

# DOSSIER DE CANDIDATURE

## CATEGORIE ENTREPRISES DE MOINS DE 20 SALARIES

### FICHE D'IDENTITE

**RAISON SOCIALE : LE COLONEL MOUTARDE**

STATUT JURIDIQUE : SAS

DATE DE CREATION/ DE REPRISE : 15/12/2014

EFFECTIF : 18

ACTIVITE : Fabrication d'autres vêtements et accessoires (1419Z)

TERRITOIRES D'ACTION : Conception et exercice d'activité : Lille  
Livraison : Monde

ADRESSE : 166 rue Allard Dugauquier 59800 Lille

TELEPHONE : 0320732818

SITE INTERNET : [lecolonelmoutarde.com](http://lecolonelmoutarde.com)

COMPTE TWITTER : lecolonelmout

Contact(s) :

Clémence Yon

Directrice générale, co-fondatrice

[clemence@lecolonelmoutarde.com](mailto:clemence@lecolonelmoutarde.com)

0609154597

Hélène de la Pinsonie

Chargée de marketing

[helene.lecolonel@gmail.com](mailto:helene.lecolonel@gmail.com)

# PRESENTATION DE VOTRE ENTREPRISE

---

## VOTRE HISTOIRE, VOTRE ACTIVITE

1) Racontez-nous l'histoire de votre entreprise ? Quelle est votre mission, quelles sont vos valeurs ?

C'est l'histoire de Rémi Duboquet qui désespérait il y a 5 ans maintenant, de ne pas trouver le nœud papillon idéal pour aller au mariage d'un ami : un nœud à nouer soi-même qui ne serait pas noir ! Il décide alors d'en coudre un lui-même, à l'aide de ses connaissances en couture transmises par sa grand-mère. Fort de son succès, ce premier nœud papillon verra naître des dizaines et des dizaines de petits frères : c'est la nouvelle lubie de Rémi. Clémence, sa compagne, se lance le défi de les vendre sur un blog... Le Colonel est né !

La découpe d'un **nœud papillon** provoquant de nombreuses chutes de tissu, Rémi décide d'aller plus loin, en proposant d'abord des pochettes de costume assorties à ses nœuds, fabriquées à base de chutes. Des commandes d'amis, et d'inconnus ensuite s'accumulent, l'appartement des créateurs se transforme en véritable petit atelier, en dehors de leurs horaires de travail respectifs. Suite à la demande de leurs clients, **ils diversifient leur offre produits** : des barrettes, des ceintures d'enfant d'honneur, des nœuds pour enfants...

C'est ainsi que le Colonel se spécialise dans **l'univers du mariage**. En 2012, leur présence sur le marché des modes de Roubaix est un vrai succès. Ils quittent leurs postes (dans le merchandising pour Clémence et en administration de site internet pour Rémi) pour se consacrer exclusivement à cette activité. En mars 2014, ils créent une SARL, intègrent **l'incubateur lillois Maisons de Mode** et ouvrent un atelier rue du Faubourg des Postes. Le succès lillois bat son plein et le frère de Clémence rejoint alors l'aventure : Valentin Yon ouvre une deuxième boutique à Paris en décembre 2014. Cette étape est un véritable relai de croissance pour la marque familiale. Le site internet se développe, de nouveaux tissus et produits assortis entrent en gamme (boutons de manchette, bandanas, bracelets). En quelques mois, le Colonel devient une référence sur le marché du mariage, et leader français sur le marché du nœud papillon. L'équipe s'agrandit pour répondre à cette croissance (nouvelle boutique à Londres, puis à Lyon) et est aujourd'hui, constituée de 18 salariés.

Le Colonel Moutarde entend réhabiliter le port du nœud papillon, mais surtout participer à la **réhabilitation de l'industrie textile** en Hauts-de-France ! Les fondateurs se donnent pour mission d'entretenir un écosystème entrepreneurial local, ce qui implique la promotion de l'emploi local, l'achat local dès que cela est possible, etc.

Les valeurs du Colonel reflètent les valeurs de ses fondateurs :

- ➔ la proximité, liée à son écosystème (autour de la chaîne de valeur : emploi, confection, système d'achats...);
- ➔ l'écoute, le conseil et la bienveillance auprès de ses clients ;
- ➔ l'autonomie et l'adaptabilité des collaborateurs dans un esprit familial.

2) Quelle est l'activité de votre entreprise ? Quelles sont vos relations avec les acteurs extérieurs à votre entreprise ?

Le Colonel Moutarde est une **SAS familiale** spécialisée dans la confection de nœuds papillon (+ de 300 références) et autres accessoires pour homme, femme et enfant, en prêt à porter et en sur mesure. L'ensemble de ses produits est **fabriqué dans la métropole lilloise** et expédié en France et dans le monde entier. La plupart de ses produits accessoires sont créés à partir de **chutes de tissu** : boutons de manchette, nœuds enfant, barrettes, broches, headbands, bandanas... L'équipe est actuellement composée de 18 collaborateurs dont 8 couturiers. Le Colonel trouve principalement sa clientèle dans l'univers du mariage. Il accueille ses clients dans ses 4 boutiques et expédie des produits partout en France et à l'international grâce à son site internet : expédition dans plus de 50 pays différents depuis la création du site.

L'entreprise est aussi revendeur de trois marques qui complètent sa gamme d'accessoires : Bertelles et Albert Thurston pour les bretelles (Belgique et Angleterre) ; Pantherella pour les chaussettes (Angleterre). Le Colonel possède également quelques revendeurs en France et à l'étranger, cela restant une faible partie de son activité : 5% du CA de l'entreprise.

Le Colonel Moutarde s'appuie sur une richesse interne pour maintenir le savoir-faire des Hauts-de-France, région « berceau » du textile. Le Colonel souhaite se faire une place dans une société en plein mouvement vers une économie intelligente responsable.

## VOTRE DEMARCHE RSE

3) Dans quel contexte votre démarche RSE s'inscrit-elle (contexte légal, pratiques habituelles du secteur, du territoire) ? Quel en a été l'élément déclencheur ?

Notre démarche RSE s'inscrit dans la logique des valeurs des fondateurs de l'entreprise. Il s'agit de leur volonté d'animer un **projet raisonné**, qui privilégie la proximité et la qualité, la relation humaine, le contrôle de la chaîne de valeurs **parce que c'est plus simple !**

S'appuyant sur un contexte géographique et historique qui se prête à la conscience locale, l'entreprise est aujourd'hui en pleine croissance et souhaite davantage formaliser cette démarche RSE, au départ davantage « naturelle », portée par les valeurs intégrées au projet entrepreneurial familial. La démarche RSE est donc un réel appui et encouragement, provocatrice d'un cercle vertueux.

4) Quelles sont les grandes lignes stratégiques de votre démarche RSE (objectifs économiques, sociaux, environnementaux) ?

### Objectifs économiques

Nos objectifs économiques se basent sur notre capacité à animer notre projet de sorte à ce qu'il soit durable et rentable :

- Innover pour **faire face à une concurrence** des créateurs indépendants et individuels (aux charges sociales différentes) ;
- S'adapter à la demande de nos clients pour les satisfaire et de les fidéliser en développant nos capacités de **création sur-mesure** ;
- S'étendre et ouvrir de nouvelles boutiques pour assurer visibilité et accessibilité ;
- Détenir un stock de produits adapté à la demande afin d'être réactifs, sans que le coût de ce stock ne soit trop élevé ;
- Développer de nouveaux marchés et pouvoir répondre aux appels d'offre professionnels (restaurants, hôtels, casinos ...).

### Objectifs sociaux

Notre impact social concerne aussi la création et le maintien d'emplois de qualité sur le territoire :

- Favoriser la **création d'emplois locaux, durables et qualifiés** ;
- Veiller aux bonnes conditions de travail des équipes dans l'atelier et en boutique ;
- Accompagner la **polyvalence** et la montée en compétences de tous (stagiaires, CDD, CDI) ;
- Rémunérer justement notre main d'œuvre.

### Objectifs environnementaux

- Privilégier au maximum les **circuits courts** et optimiser notre consommation de matières premières;
- Centraliser les commandes afin de réduire leur coût et de **limiter l'impact de l'importation** sur l'environnement ;
- **Innover** pour exploiter au maximum nos chutes de tissu en créant des produits dérivés.

#### Objectifs sociétaux

- Garantir au consommateur final un produit qui respecte les parties prenantes participant à sa réalisation ;
- **Maîtriser la chaîne de valeur de A à Z** depuis la production à la consommation finale, en passant par la communication, la logistique et la distribution pour proposer un prix final juste ;
- S'inscrire sur son territoire et partager quotidiennement avec nos **partenaires locaux** ;
- Diffuser nos bonnes pratiques auprès des écoles et transmettre des savoir-faire.

#### 5) Avez-vous des outils de suivi ? Avez-vous reçu des prix et nominations ? Avez-vous obtenu des certifications ?

Nous avons différents outils de suivis qui nous permettent au quotidien de nous évaluer et de nous améliorer dans nos processus et nos bonnes pratiques : logiciel d'avis consommateurs en ligne, la localisation de nos fournisseurs, provenance de nos matières premières, arrêts de travail et qualité de vie...nous favorisons au maximum l'achat de proximité.

Nous avons été contactés pour faire partie de la campagne d'affichage « **les Lillois ont du talent** ».

#### 6) Pourquoi candidatez-vous aux Trophées de l'Economie Responsable ?

Les associés du Colonel Moutarde souhaitent mettre en valeur les bonnes pratiques qu'ils ont su insuffler dans leur organisation, et souhaitent aussi se challenger. Notre équipe a à cœur de contribuer au mouvement de l'entreprise responsable !

Le Colonel promeut l'emploi local, privilégie la fabrication Française et de proximité. L'entreprise participe au « rétablissement » de l'industrie textile des Hauts-de-France. Ce sont des bonnes pratiques que nous souhaitons continuer de développer, à l'aide de ce trophée. Nous sommes également ravis d'apprendre à les communiquer.

## II/ DETAILS DE VOS ACTIONS RSE

---

### 1/ GOUVERNANCE : MANAGER SON ORGANISATION AVEC TRANSPARENCE

#### *GOUVERNANCE ET PARTIES PRENANTES*

7) Comment est organisée la gouvernance de votre entreprise ? Et dans quelle mesure permet-elle l'implication de vos collaborateurs & autres parties prenantes ?

Les **décisions stratégiques** au sein de notre entreprise sont prises par les trois associés, d'un commun accord. Selon les thèmes des décisions, les responsables de l'atelier, l'équipe commerciale et logistique, les managers de boutiques et les couturiers sont également concertés (besoin de recrutements, ouverture des nouvelles boutiques...)

L'ensemble des collaborateurs est sollicité annuellement pour participer à l'élaboration de la stratégie. En début 2018, lors d'une réunion avec tous, les employés ont été sollicités sur la question suivante : « **Si vous aviez une baguette magique, que changeriez-vous chez le Colonel ?** » De nouveaux axes de développements ont ainsi pu être fixés afin de fluidifier l'ensemble des échanges entre les boutiques/bureau/atelier.

Les **décisions opérationnelles** peuvent être prises par l'ensemble de l'équipe commerciale qui travaille en autonomie pour répondre à la majorité des demandes externes. Clémence, qui gère la partie commerciale de l'entreprise, forme ainsi chacun de ses collaborateurs.

8) Dans le cadre de cette gouvernance, comment la démarche RSE est-elle animée ?

La démarche RSE est effectivement animée au sein de l'entreprise à travers les valeurs de ses trois dirigeants. Cette jeune entreprise familiale fait vivre des relations conviviales en interne, entre collaborateurs. Le choix de travailler avec une majorité de fournisseurs locaux permet également de faire vivre la démarche RSE en externe auprès des parties prenantes de proximité.

9) Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes à votre démarche RSE ? Quels outils utilisez-vous ? (Précisez le lien vers votre rapport RSE si vous en réalisez un)

Collaborateurs :

- ✓ Nous incitons les collaborateurs à recycler les emballages, à exploiter les chutes de tissus au maximum.

Clients :

- ✓ Le hashtag #cousualille rassemble une communauté de consommateurs et est le reflet de notre implication dans le maintien de l'industrie en Hauts-de-France.

Fournisseurs :

- ✓ Nous privilégions toujours les **relations de long-terme** avec nos fournisseurs, afin d'établir de véritables relations et de permettre des échanges de confiance.

## PARTAGE DE LA VALEUR

10) Création et partage de valeurs :

	<b>NATURE</b>	<b>MONTANT</b>
	CHIFFRE D'AFFAIRES HT 2015	1.1 M€
	CHIFFRE D'AFFAIRES HT 2016	1.8 M€
	CHIFFRE D'AFFAIRES HT 2017	2.3 M€

11) Quel est le rapport d'échelle des salaires (gérant compris) ?

Rapport d'échelle des salaires = 1,38, soit une faible disparité des salaires.

12) Quel est le salaire moyen ?

Salaire moyen de l'entreprise est de 2150€ brut/mois

Médian = 2200€ brut/mois

Mesures mises en place pour **accompagner les employés dans leur évolution** :

- Tous les employés de plus d'un an d'ancienneté ont été augmentés
- A poste équivalent, évolution équivalente
- 2 primes par an d'un montant identique sont versées à l'ensemble de la masse salariale

13) Intégrez-vous des critères RSE dans les systèmes de rémunération ? Si oui, précisez lesquels

Les salaires des employés se trouvent **20% au-dessus du minimum légal**. Les heures supplémentaires sont proposées sur la base du volontariat.

14)

<i>Proposez-vous une participation * à vos salariés ?</i>	<b>NON</b>
<i>Proposez-vous des intéressements à vos salariés ? (prime, 13ème mois, ..) ?</i>	<b>OUI</b>
<i>Proposez-vous un Plan d'Epargne d'Entreprise à vos salariés ?</i>	<b>NON</b>
<i>Proposez-vous un actionnariat salarié ?</i>	<b>NON</b>

\* Obligation légale pour les entreprises > 50 salariés

## 2/ DROITS DE L'HOMME : RESPECTER LES DROITS ESSENTIELS DE LA PERSONNE

15) Comment votre entreprise favorise-t-elle la Diversité, l'égalité des chances ? (lutte contre les discriminations, égalité homme/femme, personnes en situation de handicap, senior, insertion...)

### Favoriser la diversité :

- ✓ Aucune discrimination physique/ethnique n'est pratiquée et les employés n'ont pas d'obligation stricte de présentation et d'habillement.
- ✓ Les collaborateurs proviennent tous d'horizons différents, et deux d'entre eux sont de nationalité étrangère.

### Favoriser l'égalité des chances :

- ✓ Les associés ont à cœur d'accompagner leurs **employés sur le long terme**. Les stages effectués chez le Colonel donnent souvent suite à un contrat :
  - En 2015, 1 stagiaire est passé en CDD,
  - en 2016, 2 stagiaires sont passées en CDD
  - en 2017, 1 stagiaire est passée en apprentissage
- ✓ Les dirigeants jouent un rôle dans la **réinsertion professionnelle** : exemple de leur tout premier stagiaire en couture, qui manage aujourd'hui toute l'équipe couturière.

Lutter contre l'exploitation de la main d'œuvre :

- ✓ En faisant le choix d'employer une **main d'œuvre locale**, les fondateurs renoncent à l'exploitation d'une main d'œuvre à bas prix dans des pays où les droits de l'homme ne sont pas toujours respectés de la même manière qu'en France.

16)

<i>REPARTITION EFFECTIFS</i>	<b>FEMMES</b>			<b>HOMMES</b>		
	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2015</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>
<i>CONTRATS CDI</i>	1	1	7*	2	4	5
<i>CONTRATS CDD</i>	1	9*	5	2	1	1
<i>INTERIMAIRES</i>						
<i>CONTRATS EN ALTERNANCE/STAGE/CONTRAT PRO</i>	2	1	2	1	1	2
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>8</b>
<i>DIRECTION</i>	1	1	1	2	2	2
<i>CADRE</i>	/	/	/	1	1	1
<i>EMPLOYE</i>	3	10	13	2	3	5
<i>OUVRIER</i>						
<b>TOTAL</b>	<b>4</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>5</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

⚠ Bilan social obligatoire pour les entreprises > 300 salariés

⚠ Accord ou plan d'action égalité Hommes/ Femmes obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

\*6 couturières parmi les 9 CDD de 2016 ont signé un CDI en 2017.

**Emploi de personnes en situation de handicap**      **2015**      **2016**      **2017**

Taux d'emploi des personnes Reconnues en Qualité de Travailleurs Handicapés (RQTH) (y compris intérim et ateliers protégés)	0	0	0
---	---	---	---

⚠ Taux légal pour entreprises > 20 salariés : 6% de l'effectif total

**Emploi des jeunes et des seniors**      **2015**      **2016**      **2017**

Moyenne d'âge des collaborateurs	25	24	26
Effectif des CDI de moins de 25 ans	0	0	3
Effectif des CDI de plus de 50 ans	0	0	0

⚠ Plan sur l'emploi des seniors obligatoire pour les entreprises > 50 salariés

### 3/ RELATIONS – CONDITIONS DE TRAVAIL

17) Quelle est la politique de votre entreprise en matière de prévention des risques professionnels ?

Les risques liés au travail des couturiers à l'atelier :

- Des **horaires aménagés** selon les emplois du temps personnels des employés ont été mis en place pour optimiser la concentration et la productivité des couturiers.
- Il est demandé aux employés de ne rester ni seul, ni au-delà de 19h dans les locaux, pour éviter tout défaut de concentration, tout accident.
- Les heures supplémentaires sont effectuées sur la base du volontariat.

Investissements dans des outils permettant d'appliquer la sécurité basique au sein des locaux :

- Sécurités sur les machines à coudre, gants en maille pour la découpe d'entoilage
- Pharmacie disponible
- Suite à l'entrée dans des nouveaux locaux, **brainstorming général pour étudier l'aménagement des bureaux**, de l'atelier et de l'espace logistique, afin que tout le monde s'y sente bien et que l'espace soit optimisé.
- Etude poussée de la surface des locaux afin d'optimiser l'emplacement de chaque extincteur, détecteur de fumée, sortie de secours et plan d'évacuation.

18)

	2015	2016	2017
Taux de fréquence *	0	0	0
Taux de gravité **	0	0	0

\*Taux de fréquence (TF) = (nb des accidents avec arrêt/heures travaillées) x 1 000 000

\*\*Taux de gravité (TG) = (nb des journées perdues par incapacité temporaire/heures travaillées) x 1 000

19) Quels dispositifs ou aménagements avez-vous mis en place pour améliorer les conditions de travail et le bien-être de vos collaborateurs?

Conditions de travail :

- ✓ En octobre 2017, suite à la fin du contrat avec Maisons de Mode, et pour accompagner la croissance de l'entreprise, nous avons **déménagé dans des locaux plus spacieux**. Suite à la concertation de l'ensemble des collaborateurs, les bureaux, machines à coudre, et espace logistique ont été disposés de manière à améliorer tout le processus de l'entreprise (passant d'une entreprise répartie sur 4 étages dans les anciens locaux à un plateau accueillant pour tous). Cette **optimisation des flux** permet en premier lieu le bon déroulement des missions de chacun, et participe au bien-être des collaborateurs au sein des nouveaux locaux.
- ✓ Prise en compte des besoins des employés en outils de travail : achat d'un mac book pro pour notre graphiste, achat de machines à coudre industrielles plus confortables, plus silencieuses.
- ✓ Mise en place d'un Comité d'Entreprise
- ✓ Les managers se tiennent à l'écoute des employés pour leurs problèmes professionnels ou personnels.
- ✓ Un espace avec cuisine entièrement équipée est proposé aux employés afin de cuisiner et déjeuner sur place autour d'une table. Permet à tous d'avoir un moment convivial pendant la pause déjeuner. Une salle de pause est à disposition, avec fauteuils et coussins se reposer.

Team building

- ✓ Chaque année une journée de Noël est organisée pour renforcer l'esprit d'équipe. Les managers des boutiques viennent également, ce qui permet aux couturiers, vendeurs et autres collaborateurs d'être réunis lors d'une journée conviviale.
- ✓ Un déjeuner d'entreprise est organisé à chaque événement important afin de resserrer les liens des employés.
- ✓ Les machines à coudre sont laissées à disposition des employés pour des **créations personnelles** en dehors de leurs heures de travail.

Santé

- ✓ L'entreprise propose à tous ses employés une mutuelle qu'elle prend **intégralement en charge**.

20)

	2015	2016	2017
Turn Over*	40%	77%	35%
Taux d'absentéisme	0	0	0

\*  $(\text{Départs année } N + \text{Arrivées année } N)/2 / \text{effectif moyen } N-1) \times 100$

La hausse significative en 2016 est expliquée par l'embauche de 8 nouveaux collaborateurs.

21) Comment sont organisés l'accueil et l'intégration d'un nouveau collaborateur (y compris stagiaires, intérimaires, apprentis...)?

Chaque nouveau collaborateur reçoit une présentation des locaux et un accueil convivial lors de la pause déjeuner.

✓ Arrivée à l'atelier :

Explication du fonctionnement du planning et de tout le processus de production des produits, présentation des différentes machines.

✓ Arrivée dans l'équipe commerciale :

Présentation de tous les produits, du fonctionnement de l'atelier, de la logistique. Présentation du site internet, de son backoffice, du mode de gestion des mails clients. Il est également proposé de passer une **journée en vente dans une boutique** après quelques jours.

22) Comment assurez-vous le développement professionnel de vos collaborateurs ?

✓ Equipe commerciale et logistique:

Les membres de cette équipe sont **formés dans une optique de transversalité** : ils sont capables de tenir une boutique, de répondre aux mails et appels des clients particuliers et professionnels, ils gèrent les réassorts des magasins, gèrent le SAV, accompagnent les fondateurs sur des salons, etc. Cette transversalité nous permet de veiller au développement professionnel de chacun en s'appuyant sur des compétences variées et évolutives.

✓ Formation entre collaborateurs:

Le Colonel a récemment recruté une couturière qui était auparavant notre prestataire fournisseurs de boutons de manchette et cravates. Elle **transmet son savoir-faire** à l'ensemble des couturiers, ce qui leur a permis à tous de faire évoluer leurs compétences en savoir-faire et en confection.

Les apprentis du Colonel reçoivent également une formation professionnelle en travaillant pour le Colonel en parallèle de leurs études : ils s'imprègnent pleinement du monde de l'entreprise et sont suivis par leurs écoles respectives quant au bon déroulement de leurs missions.

23)

	2015	2016	2017
% de la masse salariale consacré au plan de formation (indépendamment de l'alternance et du DIF)	/	/	/

\* taux légal < 10 salariés : 0.40 % de la masse salariale

\* taux légal > 10 salariés : 0.90 % de la masse salariale

Le Colonel ayant tout récemment franchi la ligne des « +10 salariés », nous n'avons pas encore établi de plan de formation officiel.

24) Comment favorisez-vous le dialogue social ?

- ✓ En échangeant au maximum les uns avec les autres. Le temps de la pause déjeuner, temps informel, est souvent le moment propice au dialogue social, alimenté par la diversité des profils de tous les employés.
- ✓ Par rapport aux associés, le fait d'avoir 3 gérants offre à chaque employé la possibilité de s'adresser à sa convenance à l'un des trois en fonction de son besoin/de son aisance.

25)

**REPRESENTATION DU PERSONNEL**

Délégués syndicaux*	NON
Délégués du personnel**	NON
Comité d'entreprise***	NON
Comité d'hygiène, de sécurité et des conditions de travail (CHSCT)***	NON

\* obligatoire pour entreprise > 50 salariés si présence d'une organisation syndicale

\*\*obligatoire pour entreprise > 11 salariés

\*\*\*obligatoire pour entreprise > 50 salariés

L'entreprise étant encore en plein changement au niveau de sa masse salariale, l'élection d'un délégué du personnel n'a pas encore été réalisée, mais sera planifiée prochainement.

## 4/ ENVIRONNEMENT : PRÉSERVER LA PLANÈTE

26) Comment prenez-vous en compte l'impact de vos activités sur l'environnement ?

Matière première principale :

- ✓ Tissu, fil et entoilage (95%)

Outils de travail :

- ✓ Machines à coudre branchées sur secteur
- ✓ Machines à pique plate/raseuse branchées sur secteur et compresseur.
- ✓ Ordinateurs portables

Innovations produit :

- ✓ Avec nos chutes de tissu, nous créons de **nouveaux produits accessoires afin de les exploiter au maximum de leur capacité**. Boutons de machette, nœuds pour enfants, bracelets sont des produits créés à partir de nos chutes.

Réduction des packagings :

- ✓ En 2016, **réduction des tailles de packaging** : nous sommes passés de 10x15 cm à 9x13 cm

→ baisse de **25%** de consommation de papier.

- ✓ En 2018, nous avons décidé de couper en 2 ou en 4 (selon le produit) nos feuilles de papier de soie destinées à emballer les commandes internet. Nous avons expédié 14500 commandes en 2017 soit autant de feuilles de papier de soie. Cette année nous utiliserons environ 2 fois moins de feuilles.
- ✓ L'entreprise est dans une démarche permanente de recherche de circuits courts.

→ **60% de nos prestataires sont situés dans les Hauts-de-France.**

Les sacs et tickets de caisse sont toujours proposés aux clients et non systématiques : économies de consommation de papier et emballages.

- ✓ Les fournisseurs sont choisis de manière responsable : notre stock de tissu Liberty est acheté en Angleterre (pays d'origine et de fabrication). Idem pour le tissu japonais que nous achetons au Japon car nous souhaitons proposer le véritable coton japonais, fabriqué dans le respect de la tradition.
- ✓ L'ensemble de nos locaux (4 boutiques +1 bureau/atelier/logistique) sont éclairés grâce à des ampoules leds.
- ✓ Toutes nos **vitrines sont réutilisées** dans les différentes boutiques pour éviter de jeter : récupération du matériel. Même démarche pour le matériel de shooting, qui est réutilisé pour le merchandising des magasins.
- ✓ Aucun gobelet en plastique chez le Colonel, chaque collaborateur a une tasse à son nom dès son entrée dans l'entreprise.

27)

<b>Bilan carbone</b>	NON
<b>Bilan Gaz à Effet de Serre*</b>	NON CONCERNE PAR LA REGLEMENTATION

\*Obligatoire pour les entreprises > 500 salariés

28) Identifiez les principales ressources naturelles utilisées\* dans votre production (matière première, eau, énergies...). Indiquez le volume si disponible.

	2015	2016	2017
<i>Tissu</i>	3400 mètres	5200 mètres	7000 mètres
<i>Entoilage</i>	3000 mètres	4400 mètres	5000 mètres
<i>Packagings produits</i>	29 000 unités	45 000 unités	60 000 unités

29) Identifiez les principaux rejets du processus de production (gaz à effets de serre, emballages, services généraux...) Indiquez le volume si disponible.

Nature des déchets	2015		2016		2017	
	Nb total	% recyclé ou valorisé	Nb total	% recyclé ou valorisé	Nb total	% recyclé ou valorisé
<i>Chutes de tissu *</i>	minimisé	-	minimisé	-	minimisé	-
<i>Packagings produits **</i>	-	0%	-	0%	-	0%

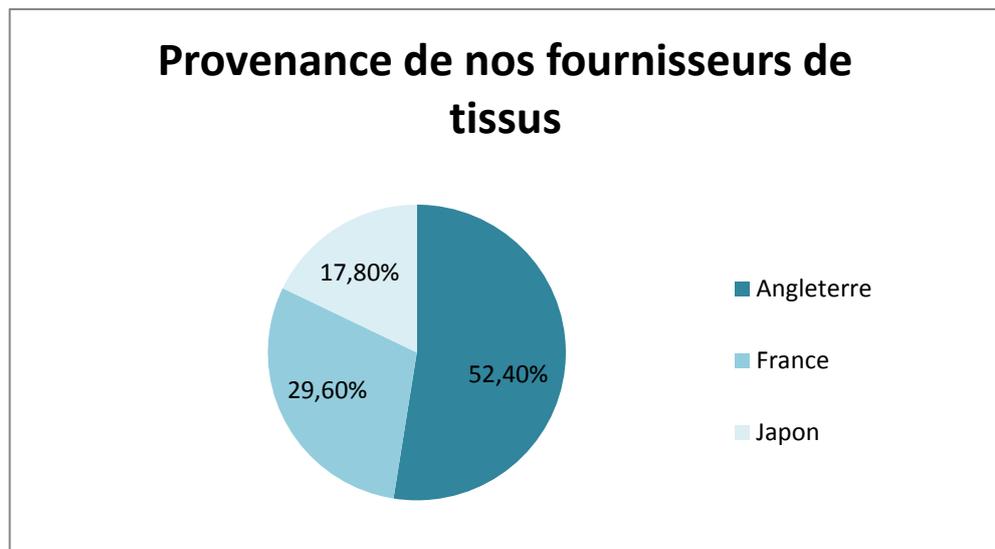
\*Nos chutes de tissu ne sont pas recyclées mais elles sont **minimisées**, comme expliqué dans la question précédente. De plus, les collaborateurs ont la possibilité de récupérer certaines chutes pour leurs créations personnelles. Nous ne jetons finalement qu'une faible quantité de tissu.

\*\*Nous ne jetons aucun packaging produit puisqu'il fait partie intégrante de la vente de nos produits. Les clients l'utilisent pour ranger les nœuds et accessoires.

## 5/ BONNES PRATIQUES D'AFFAIRES : ÊTRE ACTEUR LOYAL ET RESPONSABLE SUR LES MARCHÉS

30) Comment s'organisent les relations avec vos fournisseurs, sous-traitants, concurrents, partenaires ?

Nous essayons au maximum d'acheter à des fournisseurs locaux afin d'encourager à notre échelle ces acteurs à **ne pas délocaliser leurs usines**.



En mars 2018, 263 nœuds papillon en ligne dont :

- 47 japonais (Acheté au Japon)
- 138 Liberty (Acheté en Angleterre)
- 78 autres tissus (Acheté en France)

31) Quelle politique d'achats responsables avez-vous mise en place ? Quel est votre processus de sélection ?

Critères de sélection pour achats :

- ✓ Produit de qualité : nous pensons en premier lieu au client, à qui nous faisons le choix de proposer une **matière qualitative** ;
- ✓ Capacité de réapprovisionnement (pour le lancement d'un nouveau produit, nécessité de pouvoir racheter le même tissu) ;
- ✓ Efficacité et rapidité en termes d'approvisionnement ;
- ✓ Prix d'achat permettant de garder le prix final TTC habituel promis aux clients ;
- ✓ Achat local : nous privilégions le local et le circuit court ;
- ✓ Achat responsable : quand le local n'est pas envisageable (exemple du tissu japonais que nous sélectionnons pour le respect de l'origine du tissu).

**32) Quel est votre processus de suivi et d'accompagnement de vos fournisseurs et sous-traitants ?**

Nous entretenons une **relation de proximité** avec nos fournisseurs locaux. Par exemple, une livraison est souvent l'occasion de se rendre **visite dans nos locaux respectifs**. Cela implique nos fournisseurs et nos collaborateurs dans le développement de nos partenariats. Dernièrement, Rémi a rendu visite à notre fournisseur de fil à coudre situé à Marcq-en-Barœul, ce fut l'occasion de faire visiter cette usine à notre apprentie en management.

Clémence, Rémi et Valentin planifient aussi régulièrement des déjeuners avec leurs fournisseurs pour entretenir cette relation de proximité.

De septembre 2015 à décembre 2017 (suite au déménagement de nos locaux), les commandes du site internet étaient expédiées par un prestataire logistique. Depuis, il bénéficie de cette nouvelle capacité à travailler avec des entreprises ayant le même outil de gestion de site internet que le nôtre, avec qui il ne travaillait pas auparavant.

**33)**

	2015	2016	2017
<i>% fournisseurs audités : AUDIT SOCIAL</i>	0%	0%	0%
<i>% fournisseurs audités : AUDIT ENVIRONNEMENTAL</i>	0%	0%	0%

**6/ CLIENTS ET CONSOMMATEURS : RESPECTER LEURS INTÉRÊTS**

**34) Comment s'organisent les relations avec vos clients – B2B et B2C (relations clients, écoute client, satisfaction clients...)?**

Mise en place d'avis vérifiés sur le site internet : 4,9/5 -> Pour permettre aux clients d'évaluer et d'échanger sur la qualité de nos services.

- Avis Google et Facebook
- Les mails clients sont traités en moins de 24h dans la boîte mail du Colonel.
- Nous avons une **forte communauté client** sur Instagram que nous incitons à poster des photos d'eux avec nos produits. Ces derniers jouent le jeu et nous identifient régulièrement, en capturant des moments comme :
  - la réception du colis que nous soignons tout particulièrement (Réception d'un autocollant, d'une jolie carte et d'un mot de remerciement personnalisé selon le produit reçu.)
  - le jour J de leur mariage, avec la mise en scène des accessoires du marié avant qu'il ne s'habille ainsi que « l'instant » photos des mariés entourés de leurs témoins, en tenue assortie à celle du marié.

- Offre d'un **conseil ultra personnalisé** en magasin : notre but est de vendre par le conseil et l'écoute du client. Notre expertise dans le domaine du port du nœud papillon est en effet l'élément que nos clients recherchent en se rendant chez le Colonel Moutarde. Ils ont besoin d'être conseillés dans la manière de porter cet accessoire, souvent pour le jour de leur mariage. Nous sommes présents pour leur **apporter ce conseil** et les satisfaire.

35) Comment prenez-vous en compte la sécurité des utilisateurs dans le choix/développement de vos produits/services ?

Les produits enfants sont soumis à plusieurs tests réalisés à l'atelier pour leur sécurité :

- Le nœud enfant s'accroche grâce à un élastique.
- La barrette pour petite fille est cousue de sorte à ce que le nœud ne se détache pas de l'attache métallique.

36) Comment assurez-vous l'accessibilité pour tous de vos produits/services ?

Nous faisons le choix de proposer des **produits haut de gamme, à prix justes et accessibles**.

Les nœuds adultes sont ajustables, grâce à un système de 4 pressions pour les tours de cou « taille standard ». Une rallonge est offerte pour les hommes ayant un tour de cou supérieur à cette taille.

Nos boutiques sont accessibles aux personnes en fauteuil roulants et aux poussettes. (Celle du Vieux-Lille reste plus difficile d'accès étant donné les normes applicables du quartier.)

37) Comment sensibilisez-vous vos clients aux changements de mode de consommation au regard de votre démarche RSE ?

Nous proposons des **produits qui s'opposent à la mode éphémère** : nos produits ne sont pas victimes des saisons, nous n'avons pas de nouvelle ni d'ancienne collection ! Un nouveau produit entre en gamme dès lors que nous avons un coup de cœur pour un tissu, et un autre est arrêté si notre fournisseur arrête la production du tissu. Nous proposons donc une alternative à la « fast fashion ».

Si le mariage est un jour unique, les clients achètent des produits qu'ils pourront très facilement porter lors de futurs événements : En effet, des retours de nos clients nous permettent de savoir qu'ils réutilisent souvent leurs nœuds pour les baptêmes, mariages d'amis, soirées, et autres événements.

## 7/ ENGAGEMENT SOCIÉTAL : ALLIER LES INTÉRÊTS DE L'ENTREPRISE ET CEUX DE LA COMMUNAUTÉ

38) Menez-vous des projets en collaboration avec des acteurs de la société civile (associatifs, pouvoirs publics, écoles, ESAT....) ?

- Dons réguliers de produits (nœuds papillons) à des associations, partenariats avec des galas étudiants (ICAM, HEI, IESEG, ESSEC etc.)
- Dans le cadre du développement du projet de Clémence et Rémi, intégration de l'incubateur lillois Maisons de Mode dont le projet est **d'aider les jeunes créateurs** à développer leurs projets d'entreprise, et de redynamiser les quartiers dans lesquels sont situés leurs locaux. (Roubaix et Lille sud). Aujourd'hui, bien que nous ne soyons plus incubés, nous nous rendons ponctuellement à des événements qu'ils organisent, et eux partagent encore régulièrement des informations sur l'entreprise via leur réseau.
- Recrutement de stagiaires provenant **d'écoles du Nord** : Sonia Delaunay, ESMOD, le CIA, l'IESEG, et plus globalement, la plupart des employés sont issus de la région Hauts de France
- Nous communiquons particulièrement sur l'origine de notre produit *lillois*. L'expression « cousu à Lille » fait partie de notre logo. Nous avons fait l'objet d'articles dans des journaux locaux.
- Les managers du Colonel sont souvent suscités pour des conseils de business et dégagent du temps pour accompagner les jeunes créateurs.

39) Favorisez-vous l'implication de vos collaborateurs (et autres parties prenantes) dans ces projets ?

Les collaborateurs ont été invités à participer à une opération de collecte de cadeaux de Noël 2016 pour les sans-abris de la ville de Lille. Un carton avait été disposé en salle de pause pour la collecte de dons.

## III/ SYNTHÈSE

---

40) Pour conclure, quels sont, selon vous, les 3 points forts de votre dossier ?

Le Colonel Moutarde peut être fier de trois éléments clés tous trois animés par la **proximité** :

- Sa **politique d'achats** raisonnés ;
- Son identité lilloise et régionale forte avec son **atelier de confection** lillois, et les **ressources humaines** qui l'animent ;
- Sa **relation clients** valorisée à travers le conseil ultra-personnalisé pour une journée toute particulière et souvent unique.