensemble des salariés sont les clés de succès du déploiement de cette stratégie de durabilité. Bravo !

Sylvie LE BRAS
Responsable
ESG

PRÉSIDENTE
Catherine SCHORTER LE BRET



SECTEUR D'ACTIVITÉ
**Conception
et commercialisation
de vêtements prêt-à-porter**



DATE DE CRÉATION
1985



LOCALISATION
La Séguinière (49)



CHIFFRE D'AFFAIRES (2023)
29,9 M€



EFFECTIFS (2023)
108 salariés



terredemarins.fr
TerredeMarinsOfficiel
terredemarins

