

## \ SANTÉ & SECURITÉ DES CONSOMMATEURS \

### OEKO-TEX ÉVOLUE

**LE FAIT** • Avec 11 283 certificats délivrés en 2010 et plus de 9 500 entreprises impliquées dans plus de 90 pays, Oeko-Tex Standard 100 a de nouveau confirmé sa position en tant que dispositif de certification leader au niveau mondial pour les textiles testés au niveau des substances nocives.

Les instituts des 15 pays membres d'Oeko-Tex se sont réunis récemment pour décider de la nouvelle version de la liste des substances toxiques à analyser.

**LE SENS** • Suite au rapport Greenpeace de cet été, Oeko-Tex a pris la décision de vérifier la présence des alkylphénols éthoxylés (APEO) tels que le nonylphénol comme une exigence pour la certification des produits conformément à la norme Oekotex 100.

A partir de Janvier 2012, les éthoxylates de nonylphénol, l'octylphénol et l'éthoxylate d'octylphénol seront inclus dans la liste ; à partir d'avril 2013, les entreprises seront obligées de se conformer aux valeurs limites définies dans tous les processus de certification.

## \ RÉGLEMENTATION \

### PUBLICATION DU NOUVEAU RÈGLEMENT SUR L'ÉTIQUETAGE DE COMPOSITION

**LE FAIT** • Le 18 octobre dernier, le nouveau Règlement relatif à l'étiquetage de composition a été publié au Journal Officiel de l'Union européenne. Pour mémoire cet étiquetage est actuellement encadré par la Directive du 14 janvier 2009 : à compter du 8 mai 2012, c'est ce nouveau Règlement qui devra s'appliquer pour tous les articles du textile-habillement qui seront importés ou fabriqués sur le territoire de l'Union européenne. Contrairement à ce qui avait initialement été annoncé, il ne s'agit pas d'une reprise "à droit constant" de la directive de 2009 et un certain nombre de nouveautés seront à prévoir.

**LE SENS** • L'obligation de faire mention des parties non-textiles d'origine animale et la réforme du recours à la mention "autres fibres" font partie des modifications de la réglementation actuelle qui risquent de poser le plus de difficultés d'interprétation et de mise en pratique. Mais d'une façon générale, ce sont les délais de mise en œuvre de ce Règlement et de ces apports qui posent le principal problème. En dépit du fort caractère saisonnier de la filière textile-habillement, c'est bien dans 6 mois que les fabricants et les distributeurs devront s'assurer que leurs étiquetages de composition sont bien conformes.

\ RÉGLEMENTATION \

## PÉNIBILITÉ AU TRAVAIL

**LE FAIT**• La loi n° 2010-1330 du 9 novembre 2010, portant réforme des retraites, prévoit l'obligation, pour certaines entreprises, de conclure un accord ou d'élaborer un plan d'actions relatif à la prévention de la pénibilité au travail. Les modalités d'application de ces nouvelles obligations, à la charge des entreprises, ont été précisées dans deux décrets n° 2011-823 et n° 824 du 7 juillet 2011, qui instaurent une pénalité financière à l'entreprise qui n'aura pas conclu un accord ou un plan d'action sur la prévention de la pénalité au travail.

### LE SENS

*A compter du 1<sup>er</sup> janvier 2012, les entreprises d'au moins 50 salariés et dont la moitié au moins de l'effectif est exposé à certains facteurs de risques professionnels devront être couvertes par un accord ou un plan d'actions relatif à la prévention de la pénibilité, sous peine d'une pénalité financière pouvant atteindre 1% de la masse salariale.*

*Dans cette démarche, l'entreprise devra recenser les postes "pénibles" pour savoir si elle est soumise ou non, à cette nouvelle obligation. Au terme de cette phase, elles devront mettre en œuvre des mesures de prévention en négociant un accord avec les représentants du personnel ou en élaborant un plan d'action. Dans les deux cas, le contenu est encadré par la loi, et les entreprises peuvent, pour négocier, s'appuyer sur des sites dédiés.*

*<http://www.travailler-mieux.gouv.fr/Exemple-de-structuration-d-un,906.html>*

*<http://www.didacthem.com/nos-metiers/evaluer-les-facteurs-de-penibilite-outil/>*

*A noter que trois facteurs de pénibilité sont définis par la loi : les contraintes physiques marquées, l'environnement physique agressif et le rythme de travail.*

\ INNOVATION \

## DES BOUTEILLES EN PLASTIQUE TRANSFORMÉES EN CHAUSSETTES !

**LE FAIT**• La société italienne Santini, spécialiste des vêtements techniques pour le cyclisme vient de lancer une nouvelle ligne de chaussettes "Mirai" produites avec les fils écologiques High Tech Newlife™ du Filateur Miroglio. Pour ce projet, Newlife™ s'est également doté de propriétés antibactériennes et offre un haut niveau de respirabilité grâce au traitement X-Dry.

Avec cette collaboration, Santini confirme sa place de leader en Italie dans le secteur des vêtements de sport en proposant de produit entièrement fabriqué avec des fils provenant de matières plastique usagée.

**LE SENS**• *La technologie Newlife™ repose sur l'utilisation de polymères recyclés et offre la même qualité que le polyester standard en assurant les mêmes performances. C'est un système complet et certifié de fils de filaments polyesters recyclés provenant à 100% de bouteilles usagées. Les bouteilles sont transformées en polymères par un procédé mécanique et non chimique, puis entièrement filées en Italie.*

*30 bouteilles d'1,5 litre produisent 2,4 tonnes de fil Newlife™. Au final, le procédé devrait permettre d'économiser 72 000 tonnes de plastiques, 1,3 milliard de litres d'eau et 90 000 tonnes de CO<sub>2</sub> sur trois ans. Miroglio Textile espère produire 100% de ses fils en polyester recyclé d'ici 2015.*

*Grâce à sa collaboration avec des partenaires locaux : Demap, pour la récupération des bouteilles, et la société Dentis de Saluzzo, pour la collecte et la transformation de celles-ci en PET, Miroglio a constitué dans la région du Piémont une véritable plate-forme industrielle.*

## LE NORD DE LA SUÈDE VEUT ATTIRER L'ÉCONOMIE NUMÉRIQUE

**LE FAIT** • Facebook implantera son prochain data center (centre de traitement des données) européen dans le nord de la Suède, à Lulea, une ville située à une centaine de kilomètres du cercle polaire. Ce sera le premier centre ouvert à l'extérieur du périmètre américain pour le réseau social lancé en 2004. Ce data center aura pour fonction de supporter l'intégralité du trafic européen, et d'en faciliter la fluidité. Sa puissance atteindra les 120 MWatts à pleine charge, soit l'équivalent d'une ville de 50 000 habitants, et il sera installé dans 3 bâtiments sur 28 000 m<sup>2</sup>. Ce qui intéresse aussi Facebook, ce sont les infrastructures Internet très développées en Suède, avec une couverture par câble en THD parmi les plus développées du monde.

**LE SENS** • Facebook est sans cesse à l'affût de nouveaux moyens d'améliorer son efficacité énergétique, notamment avec le projet "open compute project". L'intérêt d'installer son data center dans cette région particulièrement froide (à la température moyenne de 2°) est justement son climat. En effet, les serveurs seront refroidis naturellement par l'air extérieur, ce qui implique d'importantes économies énergétiques et bien sûr financières. Par ailleurs, le nouveau data center sera alimenté à 100% par de l'énergie hydroélectrique, entièrement propre et renouvelable. Cela sera possible grâce à la proximité d'un barrage hydraulique.

Enfin, avec ce nouveau projet, Facebook tente de se racheter une image, après avoir été très critiqué (notamment par les écologistes) suite à l'ouverture d'un data center dans l'Oregon, un état dans lequel la majorité de l'électricité est produite à base de charbon.

## LA PREMIÈRE BRASSIÈRE

**LE FAIT** • En 1889, lors de l'Exposition Universelle, Hermine Cadole a présenté un modèle de soutien-gorge révolutionnaire pour cette époque. Il s'agissait non plus de soutenir la poitrine par en-dessous, mais bien de la suspendre par le dessus, en faisant reposer le poids des seins sur les épaules.

Source : *Histoire de la Lingerie*. Chantal Thomas et Catherine Ormen.

**LE SENS** • Au début du XX<sup>ème</sup> siècle, après des années de torture liées au port du corset, les femmes se métamorphosent et s'allègent. Pendant la première guerre mondiale, elles abandonnent leurs corsets, jupons, et leurs volumineux chapeaux. Les formes sont devenues plus épurées, rationalisées et simplifiées pour définir une nouvelle esthétique, moins féminine. Les seins ont cessé de jouer le rôle de séduction auprès du "mâle". Ils se font plus discrets et aplatis, réduisant à zéro la notion de décolleté. A cette époque, Gabrielle Chanel demande à Mme Cadole de créer un aplatisseur sans baleine ni armature, qu'elle baptisera "correcteur". Du jamais vu ! Cette bande de guipure, prédécesseur du soutien-gorge, connaît un succès fulgurant dans les années 1920.

## ASSORTIR SA LINGERIE POUR SE JURER FIDÉLITÉ

**LE FAIT** • Une grande tendance est observée en Corée du Sud : avoir des sous-vêtements identiques. En effet, les jeunes générations aiment assortir leur sous vêtements afin de montrer leur amour et leur fidélité. L'idée est d'avoir le même imprimé à la fois pour le soutien-gorge de Madame et le caleçon de Monsieur. Cette tendance représente une part non négligeable des ventes de lingerie en Corée.

**LE SENS** • Le marché coréen de la lingerie avoisine 1,2 milliard de USD. C'est l'un des marchés asiatiques les plus dynamiques pour la lingerie : 4 groupes coréens phares : Sin young wacoal, Try, Byc et Vivien Nam Yueng se partagent le marché mais on observe également une belle percée des marques européennes.

\ A RETENIR \

## RETROUVEZ LE PROGRAMME DÉTAILLÉ DE NOS PROCHAINES FORMATIONS SUR [WWW.LA-FEDERATION.COM](http://WWW.LA-FEDERATION.COM)

### 6 décembre — Distribuer en Russie

Identifier les caractéristiques du marché, les circuits de distribution et les enseignes, séduire la "fashionista" russe et maîtriser la logistique et la réglementation pour s'implanter ou vendre en Russie.

Contact : [allinget@la-federation.com](mailto:allinget@la-federation.com)

### 7 décembre — Filière du coton biologique et équitable

Intégrer les dynamiques éthique, biologique et équitable dans les domaines du textile et de la mode, et être opérationnel dans son entreprise avec l'utilisation d'outils pratiques.

Contact : [jfmonnet@la-federation.com](mailto:jfmonnet@la-federation.com)

### 8 décembre — Réussir ses campagnes d'e-mailing

Comprendre, mesurer et organiser ses campagnes d'e-mailing, faire le point sur les bonnes pratiques dans le secteur de la mode, comparer les différentes stratégies possibles et évaluer les rendements que l'on peut en attendre.

Contact : [namory@la-federation.com](mailto:namory@la-federation.com)

### 8 décembre — Règles d'origine des produits du textile-habillement

Maîtriser les règles d'origine des produits par une analyse de la législation communautaire et des cas pratiques, et connaître les dernières évolutions des différents cumuls : Pan Euromed, SPG...

Contact : [xgueant@la-federation.com](mailto:xgueant@la-federation.com)

### 12 & 13 décembre — Découverte de la lingerie, corseterie et du balnéaire

Acquérir le vocabulaire technique spécifique de la lingerie, corseterie et du balnéaire afin de dialoguer efficacement avec les fabricants. Comprendre les processus spécifiques au secteur et anticiper leurs contraintes pour améliorer la qualité des produits. Savoir juger la qualité d'un article de lingerie.

Contact : [jfmonnet@la-federation.com](mailto:jfmonnet@la-federation.com)

### 14 décembre — Le marché de la lingerie en France

Connaître les données clés du marché français de la lingerie, les innovations et les perspectives de développement en termes de consommation, produits, circuits de distribution, tendances merchandising...

Contact : [namory@la-federation.com](mailto:namory@la-federation.com)

### 15 décembre — Worldwide lingerie

Panorama des principaux marchés. Focus sur l'Asie, l'Amérique du sud et le Moyen Orient - Who's who des distributeurs clés.

Contact : [allinget@la-federation.com](mailto:allinget@la-federation.com)

### 16 décembre — Vendre de la lingerie

Savoir séduire les clients grâce à un vocabulaire précis et pertinent, identifier les envies, besoins et motivations des clients pour vendre mieux et plus ; savoir argumenter et convaincre à partir de l'histoire et de la connaissance produit.

### 12 janvier — Management achat

Motiver et manager l'équipe d'acheteurs, améliorer la performance de vos collaborateurs, savoir définir les objectifs communs et individuels et aider à résoudre les conflits avec les fournisseurs.

Contact : [allinget@la-federation.com](mailto:allinget@la-federation.com)

### 19 janvier — Négocier avec les Chinois

Comprendre la mentalité chinoise, décrypter les réactions des interlocuteurs, maîtriser les étapes de la négociation et éviter les erreurs de comportements et les pièges.

Contact : [allinget@la-federation.com](mailto:allinget@la-federation.com)

### 15 & 16 février — Connaissances fondamentales du textile-habillement

Acquérir le vocabulaire technique de base, connaître les différentes étapes de la filière (matières premières, filature, tricotage, tissage, ennoblissement, coupe et confection) et savoir apprécier la qualité d'un produit.

Contact : [jfmonnet@la-federation.com](mailto:jfmonnet@la-federation.com)