



Transport durable dans la mode et le luxe

Contexte, enjeux et idées

PARIS
GOOD
fashion

bartle



Objectif de la démarche

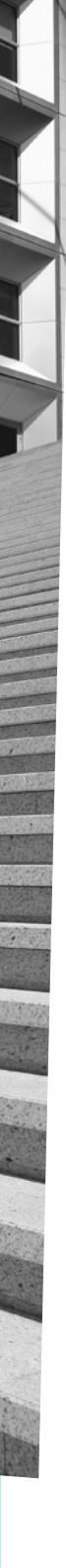
Proposer des actions utiles et concrètes pour accélérer l'action collectivement

Ce guide des bonnes pratiques est le fruit du travail mené par Paris Good Fashion, ses membres et Bartle dans le cadre du groupe sur le transport durable dans la mode et le luxe.

Les structures participantes ont partagé leur état de l'art, leurs enjeux, les bonnes pratiques mises en place et les pistes de mutualisation envisagées par chacune. Nous les remercions chaleureusement pour leur engagement et disponibilité.

Aigle, Alaïa, Balmain, Balzac, Le Bon Marché, Chloé, C-Log, Chronopost, Galeries Lafayette, Hermès, Kiabi, Lacoste, Longchamp, Louboutin, Louis Vuitton, LVMH, Pick Up International Services, Printemps, Richemont, Sightness, Union TLF, Veja, Zadig et Voltaire





Sommaire

Pourquoi faut-il agir?	06
Quel est l'impact du transport dans la mode et le luxe?	08
Quels enjeux pour demain?	11
11 solutions concrètes	13
Comment agir ensemble dès maintenant?	25
Bibliographie	26

Pourquoi faut-il agir?

Des crises de plus en plus fréquentes impactent le transport et la chaîne de valeur.

- Le COVID-19 a entraîné des fermetures d'usine, une pénurie de main d'œuvre, des ruptures dans la chaîne d'approvisionnement, l'augmentation des coûts et des délais transport.
- La guerre en Ukraine a un fort impact sur le corridor du transport en train Europe – Asie, obligeant à une réorganisation pour éviter les zones de conflit.
- La menace d'attaques en mer Rouge et dans le canal de Suez engendre un détournement généralisé des routes maritimes avec un impact fort sur les délais, les coûts et la décarbonation (contournement de l'Afrique).
- Les tensions accrues dans le détroit de Taïwan, où plus de la moitié des porte-conteneurs internationaux ont transité en 2022, suscitent une grande incertitude.
- La tension sur les matières premières ralentit la production et l'approvisionnement, nécessitant de mettre en place des transports plus rapides et plus décarbonés.



Les contraintes réglementaires se font de plus en plus fortes.

- Le niveau de reporting est sans précédent: mise en place de la CSRD, avec 6 000 entreprises françaises soumises progressivement aux obligations de reporting extra-financier, contre 2 500 aujourd'hui.
- Le marché carbone s'ouvre: sur le transport maritime depuis janvier 2024, ouvrant la voie à une généralisation de la taxation carbone (probablement aussi sur l'aérien bientôt).
- L'augmentation du nombre de zones à faibles émissions (ZFE) en France: un impact important sur la circulation des véhicules en ville (passage de 12 à 43 d'ici 2025).
- La Commission des transports européens a fixé des seuils d'émission de CO₂ pour les camions: ce sont les plus ambitieux au monde (réduction de 45 % à partir de 2030).
- Les réglementations anti-pollution pourraient réduire les vitesses du transport routier ou maritime.



Quel est l'impact du transport dans la mode et le luxe ?

8-10%

De part des émissions liées au transport dans le secteur de la mode, en fonction des entreprises

Source : Sami, Industrie du textile : quel bilan carbone et quelles solutions ?

+6%

D'augmentation des émissions liées au transport de marchandises en France depuis 2015, contre une baisse globale des émissions de 5 %

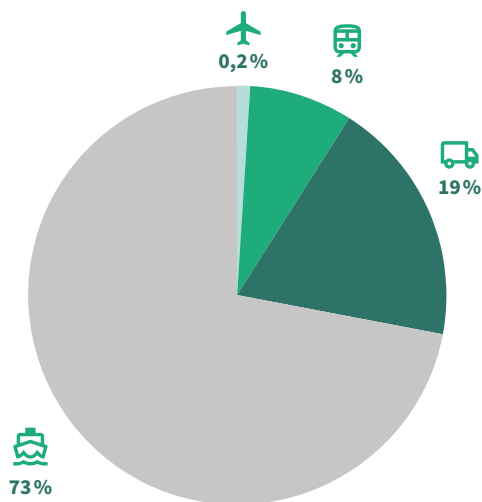
Source : Sénat, Transport de marchandises face aux impératifs environnementaux

+6%

De croissance annuelle du marché mondial du luxe attendue d'ici 2030, et donc le transport associé

Source : Bain & Company, Luxury Study 22nd edition

Un enjeu de volume pour le transport maritime et routier, un enjeu d'intensité carbone pour l'aérien



Répartition du transport de marchandises

Le transport international de marchandises est en grande partie effectué par bateau, tandis que le transport local sur la zone géographique se fait principalement par camion.

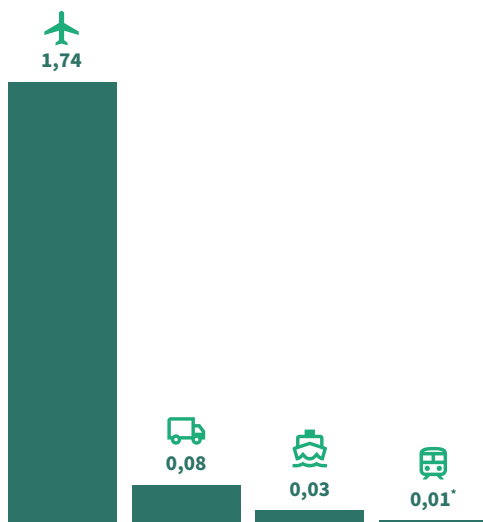
L'aérien représente une infime partie du transport de marchandise mais est très utilisé par les acteurs du Luxe. Certaines marques de Luxe recourent uniquement au transport aérien.

Source : International Transport Forum, ITF Transport Outlook 2021

Kg de CO₂ émis par tonne et par km

Malgré les faibles volumes transportés, le transport aérien a un impact important en raison de sa forte intensité en carbone.

A noter qu'au-delà de l'impact carbone, d'autres critères RSE doivent être pris en compte suivant les types de transport (biodiversité marine, artificialisation des sols, trainées de condensation...)



*En fonction du mix énergétique de la France

Source : ADEME 2024, Base Empreinte®



Quels enjeux pour demain ?

À l'issue des 20 entretiens réalisés, des enjeux communs liés au transport émergent. Compte tenu de la diversité des acteurs interrogés (distributeurs, maisons de Luxe, marques premium, marques de grande consommation), ces enjeux peuvent varier d'intensité d'une entreprise à une autre.

1 **Garantir et respecter les leadtimes**

Priorité de tous, les délais de livraison doivent être fiables pour sécuriser la mise à disposition des produits aux consommateurs. Les contraintes liées aux plannings de collection sont plus particulièrement fortes dans le Luxe.

2 **Réduire les coûts sans dégrader le service**

Dans un contexte politique et économique instable, l'optimisation et la sécurisation des coûts est un enjeu majeur.

3 **Réduire l'empreinte carbone**

Pour s'aligner avec les stratégies carbone de l'entreprise, les départements transport ont des objectifs ambitieux de réduction de 20 à 60 % des émissions sur les 10 prochaines années.

4 **Maîtriser la donnée**

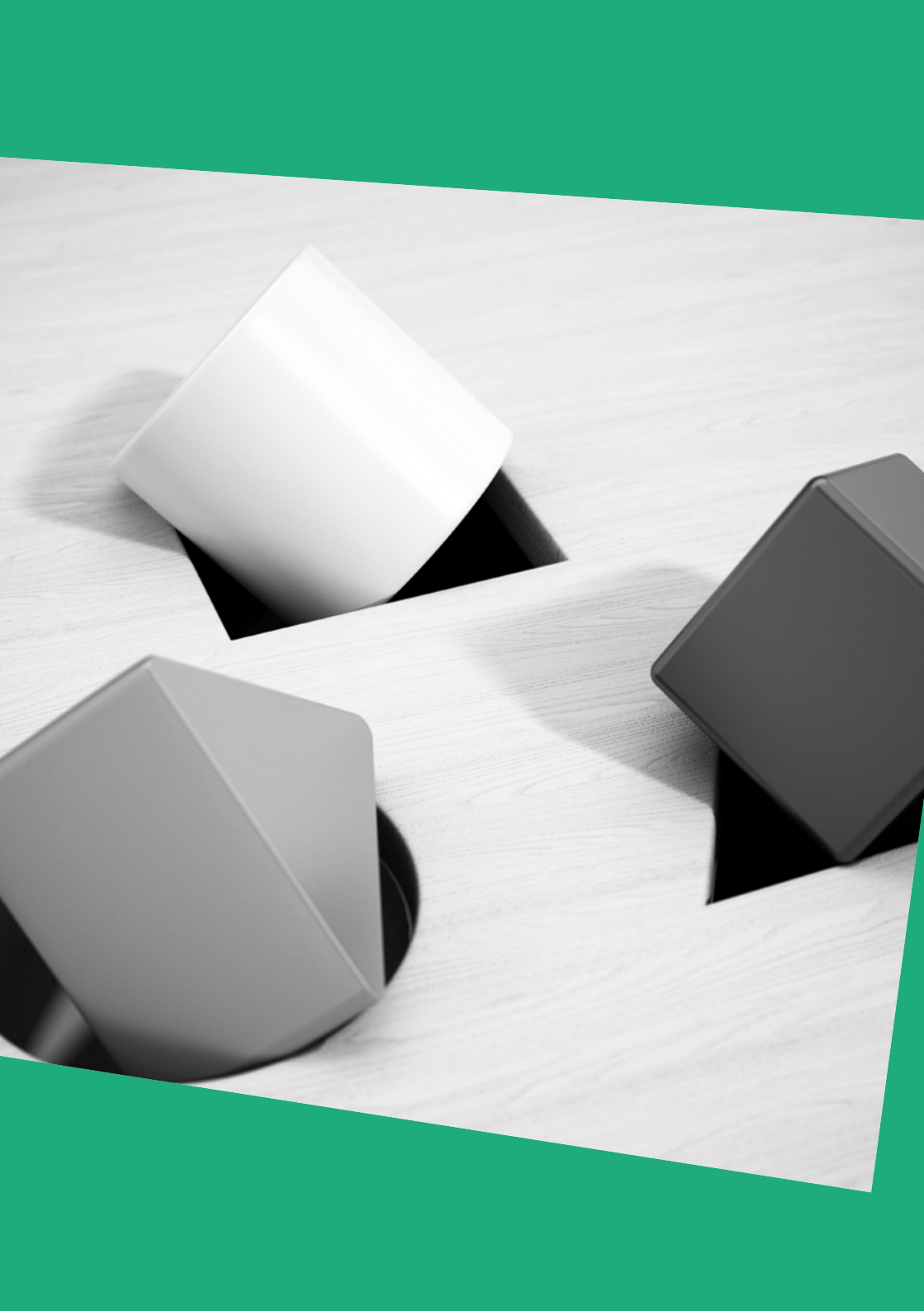
La difficulté à récupérer des données fiables et exploitables est un frein à l'identification des leviers d'optimisation et au pilotage des plans d'action.

5 **Sécuriser le transport des produits à forte valeur**

Pour les maisons de luxe, les modes de transport alternatifs doivent assurer une sécurisation maximale des produits.

6 **Assurer la fiabilité des flux**

Le contexte géopolitique instable génère des contraintes fortes en termes de transport. Les entreprises doivent s'organiser pour répondre aux crises et garantir une qualité de service à leurs clients internes et externes.



Les solutions

11 idées pour rendre durable le transport
dans l'industrie de la mode et du luxe

Réduire les distances grâce au nearshoring

Le nearshoring consiste à délocaliser ou à rapatrier une activité économique dans un pays proche de ses marchés de consommation.

Resserrer les liens géographiques entre sourcing, production et distribution diminue radicalement la dépendance aux longs trajets de transport. Cela contracte les coûts logistiques, abaisse les émissions de CO2 et rend la chaîne d'approvisionnement plus agile et résiliente grâce à une meilleure gestion des risques.

En fonction de la localisation des clients finaux, cela signifie pour certaines marques françaises la relocalisation de sites de production en Europe, et pour d'autres l'ouverture de centres de production en Asie ou sur le continent américain.

Cette organisation avec des équipes locales permet de réduire les délais et les coûts de transport, de décarboner la Supply Chain mais également d'être plus résilient face aux crises internationales.



Modéliser la trajectoire de l'arrêt de l'aérien

La cartographie des flux permet d'arbitrer en fonction du niveau d'effort nécessaire.

Le cadrage avec plusieurs départements (production, marketing, offre, RSE, approvisionnements, transport) sert à définir le champ des possibles, à comprendre les contraintes de chacun et à embarquer les parties prenantes dans le projet commun.

L'approche multi-critères (coûts, délais, carbone) par flux (typologie de produit, zone de départ – zone d'arrivée) contribue à identifier la difficulté de mise en œuvre pour l'entreprise.

Le passage de l'aérien au maritime concourt à gagner en CO² mais également à réduire les coûts transport par 3 ou 4 en fonction des routes.

« La Maison Chloé a lancé une étude d'arrêt de l'aérien avec Bartle afin de définir un plan de décarbonation année par année en démarrant par les flux ayant le moins d'impact sur l'organisation actuelle de l'entreprise. Les produits permanents ont été identifiés comme un flux éligible facilement au transport maritime. La modélisation a ensuite permis de voir que l'aérien pouvait être remplacé pour les US. La mise en place de routes directes permet également d'envisager des gains en modifiant l'organisation actuelle. »

Sébastien Vinet, directeur Supply Chain, Chloé

Mettre en place un comité de validation pour l'usage de l'aérien

Devoir justifier son besoin de recours à l'aérien permet de réduire significativement son usage

Le transport aérien est souvent choisi par nécessité d'urgence dans l'envoi des commandes, mais d'autres options sont parfois possibles. La création d'un comité de validation du recours au transport aérien impose de qualifier et justifier sa nécessité réelle.

Le département transport a alors un rôle de sensibilisation et de conseil pour partager les coûts, les délais et l'impact carbone des différentes options transport existantes.

Suivant la nature et le nombre de demandes ce comité peut être remplacé par un formulaire au département transport, devant être validé par la direction Supply Chain.

«Kiabi a mis en place une tour de contrôle pour réduire l'aérien. Nous sommes passés d'un budget prévisionnel dédié à son utilisation à un système de validation des demandes, où un comité évalue la nécessité réelle de son usage. Des autorisations peuvent être accordées au cas par cas, sinon, d'autres alternatives sont choisies. Grâce aux économies de CO2 réalisées, nous avons pu obtenir la labélisation FRET21.»

Francisco Poyatos, Directeur transport et douanes, Kiabi

Renoncer aux livraisons express pour l'e-commerce

Les livraisons express sont incompatibles avec les modes de transport à faibles émissions

De plus en plus de marques réalisent que les livraisons ultra-rapides ne constituent plus un réel avantage concurrentiel, tout en étant très coûteuses et polluantes.

Il est en effet possible d'offrir un service de livraison adapté aux attentes des clients du luxe sans devoir garantir des délais ultra-courts.

Certaines marques ont choisi de ne pas encourager la livraison express. Même pour les commandes qui dépassent le seuil de livraison gratuite, l'option express reste payante. D'autres marques vont plus loin en renonçant directement à l'express.

« Sur nos activités E-commerce, nous avons pris la décision d'inciter nos clients à faire le choix de modes de livraison vertueux tels que la livraison en relais, qui permet une plus grande massification du transport sur le dernier kilomètre, ou encore en supprimant les services express utilisant l'aérien pour les livraisons en Europe. »

Alexandre Bonnier, Directeur Logistique, Printemps et Citadium

Créer un planning basé sur un transport faible en émission

Intégrer les délais d'un transport à faible émission comme une contrainte génère une baisse des coûts et de l'empreinte carbone

Se passer du transport aérien sur de longues distances implique un changement de mentalité. Plutôt que de travailler par opportunité, en essayant de recourir au maritime quand c'est possible, la planification des transports doit être construite autour de l'utilisation de modes de transport à faibles émissions.

L'augmentation inévitable des délais de transport en maritime oblige donc à anticiper les calendriers des commandes de collection. Aujourd'hui les marques de créateurs qui défilent n'ont pas la main sur leur planning de collection et doivent s'aligner sur le rythme des Fashion Week, nécessitant un fort recours à l'aérien. Un débat sur l'ajustement de ces calendriers devrait être engagé pour pouvoir livrer l'ensemble des continents en maritime.

«Pour arrêter l'aérien Veja travaille son planning tous les 6 mois avec plusieurs départements: le Studio, les usines, les commerciaux et le transport. Le maritime est posé comme une contrainte non négociable. A partir de cet échange, Veja définit son propre planning de collection avec plus ou moins 5 mois entre la commande et la livraison.»

Renan Assenoff Almeida, responsable transport amont, Veja

Renforcer la sécurité dans le transport maritime

Le manque de sécurisation des ports et des conteneurs freine l'usage du maritime par les maisons de luxe

Le transport aérien sur de longues distances présente un grand avantage pour le secteur du luxe, à savoir la sécurisation bien établie des aéroports, où les marchandises peuvent séjourner en toute sécurité.

Dans les zones portuaires, il est plus rare de trouver un niveau de sécurité adéquat pour le transit des produits de luxe. Les maisons ayant des enjeux similaires peuvent effectuer un lobbying commun auprès des structures pour mettre en place des zones et des process sécurisés. La mutualisation des conteneurs sécurisés permettrait également de rationaliser les coûts et de s'assurer que le groupage se fait entre produits similaires.

«Hermès a initié des échanges avec les équipes d'Haropa Port sur la sûreté portuaire des conteneurs en attente de chargement à bord des navires. L'objectif est de travailler avec l'ensemble des acteurs sur des mesures opérationnelles concrètes visant à préserver l'intégrité des produits pas le biais de conteneurs en hauteur, conteneurs portes contre portes, trackers et levées de doute en lien avec la police portuaire, etc.»

Samir Amraoui, responsable transport, Hermès

Utiliser la data pour optimiser et piloter l'impact carbone

Des outils ad hoc peuvent faciliter la collecte de données faibles auprès des transporteurs

Avec l'accent mis sur la responsabilité sociétale des entreprises ainsi que les exigences en matière de reporting, la gestion de la data est de plus en plus importante. Cependant, la collecte de données fiables reste un défi et le principal irritant relevé dans cette étude. Le manque de fiabilité et l'hétérogénéité des données fournies par les transporteurs rendent laborieuse l'analyse.

Investir dans des outils qui facilitent la collecte et le calcul des données permet d'identifier les principaux leviers de décarbonation et prendre des décisions éclairées pour une action efficace. Ces outils aident également les équipes à s'approprier les données et mieux suivre les KPIs.

La solution EcoTransitWorld permet de calculer plus simplement les données des émissions du transport de marchandises (les distances de transport, la consommation d'énergie, les gaz à effet de serre CO2 ainsi que les agents de pollution de l'air). Plusieurs entreprises interrogées utilisent également des outils complémentaires tels que Sightness permettant l'automatisation de la collecte et l'enrichissement de la data, ainsi qu'une meilleure visualisation des données afin de les rendre plus exploitables pour mettre en place les bons plans d'action.

Rechercher des solutions alternatives innovantes

L'adoption de solutions multimodales et innovantes contribue à l'optimisation de ses trajets

Le transport multimodal, qui combine plusieurs modes de transport tels que le rail, la route et la voie navigable, favorise l'optimisation des trajets et la réduction de la dépendance aux moyens de transport plus carbonés.

L'utilisation du transport ferroviaire pour les longues distances terrestres, couplée à des véhicules électriques pour les livraisons finales, peut considérablement diminuer l'empreinte carbone.

D'autres solutions alternatives à moindre impact peuvent contribuer à sa stratégie de décarbonation, comme l'utilisation de la voile pour le transport maritime (faibles volumes) ou de porte-conteneurs à assistance vélique (réduction de 10 à 30 % des émissions).

« Depuis 2023, Aigle effectue le tronçon Le Havre / Saint-Pierre-des-Corps en train pour une partie des conteneurs de produits fabriqués en Asie qui arrivent en Europe. Le transport routier est donc limité à la liaison gare / centre de distribution ce qui permet une réduction d'environ 40% des émissions sur ce trajet. »

Daniel Melier, Responsable transport et douanes, Aigle

Collaborer avec ses partenaires pour décarboner sa chaîne de valeur

Le développement de relations responsables avec ses partenaires permet de réduire ensemble les impacts

Il est également important d'accompagner les prestataires et d'investir ensemble sur des moyens de transport moins carbonés. Cette relation de confiance nécessite des relations responsables et un processus de collaboration solide, renforçant ainsi la fiabilité et garantissant un niveau de qualité de service irréprochable.

Les leviers de décarbonation de la chaîne de valeur se trouvent souvent en dehors du contrôle direct des marques. C'est le cas des distributeurs, qui ont peu de visibilité sur l'amont de la chaîne. Néanmoins, les marques ont aussi leur rôle à jouer en informant les studios sur le poids du transport dans l'impact global de l'entreprise.

«La mutualisation des expéditions des prototypes par camion, entre la France et l'Italie, entre les studios et les fournisseurs, à la veille des défilés, peut faire économiser des milliers de kilomètres de transport. Pour notre propre activité, nous avons calculé 300 000 km par an à minima. Ces gains carbone et euros ne sont peut-être pas un gros volume mais cette pratique étendue à l'ensemble des transporteurs routiers validera des gains notables. Il est essentiel de communiquer sur les mises en place de navettes quotidiennes comme les nôtres et de s'adapter aux nouvelles priorités de lutte pour la décarbonation.»

Eric Pozzo, président, Pick-Up Service International

Viser une certification

L'obtention d'une certification incite les entreprises à adopter des pratiques de transport plus responsables et durables. En adhérant aux exigences des certifications, les marques peuvent diminuer leurs émissions et démontrer un engagement concret.

Avec ses critères stricts, Fret 21 encourage les entreprises à travailler sur leur taux de remplissage, sur la distance parcourue, sur les moyens de transport utilisés et sur les achats responsables (certification française).

Eco-concevoir les produits pour optimiser le taux de remplissage

L'éco-conception des produits vise à mieux organiser l'espace de transport en innovant sur la forme, la taille et l'emballage des articles, optimisant le remplissage des cartons et des moyens de transport.

« Le modèle « Le Pliage » de Longchamp a été pensé plié dès la conception. Inspiré par l'origami et d'abord pensé comme une expérience client novatrice cette conception est également bénéfique pour le transport, avec un énorme gain pour l'optimisation du remplissage des moyens de transport. »

Jérémie Nountchongoue, responsable transport & import/export, Longchamp



Comment agir ensemble dès maintenant ?

Certaines actions communes concrètes peuvent permettre d'avancer conjointement dès maintenant pour un transport plus durable

Mutualisation des conteneurs

Mutualiser les conteneurs et le transport routier sur les destinations à faible volume pour partager les coûts de la mise à disposition d'un conteneur aux exigences renforcées (balise de suivi, étanchéité, sans odeur, kit isolant...).

Lobbying

Se joindre à la Maison Hermès dans les échanges avec les ports (dont Haropa, Le Havre) pour renforcer le lobbying des demandes de sécurisation des zones et des contenaires pour les produits à forte valeur ajoutée.

Plannings de collection

Collaborer et travailler entre marques de luxe et la Fédération de la Haute Couture et de la Mode sur un nouveau planning des fashion weeks permettant d'étendre les délais entre commandes et livraisons afin de favoriser le transport maritime.

Veille

Mettre en place une cellule de veille commune pour partager les opportunités transport : rail-route, air-sea, ouverture de nouvelles routes, nouveaux véhicules...

Nos sources

Global macroeconomic update

Global Sovereign Advisory (2024)

Quelles solutions de financement pour la transition énergétique ?

Webinaire, Union TLF (2024)

Transport de marchandises face aux impératifs environnementaux

Sénat (2021)

Luxury Study (22nd edition)

Bain & Company et Fondazione Altagamma (2024)

ITF Transport Outlook 2023

OECD (2023)

Industrie du textile : quel bilan carbone et quelles solutions ?

Sami (2024)

Les idées reçues sur le transport de marchandises et le climat

Carbone4 (2023)

Décarboner la logistique longue distance : quels enjeux et quelles solutions ?

Aktio (2024)

Luxe & décarbonation du transport : les bonnes pratiques pour un calcul des émissions GES fiable et actionnable

Sightness (2023)

Assurer le fret dans un monde fini

Shift Project (2022)

Les idées reçues sur l'aviation et le climat

Carbone4 (2022)



Vous souhaitez contribuer à la décarbonation du transport dans la mode et le luxe ?

Notre groupe de travail propose des solutions utiles et concrètes pour se mettre en action collectivement.

Isabelle Lefort

Co-fondatrice – Paris Good Fashion

06 35 29 93 98

isabelle@parisgoodfashion.com

Robin Bouf

Senior Manager – Bartle

06 70 46 03 77

rbouf@bartle.fr

SEPTEMBRE 2024

**PARIS
GOOD
fashion**

bartle