

DOSSIER DE CANDIDATURE
TROPHÉES DE L'ÉCONOMIE RESPONSABLE 2020
Catégories « Entreprises de 500 à 1000 salariés »

TAPE A L'ŒIL

Dossier suivi par Marie-Charlotte de Ricard et Charlotte Calonne, Réseau Alliances

I/ PRÉSENTATION DE L'ORGANISATION CANDIDATE

1. INFORMATIONS GENERALES

Raison sociale : TAPE A L OEIL

Statut : SAS

Date de création : 1993

Domaine d'activité : Distribution spécialisée

Territoires d'action : France – Belgique- Pologne pour l'Europe

Effectif : 890 personnes

Adresse complète : 24, avenue du grand Cottignies, 59290 WASQUEHAL

Personne en charge du dossier :

Gaëlle DERBESSE, CareLeader (RSE/Fondation/QVT/Diversité) - gderbesse@t-a-o.com - 06.67.83.08.95.

Site Internet : www.t-a-o.com

Prix et nominations :

- 19e Palmarès Great Place to work en 2017
- Palmarès Capital
- Happytrainees

Certifications :

- GRS pour le recyclé
- GOTS / OCS pour le coton bio
- Oeko-tex sur 2 familles de produit pour H2O
- BREAM (très bon) pour notre entrepôt

| | 2019 | 2018 | 2017 |
|---------------------------|--------------|----------------|----------------|
| Chiffre d'affaires HT (€) | 185 millions | 181,5 millions | 178,1 millions |
| Résultat net (€) | 2 millions | -2,5 millions | 1,8 millions |

2. CONTEXTE & ACTIVITE

1) Racontez-nous l'histoire de votre structure ?

L'aventure Tape à l'œil (TAO) a démarré en 1993 sous l'enseigne 0-13 comme des grands. Et c'est en 1996 que le concept TAO est né avec l'envie de proposer des vêtements de qualité, gais et stylés pour les enfants de 0 à 14 ans à des prix craquants.

Tape à l'œil est géré par un conseil de surveillance représentant l'actionnaire (Mulliez).

Nous possédons 320 magasins sur 10 pays et plus de 80% des salariés sont actionnaires de l'entreprise. Notre siège est basé à Wasquehal et nous avons des bureaux d'achats à Shangai, Dacca, Hong-Kong et Dehli. A compter de 2012, TAO entre dans un processus de Vision partagée qui est réactualisée tous les 2/3 ans de manière collaborative et se concrétise par :

- une **mission** : "nous développons le talent de chacun" ... **#Boost talents**

- des **valeurs** qui constituent notre socle fort, filtres au travers desquels nous portons nos projets et actions : Passion, performance, Responsabilité, Audace.

Ce processus de Vision partagée nous pousse à challenger constamment nos pratiques et à les faire évoluer, à écouter en permanence nos collaborateurs afin d'avancer ensemble vers notre cap commun.

2) Pour quelles raisons avez-vous initié une démarche RSE ?

Nous sommes convaincus qu'une entreprise a une responsabilité vis-à-vis de son écosystème.

En plaçant la RSE en pilier de notre Vision stratégique, nous voulons nous engager chaque jour davantage pour un monde plus responsable et respectueux de la planète. Nous sommes pleinement conscients que nous devons, à nos collaborateurs, à nos partenaires, à nos clients, aux enfants, d'agir pour un monde qui va vers le mieux. La proximité avec les enfants, nous rend peut-être encore plus sensible et dans l'urgence à vouloir agir pour et avec eux. C'est ce qui figure d'ailleurs dans notre Vision stratégique RSE « **Bâisseurs engagés avec les enfants vers le vivre mieux** ».

Nous appartenons à l'industrie textile, le second secteur le plus polluant, nous avons donc des impacts environnementaux très fort. De plus, les attentes des clients évoluent : des produits traçables, durables, recyclables... ainsi que les attentes des jeunes générations vers plus de sens : retour aux métiers de sens, d'entreprises responsables, de qualité de vie au travail, d'équilibre pro-perso, de management durable. Des lois se mettent en place, invitant les entreprises en tant qu'employeur à plus de responsabilités sociales et environnementales.

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

Nous avons eu une vraie prise de conscience du sujet RSE avec une démarche de **diagnostic** entamée en 2017 et le premier audit qui nous a fait réaliser que nous étions un employeur responsable avec des politiques humaines qui intègrent nativement la RSE. Le diagnostic nous a éveillé et encouragé dans cette voie. Cela nous a conforté dans l'accélération de la RSE dans nos stratégies humaines.

Et avec notre nouveau DG, Edouard Blanchon, l'accélération s'est faite sur toute la partie environnementale.

Nous sommes heureux que notre ADN de base nous enjoint à être RSE nativement sur certains sujets, et fier de notre capacité de réaction pour avancer sur le sujet de l'environnemental.

Travailler sur le dossier de candidature nous permet de challenger notre démarche à date et de redimensionner nos feuilles de route, de valoriser ce qui a été fait, d'identifier ce qui est à faire, progresser et pouvoir partager et

échanger avec des experts du sujet. Quel que soit le résultat, cela donnera aussi une nouvelle dynamique à notre démarche RSE.

3. PARTIES PRENANTES

4) Quelles sont les parties prenantes prises en compte dans le déploiement de votre démarche RSE ?

- Collaborateurs
- Clients
- Fournisseurs
- Actionnaires
- Associations
- La Planète environnement)

Le diagnostic, réalisé en 2017 par le Réseau Alliances, a interrogé nos collaborateurs et nos clients.

La restitution a été faite lors de notre convention annuelle devant une assemblée de 700 personnes, composée de collaborateurs, partenaires, fournisseurs et clients.

II/ VOTRE DÉMARCHE RSE

1. GOUVERNANCE

1.1. MISSION & VALEURS

5) Quelle est la mission de votre structure / sa contribution à la Société ?

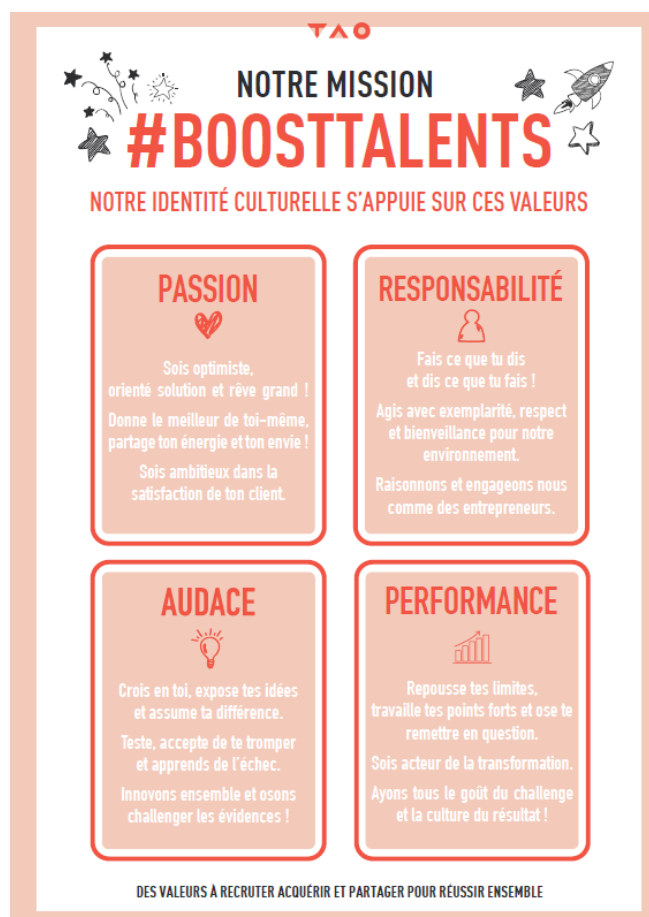
Notre mission est « **Boost talents** » : **Nous développons le talent de chacun pour façonner ensemble demain.**

Nous sommes convaincus que permettre à chacun d'être unique par son talent. Être considéré reconnu pour ses talents personnels et professionnels crée davantage de confiance en soi de motivation au quotidien et d'envie d'agir. En permettant à chacun de développer ce qu'il porte en lui intrinsèquement, sa nature profonde, on considère l'individu dans son entièreté, et pas uniquement pour ses compétences. C'est en appréciant chacun de cette façon que l'on s'épanouit, prend plaisir à ce que l'on fait et donne envie de faire plus, de partager son talent.

Pour les enfants, nous souhaitons que nos vêtements permettent à l'enfant, parce qu'il est à l'aise avec ce qu'il porte, de révéler son talent, de se révéler à soi-même avec des produits plus respectueux qu'ils sont fiers de portés.

6) Quelles sont vos valeurs ?

Nos valeurs sont au nombre de 4. Nos collaborateurs les ont choisis en cohérence avec ce qu'ils vivent au quotidien et nos ambitions.



Passion, Performance et Responsabilité sont des valeurs historiques de TAO.

La valeur de Responsabilité a pris une dimension différente. A l'origine significative par l'engagement de chacun, elle est devenue plus impactante et ouverte sur l'écosystème de l'entreprise avec l'enjeu de la RSE.

L'audace est une valeur plus récente qui invite à agir avec créativité et innovation.

Elles sont définies dans des affiches supports présentes à différents lieux stratégiques de l'entreprise, dans chacun de nos magasins et à disposition sur notre réseau social interne. Elles nomment aussi nos salles de réunions.

Elles se vivent chaque jour et comme le témoignait un de nos collaborateurs dans le dernier baromètre :

« Elles donnent de la puissance et de l'inspiration à ce que nous faisons. »

1.2. ENJEUX & OBJECTIFS RSE

7) Quels sont les enjeux RSE liés à votre activité ?

Mettre CONFIANCE, DETERMINATION, HUMILITE ET REUSSITE COLLECTIVE au cœur de la transformation

Nous associons avec transparence et authenticité nos clients et nos équipes dans nos choix.

Nous développons la conscience citoyenne de chaque partie prenante.

Nous invitons chacun à « Faire sa part ».

Progresser vite en terme d'ECO CONCEPTION et d'ECO FABRICATION de nos produits

Nous améliorons nos processus de fabrication et de partenariat avec nos *suppliers* locaux.

Nous tendons vers une utilisation prioritaire de matières durables.

Construire UNE SUPPLY CHAIN RESPECTUEUSE DE L'ENVIRONNEMENT

Nous améliorons l'empreinte environnementale et sociale de TAO.

Nous mettons la circularité au centre de toute démarche d'achats.

Développer la QUALITE DE VIE AU TRAVAIL pour une expérience collaborateur unique

Nous investissons sur des outils pour plus d'efficacité et de sérénité.

8) En fonction de ces enjeux, quels sont les objectifs de votre démarche RSE ?

⇒ **Economiques :**

Depuis cette année, un budget est dédié RSE, piloté par le comité de pilotage RSE afin de favoriser les initiatives individuelles, sensibiliser et informer les collaborateurs.

Toutes nos directions (offre, finance, IT...) ont prévu des lignes budgétaires dédiées à des projets RSE.

⇒ **Sociaux :**

Pour nos salariés :

- Proposer à nos collaborateurs tout au long de l'année une sensibilisation aux sujets de la RSE afin de développer leur conscience citoyenne.
- Développer nos outils d'écoute pour être au plus près des préoccupations et besoin de nos collaborateurs.
- Révision des politiques de rémunération et de mobilité.
- Une nouvelle étape de notre école de formation : on accentue la formation en local par des formateurs internes.

Pour les salariés de nos partenaires :

TAO s'engage sur la transparence de sa chaîne de valeur. Complète traçabilité du fil jusqu'au produit fini dans un parc fournisseur respectueux de nos engagements sociétaux et environnementaux.

En 2020, 100% de nos usines certifiées ICS et complète traçabilité de notre parc de confectionneur.

Nous imposons à nos usines un code de conduite respectueux des droits de l'homme et nous visitons régulièrement nos usines afin d'en vérifier le respect.

⇒ **Environnementaux :**

Eco conception :

TAO optimise son empreinte environnementale par le développement de produits éco-conçus :

- En 2019, 20% de nos produits sont éco-responsables
- En 2023 : 60% de nos produits seront éco-conçus
- Réduction de 2/3 de nos matières à fort impact environnemental
- 100% de notre production de denim sera plus responsable
- Detox Management des produits chimiques

TAO s'engage à protéger la biodiversité et les océans par l'adoption de mesures antipollution contre les substances chimiques.

En 2023 :

- Nous aurons éliminé/remplacé 50% des substances chimiques nocives pour l'environnement de nos productions (ZDHC).
- 60% usines seront certifiées ICS sur l'aspect environnemental.
- Tous nos produits en contact avec la peau seront certifiés Oeko-tex.

Management de l'empreinte carbone :

TAO s'engage pour la transparence, la mesure de ses objectifs et l'optimisation de son empreinte carbone.

En 2019, nous sommes passés de 25% à 16% d'aérien.

Nous communiquerons sur l'impact environnemental de chacune de nos références (HIGG Index).

Nous nous engageons à diminuer notre empreinte carbone sur le transport en réduisant par 2 le fret aérien et en produisant localement (proche import).

Management des déchets

Par la durabilité de ses produits et une politique zéro plastique, TAO s'engage à limiter ses déchets pour préserver l'environnement.

- En 2020, nous réduisons nos polybags de 50% et les packagings individuels.

- Nous éliminerons tous les plastiques à usage unique de nos produits- emballages.

- Nous réduisons de 1/3 nos invendus et nos échantillons de développement.

- Nous améliorons de façon substantielle la durabilité de nos produits (challenger par les tests physico-chimiques et les taux de retour client).

- Nous mettons en place une plateforme de seconde main nous permettant d'améliorer l'impact de nos produits en augmentant leur cycle de vie (ACV)

⇒ **Sociétaux :**

La Fondation TAO préexiste à l'enjeu de la RSE, puisqu'elle existe depuis 2013.

Nous élargissons le champ d'actions de la Fondation de manière à pouvoir accompagner davantage de projets durables pour les enfants et à créer des conditions d'accès au plus grand nombre de collaborateurs.

Nous élargissons notre champ d'action sociétal en dehors de la Fondation, vers des actions environnementales.

Nous sommes en discussion avec *Bee Forest* pour un projet de forêt urbaine.

1.3. MANAGER SON ORGANISATION AVEC TRANSPARENCE

9) Comment votre structure implique-t-elle les collaborateurs et/ou d'autres parties prenantes dans la stratégie de l'entreprise ?

Cela fait partie intégrante de l'ADN de Tape à l'œil que de travailler en **mode collaboratif**.

Les collaborateurs sont toujours **impliqués dans la construction de la stratégie de l'entreprise**. Nous avons écrit la Vision de l'entreprise en y embarquant tous les collaborateurs France, International, siège, magasins...

De même que la Vision RSE construite par un groupe de collaborateurs. Nous nous définissons comme une « **open company** », nos partenaires, fournisseurs, clients sont pleinement intégrés à nos réflexions, constructions de nos enjeux stratégiques

Nous travaillons en mode lab avec nos clients qui co-construisent nos collections = le **Family lab**

Notre stratégie de partenariats a été construite avec nos fournisseurs = le **Supplier lab**

Nous construisons nos process RH avec nos collaborateurs = le **Team lab**

Nous travaillons en **collaboration avec nos affiliés** que nous réunissons 2 fois/an. En début d'année pour partager avec eux le bilan de l'année écoulée et la feuille de route de l'année suivante. Et en milieu d'année pour un moment d'échange et de construction autour des grands enjeux communs.

10) Comment sensibilisez-vous vos parties prenantes aux enjeux RSE liés à votre activité ? Précisez vers quelle partie prenante

Par le choix d'une ligne éditoriale de communication durable pour nos clients. Nos campagnes de communication sont devenues des « éditions » où nous prenons la parole avec les enfants sur des enjeux RSE.

Par la mise en place de rencontres collectives annuelles (*supplier lab*) permettant d'associer nos fournisseurs aux stratégies d'entreprise et RSE.

Nous avons un rdv mensuel avec nos actionnaires qui sont l'opportunité de partager nos enjeux et projets RSE. Nous prenons toujours le temps de rencontres avec les associations que nous soutenons au travers de la Fondation pour partager nos ambitions RSE sociétales et donner sens à nos actions. Notre Vision RSE et nos enjeux sont intégrés dans le *roadbook* qui accueille nos nouveaux collaborateurs.

2. DROITS DE L'HOMME

2.1. DIVERSITE, EGALITE DES CHANCES & LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

11) Comment votre structure favorise-t-elle la diversité & l'égalité des chances ? (Lutte contre les discriminations, égalité homme/femme, personnes en situation de handicap, seniors, insertion...).

Notre ADN est fait de transparence et d'ouverture. Nous voulons croire que cette diversité est chez TAO naturelle au niveau du recrutement car ce qui nous tient à cœur est de **recruter des personnalités, des qualités humaines** qui vont se sentir en phase avec l'ADN et les valeurs de l'entreprise.

Étant donné les métiers liés à notre activité (création et distribution textile), nous avons une grande majorité de collaboratrices.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2019 |
|---------|------|------|------|------|
| F | 970 | 942 | 835 | 887 |
| M | 78 | 89 | 85 | 85 |
| Somme : | 1048 | 1031 | 920 | 972 |

Notre comité de direction est composé de 25 % de femmes.

En ce qui concerne les seniors : Nous pouvons observer que la tendance est au vieillissement de l'effectif global en raison notamment du recrutement de profils à plus forte expérience et du travail réalisé pour la fidélisation de nos équipes.

La population de l'entreprise reste néanmoins jeune car la part des salariés d'un âge inférieur ou égal à 35 ans représente près de 71 % du total des effectifs. Cette proportion est très représentative des équipes de Tape à l'œil et reste stable sur les deux dernières années.

Beaucoup de métiers peuvent être exercés par des personnes débutantes ou bénéficiant d'une première expérience, notamment en magasin sur les postes de Conseiller(e)s de Vente.

| | 2016 | 2017 | 2018 | 2018 en % |
|----------------|------|------|------|-----------|
| Plus de 45 Ans | 49 | 49 | 81 | 8,80% |
| Total | 1048 | 1031 | 920 | 100,00% |

Alternants et stages : Nous avons 3,5 % de alternants au siège soit 7 sur un effectif de 200 salariés et 6,5% de stagiaires soit 13 sur 200 salariés.

Pour le réseau, nous avons 1% d'alternants soit 9 sur un effectif de 843.

Le peu d'alternants sur le réseau s'explique par la complexité d'adapter des horaires de cours en alternance avec des amplitudes horaires magasins.

Nous n'avons pas de visibilité sur les stages magasins car les magasins sont autonomes sur ce sujet.

Diversité : Nous n'avons pas d'indicateurs sur la diversité car nous ne suivons pas l'origine des candidats ou des salariés.

Nous avons à cœur de favoriser l'égalité des chances et c'est d'ailleurs un axe important de notre Fondation au travers d'actions menées avec Areli ou La Fondation des apprentis d'Auteuil.

En ce qui concerne le handicap, nous avons une convention Agefiph qui est arrivée à terme et nous sommes en discussion pour une prorogation.

| | 2017 | 2018 | 2019 |
|--------------------------------|------|------|------|
| Nbre UB bénéficiaires employés | 5 | 4,63 | 4 |

2.2. DROITS DE L'HOMME & PRINCIPES FONDAMENTAUX DE L'OIT

12) Comment votre structure s'engage-t-elle au respect fondamental des Droits de l'Homme et quels moyens met-elle en œuvre (y compris dans sa politique Achats) ?

Par ses équipes en Asie, Tape à l'Œil réalise des **audits internes de ses fournisseurs** afin de connaître les unités de productions et les conditions de travail avec lesquelles nous travaillons. Tape à l'Œil a rejoint l'initiative sociale ICS avec un engagement d'avoir notre parc usine audité selon la grille d'audit social ICS et des performances d'audits acceptables. Notre contrat fournisseur avec nos partenaires mentionne l'interdiction du travail forcé, du travail des enfants et le suivi du droit international lié au travail (ILO).

3. RELATIONS & CONDITIONS DE TRAVAIL

13) Comment organisez-vous le recrutement, l'accueil et l'intégration d'un nouveau collaborateur ?

Nous avons construit un **parcours d'intégration** composé d'un socle commun à tous les métiers et un parcours personnalisé en fonction du métier. Chaque collaborateur est accueilli par un petit déjeuner organisé par son équipe, il est ensuite présenté par son manager à chacun des collaborateurs de l'entreprise. Un nouveau collaborateur passe 1 semaine à 15 jours d'immersion magasin

Lors d'un atelier d'accueil des nouveaux collaborateurs (1 x/mois), un collaborateur RH présente l'entreprise, sa stratégie, vision, projets... Au cours du premier mois, il va rencontrer les différents services connectés à son métier. La prise de poste se fait au plus tôt après un mois de présence dans l'entreprise.

Au-delà de ce socle commun des formations et accompagnements spécifiques peuvent être initiés en fonction des profils de nos collaborateurs recrutés.

Pour nos nouveaux collaborateurs en magasin, ils sont accueillis dans un magasin école pour 2 semaines d'apprentissage avec un responsable de magasin expérimenté. Il prend en main son magasin la 3ème semaine avec le coaching de la RMR (Responsable de magasin Relai sur la région). Pendant les 6 premiers mois, il est accompagné par une responsable de magasin coach.

La plateforme *e-learning* et *Linkus* permettent l'autonomie d'apprentissage de chaque collaborateur à son rythme.

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

Au-delà de répondre à notre obligation légale du document unique d'évaluation des risques, nous avons mis en place :

- une **formation ergonomie**
- une **formation maîtrise** de soi autour de techniques de sophrologie et de méditation
- des **audits magasins** sont effectués régulièrement par les Ressources Humaines pour mesurer l'efficacité des dispositifs en place et le respect des conditions de travail de nos équipes (+ de 100 en 2019)
- Des **outils d'écoute** permettent à chaque collaborateur de s'exprimer :
 - **BIB : outil d'écoute managérial**, réalisée mensuellement autour de 10 questions sur le bien-être professionnel du collaborateur. Cela permet à chaque manager d'être davantage en prise directe de l'état d'esprit des équipes et d'agir en proximité et de manière ciblée.
 - Chaque BIB fait l'objet d'un **open talk** (prise parole ouverte à tous les collaborateurs avec notre DG)
 - **NPS : outil d'écoute trimestriel** piloté par l'entreprise mesure l'engagement des collaborateurs au travers de 6 questions thématiques majeures (relation managériale, confiance, ambiance ...)
 - **Baromètre annuel/ Great Place to Work** : chaque collaborateur évalue l'entreprise de manière approfondie et permet d'identifier des signaux d'alerte. Ce baromètre annuel nous permet un benchmark marché.

Notre **réseau social Interne, Linkus** permet à chaque collaborateur de prendre la parole quand il le souhaite sur tous les sujets. Nous bénéficions donc de remontées en live du pouls des équipes.

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

Nos collaborateurs sont acteurs du développement de leurs compétences et de leur parcours professionnel. Les modules de notre **école de formation « TAO UNIVERSITY »** sont disponibles par inscription libre et via le e Learning, nous renforçons l'accès à l'acquisition de savoirs et compétences.

→ 1,9% de notre MSB formée en 2019 hors le e-learning.

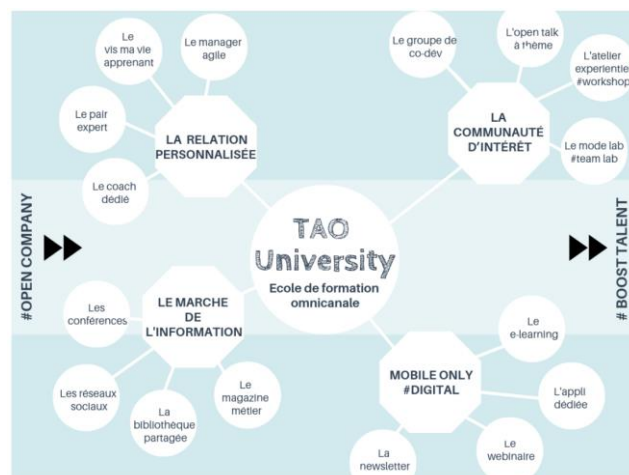
Nous sommes à l'écoute des besoins de nos collaborateurs de manière à proposer des formations de développement de compétences métiers, de compétences transverses, de développement personnel.

Nous avons un **dispositif de d'évolution interne : « Talent of TAO »** : formation certifiante pour nos conseillères de vente évolutives vers des fonctions managériales. Plusieurs promotions ont lieu dans l'année et chaque conseillère accède à une fonction d'adjoint ou responsable de magasin.

→ 25% de nos postes réseau ont été pourvus par mobilité interne. (5% pour le siège)

Les entretiens annuels de développement sont l'occasion pour chaque collaborateur d'échanger avec son manager sur son parcours professionnel et ses projets, ses souhaits de formation. Tous les collaborateurs sont « suivis » par un chargé de développement humain qui suit son parcours, le conseille. Toutes les offres d'emploi sont en accès libre et chaque collaborateur peut y postuler librement

NOTRE ECOLE DE FORMATION



16) Quels dispositifs ou aménagements avez-vous mis en place pour favoriser le bien-être de vos collaborateurs ?

L'entreprise Tape à l'œil est attentive au bien-être professionnel de ses équipes et écoute leurs demandes. L'organisation du travail permet au collaborateur une **flexibilité** dans ses horaires de travail et de faire une journée de **télétravail** par semaine. Nos responsables de magasins choisissent leur jour de repos et nos conseillères de vente sont à temps partiel avec un système d'annualisation.

L'entreprise met à disposition un « vitamines bar » pour les salariés des services centraux. Ils disposent de jus de fruits frais à volonté livrés toutes les semaines ainsi que des paniers de fruits de saison. Le principe est également repris pour les magasins qui gèrent eux-mêmes cette possibilité avec l'allocation d'un budget. Les collaborateurs du siège peuvent se faire livrer leurs colis personnels sur leur lieu de travail.

Nous faisons régulièrement des tests de services à proposer : livraison de pain, repassage... piloté par notre équipe accueil.

Aux services centraux, les collaborateurs disposent d'une salle de pause spacieuse avec cuisine équipée, canapés, baby-foot, TV et espaces aménagés en extérieur. Les pauses sont laissées au libre choix des collaborateurs aux services centraux.

Toutes les semaines, les collaborateurs peuvent se faire livrer des paniers de fruits et légumes frais de la ferme. L'entreprise laisse la possibilité aux collaborateurs d'initier des activités (yoga, musique, ateliers créatifs...).

En magasin, les horaires et temps de pause sont planifiés 3 semaines à l'avance par la Responsable de magasin et communiqués à l'équipe de façon à anticiper la gestion de son temps.

Un Comité de Direction par mois est consacré aux collaborateurs « **codir people** ». C'est l'occasion de partager les résultats des outils d'écoute, les remontées du CSE, les bilans d'intégration et de départ. Tous les managers et RH sont invités librement à y participer pour échanger sur son équipe.

17) En quoi les ressources humaines améliorent-elles l'attractivité de votre structure ?

Notre participation au **Great Place to Work** et notre 19^e place au palmarès nous a permis de valoriser notre attractivité.

TAO propose à ses collaborateurs :

⇒ **Des avantages financiers : à la rémunération fixe, s'ajoute une rémunération variable semestrielle individuelle sur des objectifs quantitatifs, qualitatifs et de posture.**

Le % de prime dépend du statut du collaborateur. Potentiel 20 % pour les cadres, 10% pour les agents de maîtrise, 5% pour les employés. Tous les salariés sont concernés par les primes de rémunération variable individuelle.

Nos collaborateurs ont également accès à :

- un intéressement (trimestriel) ;
- une participation aux bénéfices de l'entreprise ;
- un actionariat (tout collaborateur peut décider de devenir actionnaire de l'entreprise) ;
- Des challenges pour les équipes commerciales ;
- Lors des *people review* annuels, la rémunération est revue et peut-être augmentée s'il y a eu augmentation du niveau de compétences.
-

Le comité de *people review* composé du DG, DRH et Directeur du contrôle de gestion écoute les managers présenter leur équipe, collaborateur par collaborateur.

Ils échangent sur la montée en compétences, projets menés sur l'année, implication exceptionnelle des collaborateurs et sur sa rémunération. Le collaborateur peut, de son côté exprimer un souhait d'augmentation lors des Entretiens Annuels.

L'entreprise reconnaît la fidélité par une carte cadeau remise à l'occasion du passage de 5 ans, 10 ans, 15 ans et 20 ans d'ancienneté
















































⇒ **Sur des aspects non financiers :**

- Un accès libre à tous les modules de formation de la *TAO university* ;
- Une flexibilité sur l'organisation du travail (amplitude horaire et télétravail) ;
- 1 talents review par an pour déterminer les parcours de mobilité horizontale et verticale de nos collaborateurs ;
- Des formations certifiantes ou diplômantes ;
- Des RH en proximité et en écoute 2 jours/semaine en local sur le terrain ;
- Des échanges à l'international ;
- Des événements & cadeaux.

4. ENVIRONNEMENT

18) Quelles sont les ressources nécessaires à votre activité ? (Matières premières, eau, énergies)

Le tableau ci-dessous récapitule l'impact environnemental quantifiable de notre activité par étape de production selon les 6 critères majeurs définis par la réglementation internationale.

| | Tier 4 Raw materials production | Tier 3 Yarn spinning | Tier 2 Fabrics production | Tier 1 Products assembly | Tier 0 Direct operations | USE | EoL | Total |
|--|---|---|---|---|---|---|---|-----------------|
| GhGs  |  |  |  |  |  |  |  | 42.5% €31.4M |
| Air pollution  |  |  |  |  |  |  |  | 10.3% €7.6M |
| Water consumption  |  |  |  |  |  |  |  | 22.0% €16.3M |
| Water pollution  |  |  |  |  |  |  |  | 10.4% €7.7M |
| Waste  |  |  |  |  |  |  |  | 4.2% €3.1M |
| Land use  |  |  |  |  |  |  |  | 10.6% €7.8M |

19) Comment prenez-vous en compte l'impact de vos activités sur l'environnement ? Quels moyens mettez-vous en œuvre pour limiter ces impacts ?

Eco conception :

TAO optimise son empreinte environnementale par le **développement de produits éco-conçus** :

→ En 2019 : **20%** de nos produits sont éco-responsables.

→ En 2023 : **60%** de nos produits seront éco-conçus en passant par un **coton de transition**, en augmentant la part de **fibre recyclés** et en étendant notre offre de denim avec un impact faible sur l'environnement en passant par une sélection spécifique des fournisseurs.

Réduction de **2/3** de nos matières à fort impact environnemental en limitant nos compositions à base d'acrylique, viscose et polyester.

100% de notre production de denim sera plus responsable.

| 2-Preferred fibers strategy | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|----------------------------------|------------------|-----------------------------------|-----|------|------|------|------|------|
| | Standard | KPI | | | | | | |
| 2-1_Better fabric policy project | Textile exchange | % Coton (BCI, BIO, US..) | 5% | 15% | 30% | 40% | 50% | |
| | | % Recycled Fibers | 2% | 4% | 6% | 8% | 10% | |
| | | High impact fibers | 90% | 80% | 60% | 50% | 35% | |
| 2-2_Eco designed project | TAO | % of reference with Organic / BCI | 10% | 15% | 20% | 25% | 30% | |
| | Standard | Recycled | 5% | 10% | 15% | 20% | 25% | |
| 2-3_Focuss on Denim impact | EIM | EIM Score | 65 | 55 | 45 | 35 | <33 | |

Detox Management des produits chimiques

TAO s'engage à protéger la biodiversité et les océans par l'adoption de mesures antipollution contre les substances chimiques.

En 2023 :

Nous aurons éliminé/remplacé **50% des substances chimiques nocives** pour l'environnement de nos productions (ZDHC).

60% usines seront certifiés ICS sur l'aspect environnemental.

Tous nos produits en contact avec la peau seront certifiés **Oeko-tex**.

| 4-Chemical management | | | | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
|------------------------------------|-----------|---------------------------------|----|------|------|------|------|------|
| | Standard | KPI | | | | | | |
| 4-1_ZDHC Roadmap to Zero Programme | MRSL | % of supplier aligned | 0% | 10 | 20 | 30 | 50% | |
| 4-2_Environmental Audit | ISO 14001 | % of factories compliant | 0% | 15% | 30% | 45% | 60% | |
| 4-3_Certification Oekotex | Std 100 | Nbr of product family certified | 2 | 4 | 6 | 8 | 10 | |

Management de l'empreinte carbone :

TAO s'engage pour la transparence, la mesure de ses objectifs et l'optimisation de son empreinte carbon.

En 2019, nous sommes passés de **25% à 16%** d'aérien.

En 2023 :

Nous communiquerons sur l'impact environnemental de chacune de nos références (HIGG Index).

Nous nous engageons à diminuer notre empreinte carbone sur le transport en réduisant par 2 le fret aérien et en produisant localement (proche import).

| 3-Environmental impact measurement | | | | | | | |
|------------------------------------|------------|--------------------|------|------|------|------|------|
| | Standard | KPI | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| 3-1_TAO sustainability performance | Higg Index | FEM Score | 20 | 30 | 40 | 50 | 60 |
| 3-2_Short term sourcing | | % of our purchases | 4% | 7% | 11% | 14% | 20% |
| 3-3_Transportation footprint | | % air freight | 18% | 15% | 14% | 12% | 10% |

Management des déchets :

Par la **durabilité de ses produits** et une **politique zéro plastique**, TAO s'engage à limiter ses déchets pour préserver l'environnement.

En 2020, nous aurons réduit nos polybags de **50%** et les packagings individuels.

Nous éliminons **tous les plastiques à usage unique** de nos produits- emballages.

Nous réduisons de **1/3** nos invendus et nos échantillons de développement.

Nous améliorons de façon substantielle la durabilité de nos produits (challenger par les tests physico-chimiques et les taux de retour client).

Nous mettons en place une **plateforme de seconde main** nous permettant d'améliorer l'impact de nos produits en augmentant leur cycle de vie (ACV).

| 5-Waste management | | | | | | | |
|--------------------------------------|----------|-------------|------|--------------|------|------|------|
| | Standard | KPI | 2019 | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| 5-1_Packaging / Zero plastic project | TAO | % of pieces | | Zero polybag | | | 0% |

Recyclabilité :

Notre plateforme de 2nde main permet l'achat et la vente de produits TAO de 2nde main via l'appli. Les retraits et dépôts de vêtements se font dans nos magasins. Nous privilégions les transactions locales (je vends et achète dans les magasins à proximité de mon domicile donc pas de frais d'envoi). L'achat effectué, le montant de la vente est versé dans la cagnotte de l'acheteuse qui décide d'utiliser le montant pour des achats sur l'appli de 2nde main ou de le verser sur son compte bancaire.

Plan de déplacements internes :

Afin d'inciter nos collaborateurs à privilégier la mobilité douce pour se rendre sur leur lieu de travail :

- Nous avons construit un **abri à vélos** en bois sécurisé. Nous avons fait appel à l'école de Production de Quiévrechain qui forme des jeunes aux métiers de la menuiserie pour cette réalisation.
- Nous avons organisé le « **petit de' du co-voiturage** » afin que chaque collaborateur ouvert au co-voiturage puisse identifier ses collègues résidant à proximité.

Nous avons créé une **carte numérique** afin que chaque nouveau collaborateur puisse se positionner, accessible en temps réel.

5. BONNES PRATIQUES D'AFFAIRES

20) Comment intégrez-vous la RSE dans votre démarche d'achats et dans la relation avec vos fournisseurs ?

Nos fournisseurs s'engagent via le contrat signé avec TAO à respecter des **règles éthiques** comme la lutte contre le travail forcé et d'enfants par exemple. Nous construisons de **réels partenariats** avec nos fournisseurs grâce à nos bureaux en Asie où les équipes accompagnent nos usines pour grandir ensemble. Nous avons initié un **programme de formation** orienté sur la qualité dans nos usines pour renforcer ce partenariat et cultiver la

fierté de travailler pour notre marque. TAO a organisé la **Supplier Week**, une occasion pour nos fournisseurs clés de rencontrer la marque, mieux la connaître et d'échanger ensemble pour améliorer notre politique d'achats.

Nous avons une **traçabilité** de nos fournisseurs directs dans tous nos pays de production qui sont audités selon le format d'**audit social ICS**, aucune commande ne peut être placée chez un fournisseur qui ne répond pas à cette exigence. Promouvoir et maintenir des pratiques de travail équitables, des conditions de travail sûres dans nos usines de produits finis.

➤ En établissant une relation de partenariat durable avec nos fabricants :

Tape à l'œil accompagne ses fournisseurs grâce à des **équipes en propre implantées localement** sur ses principales zones de production.

Nous travaillons avec **169 usines dans 9 pays** : le Bangladesh représente 42% de notre production, la Chine 29%, l'Inde 15%, le Pakistan 6%, la Turquie 4%, le Maroc 2%, L'Ile Maurice, Cambodge et Myanmar 1%.

Nous ne sommes pas opportunistes, nous construisons des **relations de long terme** avec nos fournisseurs. Plus que des fournisseurs, ceux sont des partenaires.

➤ En fixant des règles du jeu claires et transparentes dès le départ :

Nous nous assurons que tous nos ateliers référencés répondent aux **engagements sociaux et environnementaux** inscrits dans le code de conduite de Tape à l'œil. Pour être référencé, chaque fournisseur devra suivre un **processus d'intégration sélectif** et être audité selon un cadre défini par les conventions de **l'Organisation Internationale du Travail (OIT)**, les principes de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme et les législations sociales des pays producteurs.

Aucune usine ne peut démarrer une production sans avoir été préalablement certifiées par notre équipe compliance. Nos acheteurs suivent les engagements de notre **charte compliance** pour le choix de nouveaux fournisseurs et sont formés par notre responsable qualité sur les choix matières.

➤ En garantissant un standard social et environnemental reconnu internationalement

Tape à l'œil est membre de l'initiative ICS <https://ics-asso.org/fr/> depuis 2017. Les enseignes membres travaillent ensemble pour améliorer durablement les conditions de travail et encourager les usines de leurs fournisseurs à se mettre en conformité et à progresser.

➤ En agissant en toute transparence vis-à-vis de nos clients

Nous sommes fiers du travail accompli avec nos ateliers partenaires mais restons conscient du chemin qu'ils nous restent à parcourir et parce que notre démarche est sincère, nous partageons avec vous ces quelques chiffres.

- **169** usines actives en 2018 ;
- **100%** de nos ateliers auditées (dont 65% selon la grille d'audit ICS) ;
- **1** cas de sous-traitance relevé en 2019.

21) Quelles règles éthiques avez-vous établies vis-à-vis de vos concurrents ?

Nous sommes dans des relations de concurrence intelligente. Nous nous rencontrons afin d'échanger et de partager sur des sujets d'intérêts communs (ex : en décembre avec Okaidi sur la mise en place d'une politique handicap). Nous travaillons sur des solutions communes pour la réduction des polybags. Nous travaillons ensemble sur un projet commun Fondation au Bangladesh

6. CLIENTS ET CONSOMMATEURS

22) Proposez-vous une offre responsable à vos clients/consommateurs ? Si oui, laquelle ? Si non, pourquoi ?

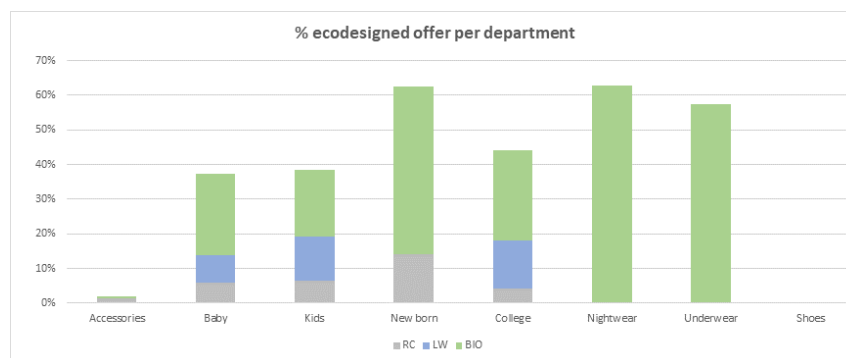
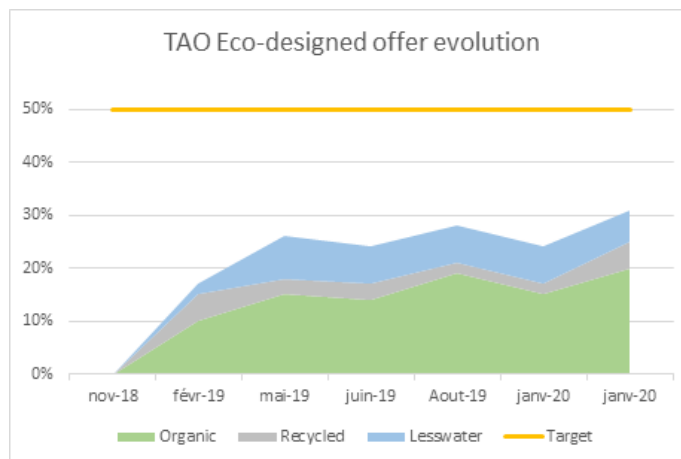
A date, **27%** de notre collection possède un **attribut RSE**.

L'intégralité de nos manteaux d'hiver avaient leur **doublure en matière recyclée**.

100% de notre offre denim est **less water**.

95% de nos t-shirts sont en coton organique, **certifiés Gots**.

La feuille de route de l'offre engage des **indicateurs de progression** précis.



Depuis ce début d'année nous intégrons des **collections capsules de marques responsables** sur notre site web et en magasin :

- La vie est belt : marque de ceintures faites à la main à partir de pneus de vélo usagés et recyclés dans nos ateliers à Lille ;
- Avril : marque française de cosmétique bio et naturelle à prix accessible ;
- Pain d'alouette : mode écologique pour bébé ;
- Ma cabane à rêves : Magnets en matériau RSE fabriqués et découpés en France ;
- Ki et la : lunettes de soleil en matière recyclée.

Notre offre seconde main sort en mai en version digitale.

23) Comment sensibilisez-vous vos clients/consommateurs à la consommation responsable ?

En magasins, les produits concernés sont identifiés par des **étiquettes spécifiques** et nos équipes de vente ont des **formations produits** leur permettant de répondre aux questions clients.

Nos campagnes de communication marque sont orientés vers le « **vivre mieux, préparer un monde meilleur pour nos enfants** » et sont reliées sur notre site web.

Nous avons un **shopping bag** Fondation en matière recyclée en vente en magasins à 1 € dont 50 cts sont reversés à la Fondation.

24) Comment intégrez-vous la RSE dans la relation clients/consommateurs (accessibilité, relation court terme et long terme, satisfaction...)?

Depuis plusieurs années, **TAO intègre ses clients dans le développement des collections et dans l'écoute et le partage de ses retours via le Family Lab.**

La **co-crédation** des collections avec nos clients nous permet d'écouter leurs besoins et de les intégrer à nos collections.

Notre équipe *social media* anime des communautés de clients sur les réseaux sociaux et entretient avec eux une relation privilégiée basée sur la confiance et l'implication dans la marque.

La nouvelle vision de TAO est ancrée autour de la **RSE**, elle est désormais **dans l'ADN de la marque et guide les décisions**, nos campagnes de communication. Nos campagnes de communication sont devenues des « éditions » **construites autour des enfants**, qui sensibilisent nos clients sur les sujets sociétaux et environnementaux. Nos campagnes présentant nos nouvelles collections, nous emmenons exclusivement les enfants de nos clients, en provenance directe de nos magasins et de notre plateforme *#OriginalKids*.

(Ex : l'Edition 1 était centrée sur « Comment aider nos enfants à trouver le verbe de leur vie ? Sans essayer de les faire entrer dans des cases qui n'existeront plus dans 20 ans ? Car 85% des métiers qu'exerceront nos enfants n'existent pas encore. »)

Notre SAV client téléphonique nous permet un contact – jour/7 avec nos clients pour répondre à toutes leurs questions.

7. ENGAGEMENT SOCIÉTAL

25) Expliquez vos actions sociétales et précisez pour chacune l'implication de vos collaborateurs et les liens avec vos parties prenantes

Nos actions sociétales sont d'abord encouragées par notre **Fondation**.

Notre mission depuis 2013 « **agir en faveur des enfants en situation de fragilité avec des associations partenaires et l'engagement des collaborateurs Tape à l'œil, partout dans le monde pour contribuer à révéler le talent des enfants** ».

→ En 2019, nous avons accompagné **24 projets** au bénéfice de **2956 enfants**.

Nous intervenons principalement dans **nos pays d'implantation**.

Les projets portés par notre Fondation se définissent selon **3 axes** :

- Le **bien-être des enfants** avec des actions répondant à des besoins essentiels : se nourrir, se loger et s'habiller.
- La **valorisation de l'enfant** : les actions permettent à l'enfant d'être un enfant qui s'amuse, joue, rit et oublie sa situation.
- La **révélation des talents**, en cohérence avec la mission de l'entreprise : ces actions sont axées sur la scolarité, la formation, l'accès à l'emploi pour les plus âgés.

Ce qui est important pour nous est permettre à chacun de pouvoir participer aux projets de la Fondation. **L'entreprise permet donc à chaque collaborateur de s'investir dans des actions Fondation sur son temps de travail**. Et afin de faciliter ce système pour nos équipes magasins qui sont contraintes de planning horaires magasins, les heures passées au profit de la Fondation sont prises en charge par la Fondation.

Nous voulons être une Fondation ouverte au monde et sur le monde, **nos clients, partenaires, entreprises... participent à nos projets**.

En 2019, le **projet Skola** avec la Fondation des Apprentis d'Auteuil nous a permis de travailler de concert avec Camaïeu, Devred, La Redoute et Kaporal autour d'un projet d'accès à l'emploi pour des jeunes issus de milieu défavorisés. L'initiative est en totale adéquation avec la mission de Tape à l'œil « *Boost Talents* » ainsi qu'avec notre engagement sociétal d'employeur responsable.

Pour l'action « **les petits mecs P2** » (accompagner les familles et développer la recherche médicale sur cette anomalie dans l'espoir d'améliorer les conditions de vie de ces enfants), les collaborateurs TAO dans le monde

se sont lancé un défi : 100 000 km à parcourir en 4 mois ! Et pour la première fois dans une action de la Fondation, nous avons aussi embarqué les partenaires et clients de TAO.

III/ FACTEURS CLÉS DU SUCCÈS

26) Qu'est-ce-qui permet la réussite de votre démarche RSE (motivation, implication, moyens humains/matériels/financiers, communication...) ? (Les difficultés rencontrées et surmontées peuvent apparaître ici)

Un **DG** qui pose la RSE comme enjeu majeur lors de sa prise de fonction il y a 18 mois et qui en est le premier sponsor.

Un **comité de pilotage RSE** constitué de 14 personnes volontaires issus de tous les métiers de l'entreprise et dont est partie prenante le DG et la DRH.

Un **comité de direction mensuel dédié RSE**.

Un **budget obligatoire** par direction destiné aux projets de transformation responsables.

La fonction de **Care Leader** créée en 2019 qui pilote la Fondation, QVT, Diversité et leade le copil RSE.

Une stratégie RSE court terme faite de « petits pas » qui fédèrent, motivent sur le long terme avec des objectifs ambitieux.

Un ADN orienté communication et proximité avec des rdvs rituels : convention, kickoff, réunions mensuelle, réunion de région, petit-déjeuner conseillers de vente, qui sont des opportunités de prise de parole sur la RSE, de visibilité sur les avancées de l'entreprise.

Nous avons des **supports dédiés** : une communauté RSE sur notre réseau social interne, des newsletters RSE.

Nous faisons partie de **collectifs** qui nous permettent de mettre en commun nos avancées, de réfléchir ensemble et de mutualiser nos compétences afin d'avancer plus rapidement ensemble.

Acts&Facts : collectif des enseignes de l'AFM.

Plateau fertile : association d'entreprise pour une mode innovante et respectueuse.

27) En quoi votre démarche RSE contribue-t-elle aux performances de votre structure ?

La démarche RSE pousse à une introspection profonde et multidisciplinaire de l'entreprise et met en lumière les risques et les faiblesses de l'entreprise dans la gestion de sa production, de ses ressources, ses *process* humains ou encore son impact social, et à trouver les leviers pour y répondre.

Cela nous mène à investir sur des nouveaux outils qui vont permettre des *process* plus efficaces, détachant les collaborateurs de tâches à peu de valeur ajoutée pour se recentrer sur leur cœur de métier.

L'enjeu de la RSE est chez TAO un vrai levier de fidélisation interne : les collaborateurs sont fiers des démarches entamées pour améliorer nos *process* et sont davantage motivés. Cela crée aussi de nouveau métier : « care leader, responsable qualité opérationnel ... » cela transforme les organisations et ouvre de nouvelles perspectives de métiers, projets (la 2^{de} vie par exemple)

ACTE DE CANDIDATURE

X J'accepte les conditions du règlement des Trophées de l'Economie Responsable (*voir Règlement sur www.reseau-alliances.org*)

X Je m'engage à être sincère et transparent au travers de la candidature de ma structure

Cachet & Signature
Précédés de la mention "lu et approuvé"

lu et approuvé

TAPE A L'OEIL
TAO UNIVERSITY
24, avenue du Grand Cottignies
59290 WASQUEHAL
RCS B 309 632 639