

DOSSIER DE CANDIDATURE
TROPHÉES DE L'ÉCONOMIE RESPONSABLE 2021
Catégories « Entreprises de 100 à 550 collaborateurs »

BLANCHEPORTE

Dossier suivi par Dilia Peña Medina et Charlotte Coupigny, Réseau Alliances

I/ PRÉSENTATION DE L'ORGANISATION CANDIDATE

1. INFORMATIONS GENERALES

Raison sociale : CIVAD - Blancheporte

Statut : SAS

Date de création : 1806

Domaine d'activité : E-commerce

Territoire(s) d'action : France (85%) Belgique (10%) reste Europe (5%)

Effectif : 208

Adresse complète : 22 rue de la Blanche Porte, 59200 TOURCOING

Personne en charge du dossier :

Nom : LEMAIRE **Prénom** : Caroline **Fonction** : DRH & RSE, membre du comité de direction

E-mail : Tél. fixe : Tél. mobile :

Autre(s) contact(s) Isabelle DESBOIS, Karine HENNEBAUT

Site Internet : www.blancheporte.fr

Compte Twitter / LinkedIn :

https://twitter.com/blanche_porte

<https://www.linkedin.com/company/blanche-porte>

Prix et nominations :

- 2016 Médaille de Bronze du meilleur site de e-commerce aux **Favor'i FEVAD**
- 2017 Le site belge élu 3ème **site préféré des internautes** dans les catégories Habillement et Lingerie
- 2018 1ère place au **Grand Prix Marketing Digital** dans la catégorie Display
- 2018 Lauréat OR des **Trophées du e-commerce**, catégorie Dispositif Online de Conquête et de Fidélisation
- 2019 **Trophée Qualité de Vie au Travail** décerné par l'ARACT

- 2020 Lauréat OR des **Trophées du e-commerce**, catégorie Meilleur Campagne de Marketing Online pour le catalogue connecté et personnalisé
- 2020 Lauréat des **Trophées Media Courier** Catégorie « Distribution & Grande Consommation » et Grand Prix « La Poste Solutions Business »
- 2021 **Elu Service Client de l'Année**, catégorie Mode et Accessoires

Certifications :

- OEA = Opérateur Economique Agréé
- OEKO TEX
- BCI (Better Cotton Initiative)
- GOTS (Global Organic Textile Standard)
- PEFC (papier issu de gestion durable des forêts)

2. CONTEXTE & ACTIVITE

1) Racontez-nous l'histoire de votre structure et son activité

Blancheporte est une entreprise bicentenaire dont le métier a progressivement évolué de l'industrie textile à la vente à distance. 200 collaborateurs basés à Tourcoing conçoivent des collections de produits textiles (principalement habillement femme et linge de maison), et les commercialisent par le biais de notre site internet et par l'envoi de catalogues et mailings. Nous avons 2 millions de clientes actives.

200 ans d'histoire ont démontré la résilience de l'entreprise fortement ancrée dans son territoire. Elle s'apprête à traverser le nouveau défi de la transformation écologique.

2) Pour quelles raisons avez-vous initié une démarche RSE et quels sont les objectifs de votre démarche (économiques, sociaux, environnementaux, sociétaux) ?

La prise en compte de la dimension RSE est une nécessité pour préserver les ressources naturelles et transmettre une situation saine aux générations futures. Les objectifs principaux sont la suppression du plastique dans les enveloppements dès que cela est possible (documents commerciaux, produits, colis), l'introduction croissante de produits éco-conçus et de matières responsables, l'augmentation de la part des transports environnementaux et le développement d'un management collaboratif.

La nouvelle stratégie RSE vient d'être affinée et partagée à l'ensemble des collaborateurs.

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

La stratégie mise en place progressivement commence à se structurer. Le fait de l'exposer à un jury professionnel permettrait de confirmer la légitimité de notre démarche sur ce sujet. Si nous obtenons un trophée de la RSE, cela permettrait de fédérer les équipes tout en nous apportant une reconnaissance extérieure. Enfin, l'accompagnement proposé nous permettrait de poursuivre les actions internes de mobilisation et également de nous aider à l'écriture d'un rapport RSE utilisable dans nos communications.

3. PARTIES PRENANTES

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

- | | | |
|------------------|-----------------------|---|
| X Collaborateurs | X Associations | X Autre : certains écosystèmes tels que |
| X Clients | X Ecoles, universités | Plateau Fertile, starts up, partenaires |
| X Fournisseurs | X La Planète | RSE sur certains projets (par.ex Lille |
| X Actionnaires | (environnement) | Capitale du Design avec Sia Habitat) |
| X Société Civile | | |
| X Collectivités | | |

II/ VOTRE DÉMARCHÉ RSE

1. GOUVERNANCE

1.1. MISSION & VALEURS

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

EMBELLIR la vie des femmes, leur PERMETTRE de se sentir belles & bien et d'agir pour un monde plus harmonieux

6) Quelles sont vos valeurs ?

Ces valeurs sont le reflet de la manière dont nous faisons les choses, les choix entre nous et avec nos clients. Elles sont inspirées des témoignages de nos prestataires, clients et collaborateurs. Elles sont illustrées en interne par des exemples de « ce que c'est » et « ce n'est pas »

Bienveillance	Audace	Accessibilité	Agilité
<p>C'est :</p> <ul style="list-style-type: none"> Être disponible Être à l'écoute et encourager l'expression Être juste et équitable Montrer l'exemple Savoir remercier et reconnaître Être serein, posé et calme Dire les choses Être exigeant Accueillir chacun dans sa différence Valoriser ses collaborateurs Encourager Être ouvert Avoir l'esprit d'équipe <p>Ce n'est pas :</p> <ul style="list-style-type: none"> Être dans le jugement Manquer de respect Être distant ou insensible Mélanger pro et perso 	<p>C'est :</p> <ul style="list-style-type: none"> Oser prendre des risques Oser le changement Faire confiance à la créativité de chacun Développer la subsidiarité Innover, tester Se lancer des défis Questionner ses pratiques Challenger ses managers Exprimer ses idées Se faire confiance Prendre en charge des initiatives Oser s'exposer sans crainte <p>Ce n'est pas :</p> <ul style="list-style-type: none"> Prendre des risques sans concertation Être inconstant Oublier de piloter Oublier ses racines et ses expériences 	<p>C'est :</p> <ul style="list-style-type: none"> La simplicité La proximité managériale L'authenticité Le parler Vrai Connaitre ses clients Connaitre ses collègues Communiquer régulièrement S'exprimer librement Être sincère Se rendre disponible Créer des conditions de partage Être ouvert d'esprit <p>Ce n'est pas :</p> <ul style="list-style-type: none"> Tout accepter Être exclusif ou élitiste Rester isolé ou fermé Être sûr de ses positions 	<p>C'est :</p> <ul style="list-style-type: none"> Être pragmatique et plein de bon sens Être organisé et efficace Être orienté résultat Capable de remise en question Être flexible Être à la fois réactif et en anticipation Planifier Définir des objectifs clairs Avancer régulièrement, par étapes De la transparence pour bien collaborer Piloter à la fois le court terme et une vision long terme <p>Ce n'est pas :</p> <ul style="list-style-type: none"> Avancer seul pour aller plus vite Avancer de façon désorganisée Ne pas faire de suivi ou de reporting Être uniquement en réaction

1.2. ENJEUX & OBJECTIFS RSE

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

- Supprimer le plastique dans notre activité en 2027
- Proposer des produits et cadeaux éco-responsables
- Réduire notre empreinte carbone
- S'engager sur notre territoire

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

⇒ **Economiques :**

- Agir quotidiennement en entreprise citoyenne respectueuse de ses parties prenantes et de son environnement tout en pérennisant la performance économique de l'entreprise

⇒ **Sociaux :**

- Cultiver les talents de nos Collabor'Acteurs et la qualité de vie au travail au service de la performance et de l'épanouissement de tous.

⇒ **Environnementaux :**

- Supprimer l'usage des plastiques dans notre activité à horizon 2027
- Renforcer notre offre de produits éco-responsables
- Utilisation de transports environnementaux : -50% aérien en 2025 / 2019
- Proposer des modes de production d'énergie alternatifs qui couvriraient les besoins minimums du siège en 2025
- Déplacements responsables domicile-travail et professionnels : 30% des collaborateurs les utilisent de façon régulière en 2025
- Investiguer les possibilités de compensation de notre empreinte carbone dès 2021

⇒ **Sociétaux :**

- Proposer des offres facilitant l'inclusion (accessibilité prix & morphologie, montée en taille, ligne post-opératoire, ...)
- Créer une Fondation Blancheporte en lien avec notre cause : « Soutenir des projets portés par des femmes qui souhaitent changer le monde »
- Animer des actions solidaires dans notre territoire (accompagner des seniors dans le retour à l'emploi, réduire la fracture numérique, soutenir l'association Force Femmes, accueillir les jeunes pour leur permettre de découvrir le monde de l'entreprise)

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 ?

OLYMPE, La Vision co-construite par le comité de direction et les managers est régulièrement revisitée.

Elle est ensuite communiquée à tous les collaborateurs.

La déclinaison en plan d'actions est travaillée au plus proche des équipes opérationnelles et chaque collaborateur a la possibilité d'œuvrer sur certains sujets, selon ses compétences et ses envies.

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

SALARIES :

Un groupe transverse d'ambassadeurs RSE se réunit chaque mois afin de partager l'avancement du plan d'actions. Ils sont également force de proposition pour communiquer sur les projets et diffuser la culture RSE dans l'entreprise. A titre d'exemples, ils ont :

- organisé « les jeudis de la RSE » en janvier 2021 pour exposer l'état d'avancement de la stratégie RSE par des webinars destinés à l'ensemble de l'entreprise,
- présenté le Bilan Carbone à toute l'entreprise,
- créé une newsletter de la RSE,
- proposé la mise en place de l'application Energic dans les équipes,
- animé des ateliers (Do It Yourself, club zéro déchets...).

Par ailleurs, une formation aux enjeux de la RSE est ouverte à tous. Elle couvre à la fois les éco-gestes individuels, mais aussi le sujet de l'éco-conception et des labels de notre secteur d'activité.

Sur la partie centrale de l'activité, des ateliers d'éco-conception sont mis en place pour les experts métiers afin qu'ils intègrent cette dimension dès la conception des collections.

CLIENTS :

Des communications via nos supports de communication clients (site web ou catalogues) ou des questionnaires pour prendre l'avis des clientes sur leur sensibilité aux produits responsables.

FOURNISSEURS :

Mise au point en collaboration avec les fournisseurs, de solutions d'emballages excluant le plastique.

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...).

Précisez vos indicateurs chiffrés

Notre priorité est d'avoir les bons profils aux bons postes. Pour cela, nos recrutements s'appuient sur des critères de compétences sans distinction d'origine, de genre, d'âge ou de handicap. (effectifs CDI 191 = 146 Femmes + 45 Hommes, Index F/H : 84)

Par ailleurs, nous avons une politique de formation des jeunes avec une part significative de collaborateurs en alternance (16 / 191 CDI ou 209 inscrits).

Enfin, n'ayant pas une capacité d'embauche importante, nous apportons notre contribution au niveau local en participant à des forums ou à des ateliers de préparation aux entretiens pour un public de demandeurs d'emploi senior.

Nous remplissons notre obligation de maintien dans l'emploi des personnes handicapées et nous attachons une importance à aménager leurs postes de travail. (effectif reconnu TH : 16 personnes au 31/12/2020).

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) ?

Nous respectons les droits de l'Homme et les principes fondamentaux de l'OIT dans nos relations avec nos collaborateurs.

Dans nos conditions générales d'achat, nous faisons référence aux principes fondamentaux de l'OIT. La charte fournisseur est contresignée par 100% de nos quelques 350 fournisseurs.

Extrait de la charte :

« Le Fournisseur s'engage à ce qu'aucun produit commandé par BLANCHEPORTE ne soit fabriqué par une main d'oeuvre travaillant dans des conditions non-conformes aux Droits de l'Homme et au droit du travail. Vous vous engagez à en respecter les principes fondamentaux et notamment les mesures de l'Organisation Internationale du Travail relative à :

· *Interdiction du travail des enfants (Convention 138 O.I.T) : Le travail des enfants est interdit. Les enfants de moins de 15 ans ou plus jeunes que l'âge de la scolarité en vigueur dans les pays concernés ne sont pas admis au travail.*

· *Interdiction du travail forcé (Convention 29 et 105) : Le travail forcé, l'esclavage ou celui fourni par des prisonniers est interdit.*

· *Liberté d'association et droit de négociation (Conventions 87 et 98) : Le droit des travailleurs de former des syndicats et de se syndiquer, ainsi que le droit des employeurs à s'organiser, sont reconnus. Les employeurs et les travailleurs peuvent négocier librement et de manière indépendante.*

· *Non-discrimination dans l'emploi (Convention 111) : Les travailleurs sont employés sur la base de leur aptitude au travail, et non sur la base de leur race, caractéristique individuelle, croyance religieuse, opinion politique ou origine sociale.*

· *Lutte contre le travail dissimulé (Recommandation 198) : Le Fournisseur s'engage à effectuer toute déclaration nécessaire à l'emploi des travailleurs. Les travailleurs étrangers sont munis des titres légaux en cours de validité nécessaires à leur embauche.*

· *Sécurité au travail (Convention 155 et 161) : Le Fournisseur s'engage à prendre toute disposition nécessaire pour garantir la santé et la sécurité des travailleurs au sein de ses établissements.*

· *Salaires (Convention 131) : Le Fournisseur s'engage à fournir aux travailleurs une rémunération satisfaisant leurs besoins de base ainsi que ceux des membres de leur famille dépendant d'eux.*

· Durée du travail (Convention 1) : Le fournisseur s'engage à garantir aux travailleurs une durée de travail en accord avec les normes internationales et la loi locale.

Le respect des conditions de travail s'applique tant à votre société qu'à vos sous-traitants. Ces sous-traitants devant être déclarés préalablement à BLANCHEPORTE. Toute infraction effectivement constatée au contenu de ces dispositions pourra entraîner la rupture immédiate de notre relation commerciale, sans indemnisation du fournisseur. »

Nous sommes sincèrement soucieux de traiter avec bienveillance nos fournisseurs et nos parties prenantes, et nous nous attachons à développer des partenariats durables. Notre parc de fournisseurs est réparti dans différentes zones géographiques selon leurs savoir-faire et leurs conditions de production.



3. RELATIONS & CONDITIONS DE TRAVAIL

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

Nous attachons une grande importance au recrutement pour maximiser l'effet de l'embauche de tout nouveau collaborateur. Aussi, nous sommes attentifs à l'adhésion aux valeurs et à la stratégie.

Le recrutement se déroule avec un représentant RH et le manager et peut être conforté par le N+2 ou un collaborateur qui aura à travailler régulièrement avec la nouvelle recrue.

Un parcours est élaboré afin que l'expérience intégration soit la plus riche, efficace et uniforme possible, en dehors des spécificités du métier. De nombreux collaborateurs sont associés à la présentation de l'entreprise, de ses process à travers « l'histoire de la petite robe fuchsia », de son organisation, de la Vision, de ses clients ...

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

Notre activité est organisée autour des fonctions core-business en interne (Conception de l'offre et Marketing).

Les activités de production étant sous-traitées (préparation et distribution des colis, envoi des mailings, call center), les collaborateurs occupent dans une grande majorité des activités de bureau **peu accidentogènes**.

Les risques professionnels sont périodiquement challengés avec les représentants du CSE et la médecine du travail dans un Document d'Évaluation des Risques.

Taux de fréquence d'accident de travail (2020) : 0

Taux de gravité d'accident de travail (2020) : 0

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

Nous proposons aux collaborateurs de s'engager dans la vie de l'entreprise. Pour cela, le projet d'entreprise OLYMPE est partagé et détaillé auprès de tous et des communications sont régulièrement organisées afin que chacun se nourrisse des travaux du collectif. Il est également envisageable de **s'impliquer davantage dans certains projets en fonction de ses compétences et de sa motivation**.

Un **plan de développement de compétences** soutient les évolutions des compétences des collaborateurs en lien avec la stratégie (7000 heures de formation ont été dispensées en 2020).

Il est possible de solliciter des observations de postes sous forme de "Vis ma Vie". Pour cela, les équipes disposent d'une fresque présentant la chaîne de valeur de notre activité.



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

Nous réalisons périodiquement une enquête « Great Place to Work » qui nous permet de mesurer la satisfaction des collaborateurs et de mettre en place des actions correctrices en faveur de la Qualité de Vie au Travail.

Parmi elles, le télétravail a été déployé de façon durable (2 jours par semaine) quelque temps avant la l'obligation en lien avec la pandémie, et le restera deux jours par semaine.

Nous mettons en œuvre des groupes de travail transverses dès qu'un sujet émerge en lien avec les conditions de travail (rénovation des open-spaces, création d'un show-room...).

Un espace de coworking interne, La P@sserelle, proposé et conçu par un groupe de collaborateurs a été inauguré en 2017 pour favoriser le travail d'équipe, les interactions et le bien-être de tous. Cet espace est un lieu animé par une équipe qui se renouvelle tous les 6 mois pour proposer des thématiques en fonction des souhaits des équipes (Team4You).

Nous impulsions des activités participatives selon les besoins. A titre d'exemple, nous accompagnons le prolongement de la période d'isolement par des événements ludiques, des séances de sophrologie et de yoga ouvertes à tous.

Nous avons lancé des appels à idées sur le sujet de la qualité de vie au travail qui ont abouti à la mise en place de ruches et de carrés potagers participatifs dans les espaces verts de l'entreprise.

Indicateurs :

- Taux d'absentéisme (2020) : 2.74 %.
- Turn Over (2020) : 5.9% , 2.6% en neutralisant les départs en retraite.
 - [11 départs (dont 4 départs en retraite), 12 entrées, / 187 CDI au 1/1/2020]
- Note Great Place to Work (2020) : 75% des salariés déclarent " Dans l'ensemble, je peux dire que Blancheporte est une entreprise où il fait vraiment bon travailler " (+5 points au-dessus du benchmark d'entreprises comparables).

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

L'accueil, l'esprit d'équipe, les valeurs, le respect des individus, la taille humaine, la proximité du management, l'engagement des équipes, la démarche RSE portée à tous les niveaux... font de Blancheporte une entreprise où il fait bon vivre et qui séduit les candidats.

La marque employeur peut se résumer à 3 termes :

- Dynamisme : des projets, des innovations stimulantes en permanence
- Co-création : la possibilité de s'impliquer dans des équipes multi-disciplinaires
- Equilibre entre vie personnelle et vie professionnelle,

4. ENVIRONNEMENT

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

Les ressources essentielles se composent du textile (60% coton) et toutes matières utiles à sa production (eau, énergie), les emballages (papier, plastique) et des consommables utiles à leur acheminement (carburant).

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

Exemples : ACV, bilan carbone, bilan GES, réduction et valorisation des déchets, éco-conception, réduction des consommations d'énergie et émissions CO₂, utilisation d'énergies vertes, PDM, bâtiments, biodiversité...

- Pour chaque action, précisez vos indicateurs chiffrés.

Nous réalisons un **Bilan Carbone annuel**, qui nous permet d'affiner nos axes de travail pour limiter notre empreinte carbone.

Produits :

Nous refusons la destruction et valorisation les invendus : 100% des invendus sont donnés à des soldeurs et associations. Une petite part est réutilisée dans le cadre de tests de collections d'upcycling (bagagerie avec Plateau Fertile et caleçons avec La Vie est Belt),

Nous développons progressivement des collections éco-conçues. La toute première capsule « pyjamas éco-conçus » vient de sortir (6 produits au printemps 2021 pour environ 2400 pièces).

Nous commençons à valoriser les produits de second-choix en les transformant en ouatinage,

Transports :

Nous menons des actions pour optimiser les chargements et expérimentons l'acheminement ferroviaire

Siège :

Nous travaillons sur l'isolation et la réduction des consommations d'énergie. (Suppression des chauffages électriques en 2020, remplacement des néons par des Leds...)

Les déchets du siège sont triés et valorisés.

nb kg recyclés / an	18 640
Bouteilles plastique	223
Canettes	84
Carton	2 290
Cartouches d'encre	48
Gobelets Cartons	72
Gobelets plastique	18
Piles	24
Tubes	18
Papier	10 939
DIB	1 175
Papier confidentiel	3 621
DEEE divers	131

5. BONNES PRATIQUES D’AFFAIRES

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

[voir également partie 2.2 sur les Droits de l’Homme de notre politique achats]

La Charte Fournisseurs précise les exigences de Blancheporte en matière environnementale. Ce guide est constamment mis à jour par nos services qualité et RSE afin d’orienter nos fournisseurs vers nos exigences. Nous travaillons en direct avec des usines, mais également avec des bureaux d’achats et des importateurs garants des conditions d’achat (prix, éthique, livraison, ...).

Extrait de la charte :

La protection de la nature et de l’environnement est un élément important des pratiques commerciales de BLANCHEPORTE. Le Fournisseur doit être en complète conformité avec les réglementations applicables à l’environnement. Il doit mettre en oeuvre toute disposition permettant de réduire son empreinte environnementale en :

- interdisant l’utilisation de bois ou papier issus de l’exploitation illégale des forêts (Règlement RBUE) et en privilégiant les bois et papiers certifiés FSC,*
- préservant les ressources naturelles (réduction des déchets) et en utilisant au maximum des matières recyclées,*
- prévenant et/ou en réduisant la pollution de l’environnement (air, sol et eaux) par l’utilisation de substances chimiques respectueuses de l’environnement, de processus de fabrication limitant les rejets et la consommation de l’eau ou des énergies.*

Dans ce cadre, le Fournisseur s’engage à apporter, à BLANCHEPORTE, tout rapport d’audit ou de contrôle, certification en sa possession permettant de connaître son implication dans l’amélioration de son impact Social et la réduction de son Empreinte Environnementale.

Le Guide du Développement Durable vous informe des restrictions imposées par BLANCHEPORTE dans le cadre du développement durable et la protection des espèces (faune, flore, climat, environnement...) dans la production textile.

Blancheporte est certifiée OEKO TEX. **100% de notre linge de lit** est certifié OEKO TEX.

29 % des quantités totales vendues le sont avec le label OEKO TEX.

Nous entamons avec nos fournisseurs, un travail de suppression du plastique sur les emballages produits.

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

Aucune information sur nos concurrents n’est sollicitée auprès de nos fournisseurs, ni via les sous-traitants.

Par ailleurs, une coopération est en place avec les concurrents sur les sujets non concurrentiels. Nous travaillons notamment ensemble sur des **travaux visant à réduire l’usage des plastiques dans les emballages.**

6. CLIENTS ET CONSOMMATEURS

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

6.1) Introduction de labels dans l'offre (OEKO TEX, BCI, GOTS) 95%

Nous travaillons à l'amélioration de nos matières conjointement avec nos fournisseurs sous différentes certifications OEKO-TEX, GOTS, BCI.



90% de notre linge de lit bénéficie de la certification OEKO-TEX. Nous tendons à développer progressivement cette certification de confiance sur nos autres catégories de produits.

Aujourd'hui : 69 fournisseurs et minimum 460 Modèles (Eté 2021)

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

6.2) Information des consommateurs sur la démarche responsable

Nos clientes sont informées sur le site Web via une page dédiée. L'information est relayée sur notre blog, sur nos catalogues au fil des pages. Les logos et explications sont mis en avant sur notre sélection de linge de lit.

Exemple catalogue :

UNE MAISON RESPONSABLE, C'EST DANS NOTRE NATURE.
Blancheporte continue son engagement éco-responsable, à découvrir en détail au fil des pages et sur blancheporte.fr ! Ensemble, semons ces quelques graines de bonheur pour préparer un avenir plus respectueux de votre bien-être et de notre belle planète...

Cherrier Doder®
Fabriqué en France
un chérrier conçu pour durer grâce à son gainage innovant / A partir de 22,05 €, p. 339

Table d'oreiller
GOTS®
douce et résistante / A partir de 5,99 €, p. 300 à 331

Matelas et sommiers
fabriqués en France
une gamme de produits conçus à vos besoins pour améliorer votre confort / sommiers d'appoint de 50,11 €, p. 344 à 347

Sommier
fabriqué en France. Bien choisir les éléments qui composent votre lit est essentiel pour de bonnes nuits de sommeil / A partir de 303,10 €, p. 344-345

Peignoirs
GOTS®
2 modèles en chaise - éponge molleuse ou net d'écaille raffinée / A partir de 34,99 €, p. 322 et sur blancheporte.fr

REPÉREZ CES "COMPLICES DE VOTRE BIEN-ÊTRE" AU FIL DES PAGES GRÂCE À CES LOGOS...

BCI
Better Cotton Initiative
BetterCotton.org

Du coton responsable
Nous adhérons à la BCI (Better Cotton Initiative), une organisation qui promeut de meilleures normes dans la culture du coton et des pratiques plus durables.

OEKO-TEX®
STANDARD 100
CONFIDENCE IN TEXTILES

Des matières saines
Le label STANDARD 100 by Oeko-Tex® garantit que ces produits ont été testés et reconnus sûrs pour votre peau. Il garantit également la protection de la santé des hommes qui les confectionnent.

Une sélection bio
Le label GOTS (Global Organic Textile Standard) garantit des fibres issues de l'agriculture biologique, moins consommations d'eau, cultivées sans engrais chimique ni pesticide, dans le respect de la planète et de l'humain.

Privilégier la fabrication française
C'est réduire notre impact carbone et participer à la préservation de l'emploi de proximité. C'est pourquoi une large gamme de notre linge est fabriquée en France !

blancheporte.fr - 297

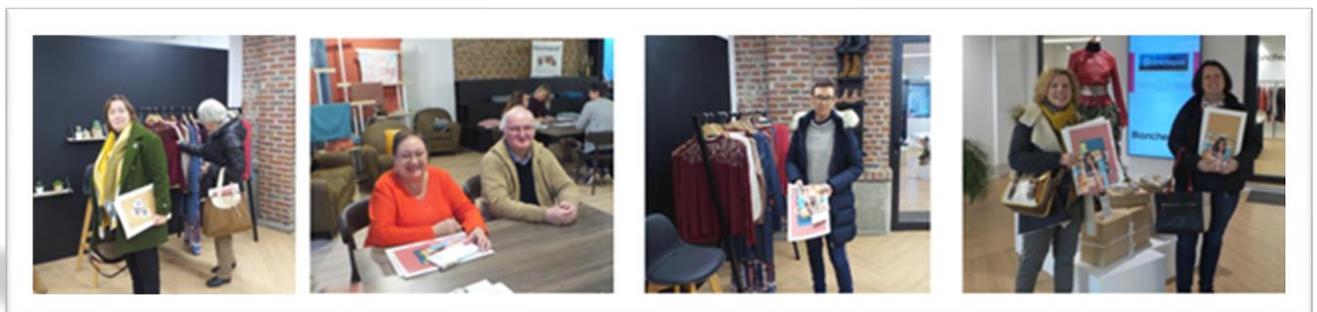
Exemple Blog sur le site web :



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

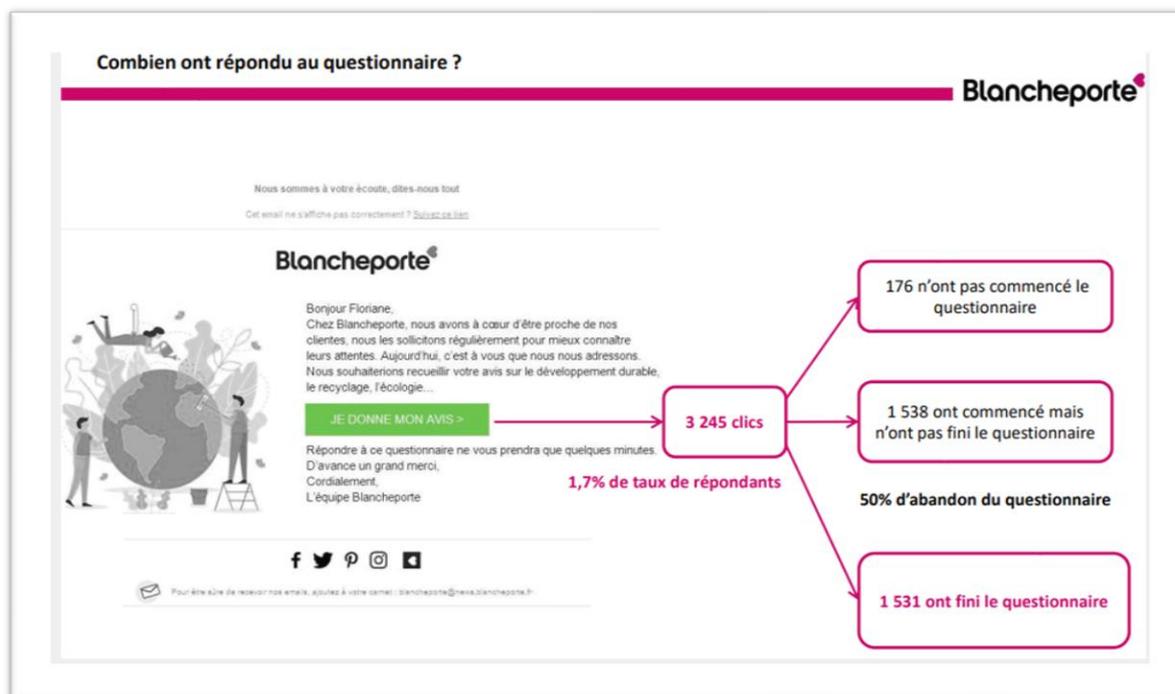
6.3) Co-construction de la collection avec la participation de nos clientes :

- Nous organisons des **castings** avec des clientes qui présentent la collection et prennent la parole pour la marque. De vraies femmes en lieu et place des mannequins permettent parfois à la cliente de s'identifier plus facilement.
- Nous organisons des **Tables rondes**, notamment sur les produits responsables pour impliquer nos clientes et répondre au mieux à leurs attentes en termes de démarche écoresponsable et Bio (*interviews par des collaborateurs Blancheporte de tous les services*).



Chez Blancheporte nous prenons en compte l'avis de nos clientes à travers l'envoi d'un questionnaire approfondi (190 000 mails) concernant le développement durable, le recyclage et l'écologie ...

Objet Ecologie, recyclage, développement durable : votre avis compte pour nous



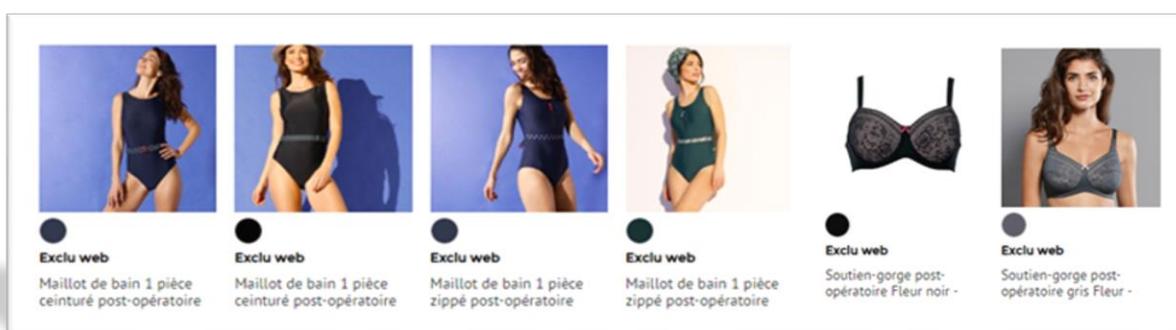
Avec plus de 3000 répondants, nous atteignons un « taux de clic » de 1.7%, comparable aux enquêtes réalisées auprès de nos clientes sur d'autres thématiques telles que la satisfaction liée à leur dernière commande. Ce taux est légèrement supérieur à celui des emails commerciaux.

6.4) Conception de lignes de produits pour toutes les femmes : ligne maillots de bains/lingerie post-op.

Nous sommes reconnus pour l'adaptation des modèles afin de répondre aux morphologies des grandes tailles.

Quelques modèles proposent la prise en compte des spécificités des clientes (grande, petite).

Nous accordons une attention particulière à nos clientes qui ont subi une intervention chirurgicale, en leur proposant des maillots de bain et des lingerie adaptés, respectueux de leur peau sensible et de leur apparence.



6.5) Une relation cliente basée sur l'écoute et la confiance :

Notre vocation est d'offrir le meilleur service à chaque instant, en 2021 Blancheporte a été élue **Service Client de l'Année** dans la catégorie Mode et accessoires. Cette désignation récompense la qualité de notre service client. Notre vocation a toujours été et sera toujours d'enchanter nos clientes.



7. ENGAGEMENT SOCIÉTAL

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

7.1) Engagement Sociétal

Nous engageons nos collaborateurs dans des **actions de proximité avec des associations locales** :

- Coaching de seniors pour le retour à l'emploi avec le programme Pep's de la ville de Tourcoing,
- Participation au World Clean Up Day,
- Enseignement donné par quelques collaborateurs dans des établissements d'enseignement supérieur,
- Accueil de lycéens ou d'étudiants pour leur présenter la chaîne de valeur et les métiers de notre entreprise,
- Actions sociétales locales avec l'association Solidarité,
 - o Ateliers pour lutter contre la fracture numérique,
 - o Sport solidaire auprès de jeunes femmes avec nos collaboratrices,
 - o **Journée Entreprendre pour Apprendre** : accueil de lycéens et collégiens pour leur faire découvrir le monde du travail sur le mode projet collaboratif avec jury de collaborateurs et soutenance. Le sujet en 2020 : l'économie circulaire.

Nous sommes membres de l'association [Tharangam Badi](#) qui propose des actions humanitaires pour rénover des écoles et des orphelinats en Asie. 14 collaborateurs ont pu participer à des missions organisées depuis 2005.

7.2) Dons en numéraire, Dons de marchandises

Nous soutenons l'association **Force femmes** en reversant chaque année les bénéfices d'une opération de vente de tee-shirts créés pour l'occasion.

En début 2020, nous avons offert masques, blouses et draps aux EPHAD de la région pour subvenir aux besoins des personnels soignants au début de la pandémie.

Fin 2020, face à la précarité croissante en période de pandémie, nous avons effectué un don de 150k€ supplémentaires à des associations de la métropole pour les accompagner dans l'urgence alimentaire et l'aide au logement.

Nos fins de collections sont données en partie aux associations afin qu'elles organisent des braderies pour financer leurs projets, ou qu'elles redistribuent directement aux publics vulnérables.

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).

La prise en compte de la dimension RSE s'incarne dans **chacun des membres de la Direction** qui la décline dans ses activités avec ses équipes.

Par ailleurs, un **Comité transverse RSE** anime des actions ayant pour vocation de porter les actions RSE, communiquer sur l'avancement des actions au service de la stratégie RSE et de sensibiliser l'ensemble des équipes à cette thématique.

Des axes de différentes natures sont développés afin de pouvoir toucher toutes les sensibilités (environnement, sociétal,...) et des outils simples d'accès sont proposés (application Energic, conférences, formations).

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

La préoccupation constante d'impliquer les équipes dans la Vision et dans la vie d'entreprise sont un facteur essentiel de succès. De plus, cette dimension est très appréciée en interne et en externe et contribue à **l'attractivité de notre entreprise**.

La prise en compte de l'avis des clientes (tables rondes, enquêtes, co-crétions, rencontres...) ainsi que la relation complice sincère entretenue en font une **marque reconnue et appréciée** du plus grand nombre et favorise sa pérennité.

Les relations respectueuses avec les fournisseurs et partenaires permettent de construire dans la durée et de trouver des **accords « gagnant-gagnant » qui contribuent à la bonne performance**.

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"