



RAPPORT SUR LE DÉVELOPPEMENT DURABLE BP® 2021

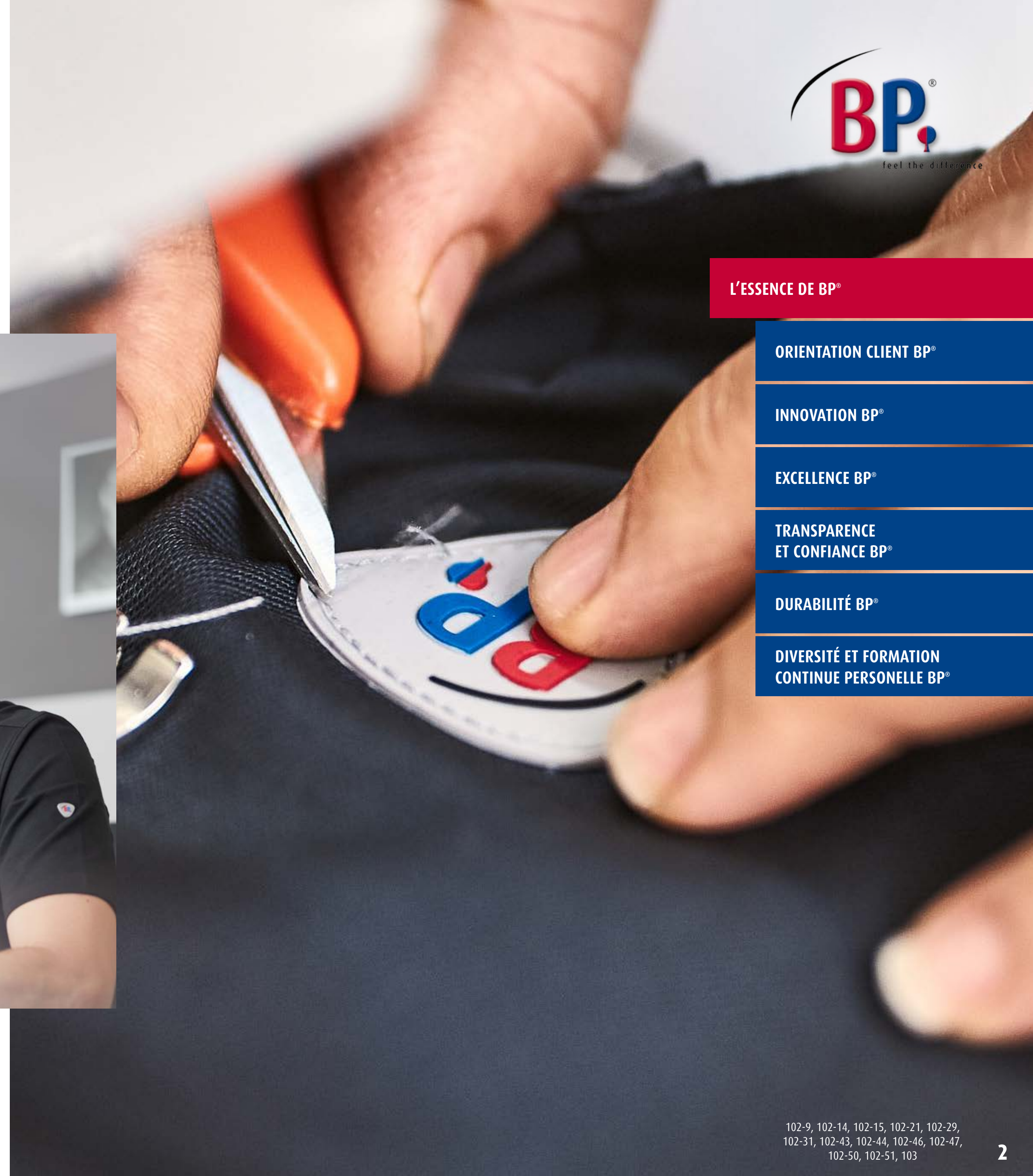
Notre promesse immuable de durabilité : **LA QUALITÉ BP®.**

Chère lectrice, cher lecteur,

La loi allemande sur le devoir de vigilance dans les chaînes d'approvisionnement a retenu particulièrement l'attention en 2021. Une étude mandatée par le Ministère fédéral allemand de la coopération économique et du développement cite dix entreprises pionnières en la matière. Bierbaum-Proenen est l'une d'entre elles. Nous accordons depuis des années une importance particulière à nos chaînes d'approvisionnement qui sont à la fois très internationales, ramifiées et complexes. Si nous nous améliorons chaque année, nous savons aussi que le chemin est long avant d'assurer une transparence totale qui remonte au champ de coton et à l'origine des fibres.

Au cours de l'exercice sous revue, nous avons poursuivi nos efforts en faveur de la neutralité climatique : nous souhaitons l'atteindre en 2023 à notre siège principal de Cologne et en 2024 dans notre centre logistique de Greven. Et en 2030 pour l'ensemble de nos produits. Cet objectif ambitieux soulève de nombreuses questions auxquelles nous trouverons progressivement toutes les réponses. Nous misons ici en toute confiance sur notre approche de la durabilité et sur l'équipe BP® férue de qualité qui se distingue par son indélébile esprit d'innovation. Nous ne manquerons pas de vous tenir au courant de tous nos progrès.

Cordialement vôtre Harald Goost
Associé gérant



L'ESSENCE DE BP®

ORIENTATION CLIENT BP®

INNOVATION BP®

EXCELLENCE BP®

TRANSPARENCE
ET CONFIANCE BP®

DURABILITÉ BP®

DIVERSITÉ ET FORMATION
CONTINUE PERSONELLE BP®

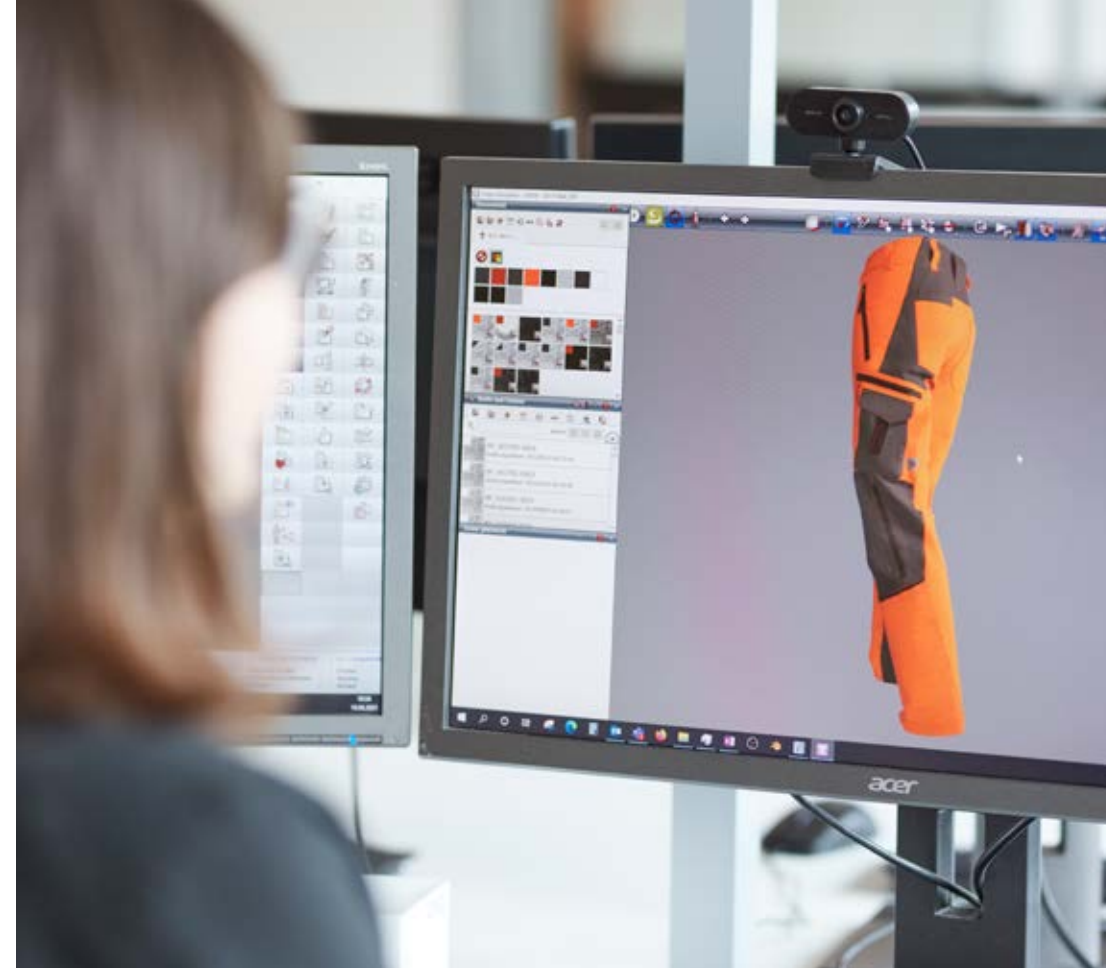


Photo : Fairtrade / Christoph Köstlin



02

L'ESSENCE DE BP®

Nos valeurs, nos origines : une entreprise familiale de Cologne dirigée par la 7^e génération.

06

ORIENTATION CLIENT BP®

Qualité, design et fonctionnalité : ce qu'en disent nos partenaires

09

INNOVATION BP®

Avancer tout en promouvant le développement durable : l'engagement que défend la marque BP®.

11

EXCELLENCE BP®

Une forte performance grâce à de forts partenaires : notre coopération avec des ONG, alliances et labels comme la Fair Wear Foundation.

17

TRANSPARENCE ET CONFIANCE BP®

Coopération équitable : comment devenir fournisseur BP® ?

30

DURABILITÉ BP®

Nos objectifs s'inscrivent dans le développement durable : la neutralité climatique par exemple.

33

DIVERSITÉ ET FORMATION CONTINUE PERSONELLE BP®

Nous valorisons notre personnel et encourageons l'égalité des genres. Nos objectifs.

36

INDICES GRI

Rapidité et simplicité : les thèmes sont classés selon GRI.

37

VOUS AVEZ DES QUESTIONS ?

Fabian, notre directeur Achats/Durabilité, est là pour vous répondre.

L'ESSENCE DE BP®

ORIENTATION CLIENT BP®

INNOVATION BP®

EXCELLENCE BP®

TRANSPARENCE ET CONFIANCE BP®

DURABILITÉ BP®

DIVERSITÉ ET FORMATION CONTINUE PERSONELLE BP®



DEMANDEZ À FABIAN, DIRECTEUR ACHATS/ DURABILITÉ CHEZ BP® !
Envoyez votre question en un seul clic et vous recevrez votre réponse par e-mail.





La société Bierbaum-Proenen GmbH & Co. KG et son siège à Cologne.



1788

Commercialisation des premiers textiles de Bierbaum-Proenen – avec une promesse de qualité exceptionnelle qui se perpétue aujourd’hui encore.

SEPTIÈME GÉNÉRATION

Le gérant Harald Goost représente la septième génération à la tête de l’entreprise familiale Bierbaum-Proenen.

NOTRE SITE DE PRODUCTION

Notre propre site de production installé dans le Nord de la Tunisie emploie 260 collègues spécialisés-en couture qui travaillent sur nos petites séries et les développements de produits.



BP® INCARNE LE VÊTEMENT PROFESSIONNEL. DEPUIS 1788.



NOS COLLECTIONS

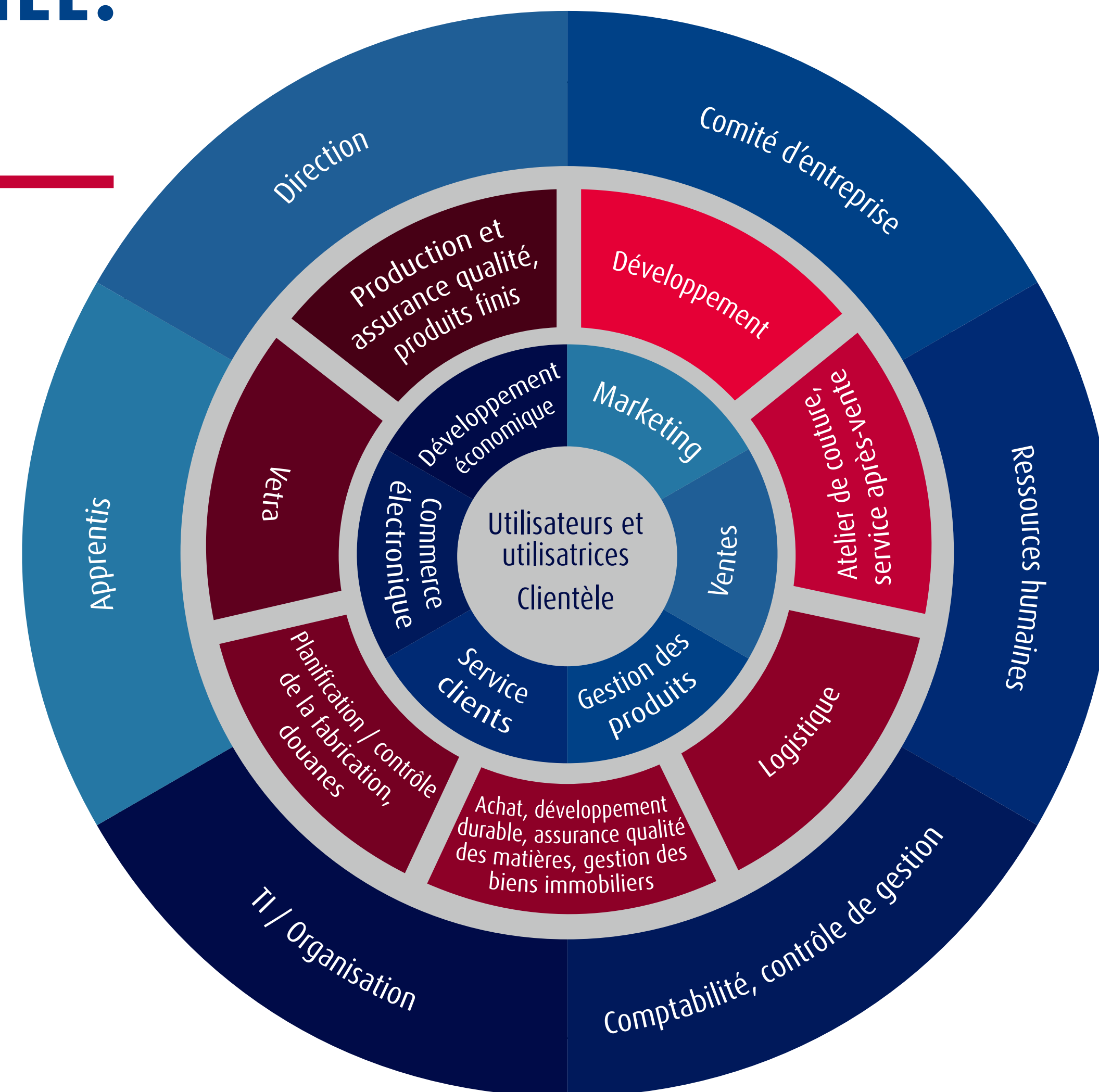
- BP GOURMET®
- BP WORKWEAR®
- BP MED & CARE®
- BP INDUSTRIAL FOOD®
- BPROTECTED®

DE GRANDS STOCKS

BP® offre une très grande variété de produits dont 95 % sont disponibles en stock. Grâce à une excellente logistique, toutes les commandes reçues jusqu’à 16 heures sont expédiées le jour même.



ORGANIGRAMME DE L'ÉQUIPE BP®



De nombreux objectifs. De nombreux acteurs.

NOS ENJEUX ESSENTIELS.



Agir durable, c'est aussi remettre régulièrement en question les priorités de nos objectifs de développement durable. Car la durabilité est à nos yeux un processus d'amélioration continue qui nous motive à toujours faire mieux et à repenser nos orientations. Et nous n'avons ici de cesse de concilier les objectifs écologiques, sociaux et économiques. Les échanges réguliers avec nos parties prenantes sont une source de nouvelles impulsions. Ce processus continu se base et s'appuie sur l'analyse de matérialité.



Objectifs environnementaux*
Éviter, réduire, recycler

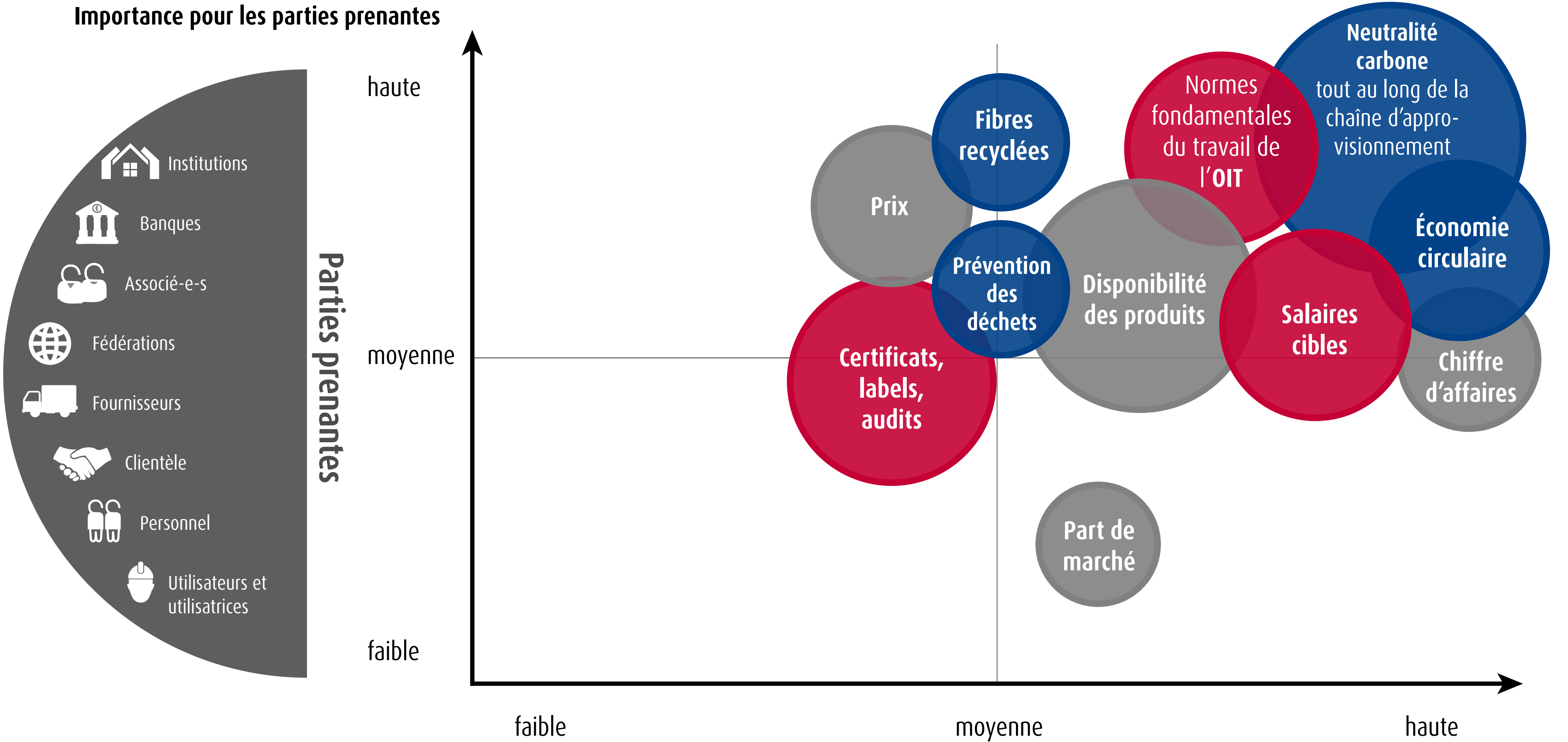


Objectifs sociaux*
Vérifier et évaluer le respect de nos consignes sur les sites de production. BP® s'est vu décerner déjà pour la huitième fois consécutive le statut de « Fair Wear Leader » par la Fair Wear Foundation.



Objectifs économiques*
Indicateurs économiques

* Il s'agit ici de quelques-uns de nos objectifs.



ORIENTATION CLIENT BP®.

Tout au service de nos utilisateurs et clients.

L'ESSENCE DE BP®

ORIENTATION CLIENT BP®

INNOVATION BP®

EXCELLENCE BP®

TRANSPARENCE
ET CONFIANCE BP®

DURABILITÉ BP®

DIVERSITÉ ET FORMATION
CONTINUE PERSONNELLE BP®

#1 PRINCIPE BP® ORIENTATION CLIENT

Nous offrons à nos utilisateurs et à nos clients des solutions de vêtements professionnels qui satisfont à l'exigence BP® « feel the difference ». La qualité, le design et la fonctionnalité sont au cœur de notre engagement envers nos clients.

CWS

CWS Workwear

Coopération avec BP® depuis : 2009

Création : 1899

Secteur : prestataire de services textiles

Mission : avec ses services de location innovants, durables et numériques, CWS contribue à assurer un avenir plus sain et plus sûr.



Deutsche Bahn AG

Coopération avec BP® depuis : 2014

Création : la société DB AG est née en 1994 de la fusion de la Deutsche Bundesbahn et de la Deutsche Reichsbahn.

Secteur : transports de personnes et de marchandises

Mission : BP® équipe la DB AG en vêtements professionnels innovants qui permettent à son personnel de travailler en toute sécurité.



Leonie Biesen
Corporate Sustainability Manager chez CWS



Claus Bamm
Director Strategic Procurement Workwear chez CWS

LA DURABILITÉ EST L'AFFAIRE DE TOUTES ET DE TOUS.



De concert avec notre clientèle et nos partenaires.

« Nous devons approcher la durabilité en tenant compte de toute sa complexité et de toutes ses dimensions. »

Pour réussir, la démarche du développement durable doit être l'effort de tous les partenaires – depuis les fournisseurs et sites de production jusqu'aux partenaires de leasing et clients finaux. Aussi, en vue de ce rapport sur le développement durable, nous nous sommes entretenus avec nos partenaires CWS et Deutsche Bahn AG sur les dimensions, enjeux et opportunités mais aussi sur l'importance d'une production durable des vêtements professionnels.

Chez notre partenaire de leasing CWS, nos interlocuteurs étaient Claus Bamm, Director Strategic Procurement Workwear, et sa collègue Leonie Biesen, Corporate Sustainability Manager, et chez notre client Deutsche Bahn AG Thorsten Flegler, Strategic Purchaser Corporate Wear. Nous avons ensuite fait un résumé de ces deux entretiens dont nous reproduisons ici des extraits.

BP® : Monsieur Bamm, chez CWS, l'un des principaux prestataires en location de textiles, remarquez-vous un intérêt croissant de vos clients pour des vêtements professionnels durables ?

Claus Bamm / CWS : Nous constatons effectivement une nette hausse de la demande. Elle est particulièrement manifeste chez les clients du secteur public mais aussi dans les entreprises privées. Les gens comprennent que le développement durable n'est pas seulement une méga tendance sociétale mais tout simplement une nécessité. Vu son impact considérable à l'échelle mondiale sur les ressources naturelles et les écosystèmes, l'industrie du textile et de l'habillement constitue un enjeu important en termes de durabilité, aujourd'hui comme pour demain. Les entreprises intègrent donc les vêtements professionnels dans leurs

stratégies de développement durable. De manière générale, on pourrait dire : plus une entreprise est grande et publique, plus elle accorde de valeur à des vêtements professionnels confectionnés selon des critères de durabilité.

BP® : Monsieur Flegler, quelle place occupent les vêtements professionnels dans la stratégie de développement durable de la Deutsche Bahn ?

Thorsten Flegler / Deutsche Bahn : Au sein du Groupe, nous avons défini cinq champs d'action dans lesquels nous souhaitons promouvoir la transformation durable : la protection du climat, la défense de la nature, la préservation

des ressources, la réduction du bruit et la responsabilité sociale. Les vêtements professionnels, qui sont de mon ressort, relèvent de tous ces champs d'action, la réduction du bruit mise à part. Il est ainsi très important pour la Deutsche Bahn qu'ils soient fabriqués dans le respect du développement durable. Un vêtement socialement et écologiquement responsable s'inscrit donc concrètement dans la stratégie de la DB.

BP® : Quel rôle jouent de manière générale les vêtements professionnels chez la DB ?

Thorsten Flegler / Deutsche Bahn : Pour nous, les vêtements professionnels constituent d'abord des pièces C. Ils ne font pas partie de notre cœur de métier ; nous en avons besoin en grande quantité même si les volumes d'achat sont gérables. Et pourtant, les vêtements

professionnels sont bien sûr importants pour nous : un agent d'entretien des voies ne peut pas travailler s'il ne porte pas de vêtement à haute visibilité. Le système est ralenti et, dans le pire des cas, perturbé.

BP® : D'après quels critères choisissez-vous vos vêtements ?

Thorsten Flegler / Deutsche Bahn : Le critère primordial est la qualité associée à la rentabilité et au caractère durable, car seuls des vêtements de haute qualité agréables à porter assurent la satisfaction de notre personnel, qui est indispensable à nos yeux. Cependant, de nombreux critères de durabilité sont primordiaux à nos yeux et les vêtements qui ne sont pas fabriqués de manière socialement et écologiquement responsable n'ont aucune chance chez nous.

Claus Bamm / CWS : Les jours de travail, nos clients portent leurs vêtements professionnels généralement plus longtemps que leurs vêtements personnels. Le confort, un design attrayant et, pour les vêtements de protection, bien sûr la sécurité sont donc essentiels. Pour être intégré à notre programme, un vêtement doit également être de haute qualité et robuste mais aussi pouvoir être réparé. Le mot d'ordre de notre entreprise, « Think Circular ». comporte la stratégie 3 R (Reduce, Reuse, Recycle). Pour mettre cette stratégie en œuvre, nous devons travailler de concert avec nos partenaires. Nos fournisseurs par exemple doivent baisser leur consommation de matières, produire en respectant le climat et réintroduire des matériaux secondaires dans le cycle de production.

BP® : Quel rôle accordez-vous à l'économie circulaire pour les vêtements professionnels ?

Leonie Biesen / CWS : Nous voyons de gros potentiels d'innovation aussi bien au début qu'à la fin de la chaîne textile. Je pense ici aux fibres high-tech alternatives et à une culture plus respectueuse du climat et de l'environnement, mais aussi à un traitement en aval qui consomme moins d'énergie, d'eau, de produits chimiques et de solvants. L'impact de l'élimination des vêtements est relativement faible par rapport à celui de la production. C'est pourtant en fin de chaîne que nous voyons le meilleur moyen de réduire les futures émissions et impacts sur l'environnement. En

effet, elle recèle un immense potentiel de développement pour l'industrie du textile et de l'habillement. Il s'agit ici de développer le plus rapidement possible des infrastructures de logistique inverse ainsi que des offres à grande échelle permettant d'assurer une seconde vie aux vêtements et de recycler les textiles usagés.

BP® : Quel rôle jouent ces thèmes pour la Deutsche Bahn en tant que client final ?

Thorsten Flegler / Deutsche Bahn : Un très grand rôle. Il nous tient énormément à cœur que les fabricants approchent la durabilité en tenant compte de toute sa complexité et de toutes ses dimensions. Les labels et adhésions à des organismes ne suffisent pas. À quelqu'un qui vient me voir en déclarant être membre de la Fair Wear Foundation et utiliser du coton issu du programme d'approvisionnement Fairtrade pour le coton, je réponds que cela ne nous suffit pas. Avec nos fournisseurs, nous voulons aller jusqu'au fond du produit et aborder en détails les sujets difficiles, par exemple les conditions de travail des personnes qui fabriquent les vêtements ou l'économie circulaire au sens du concept de recyclage permanent (« cradle-to cradle »), ou encore les émissions de carbone et la logistique. En tant que gros client, nous pouvons jouer de notre influence.

BP® : Comment se passe la coopération avec BP® dans ces domaines ?

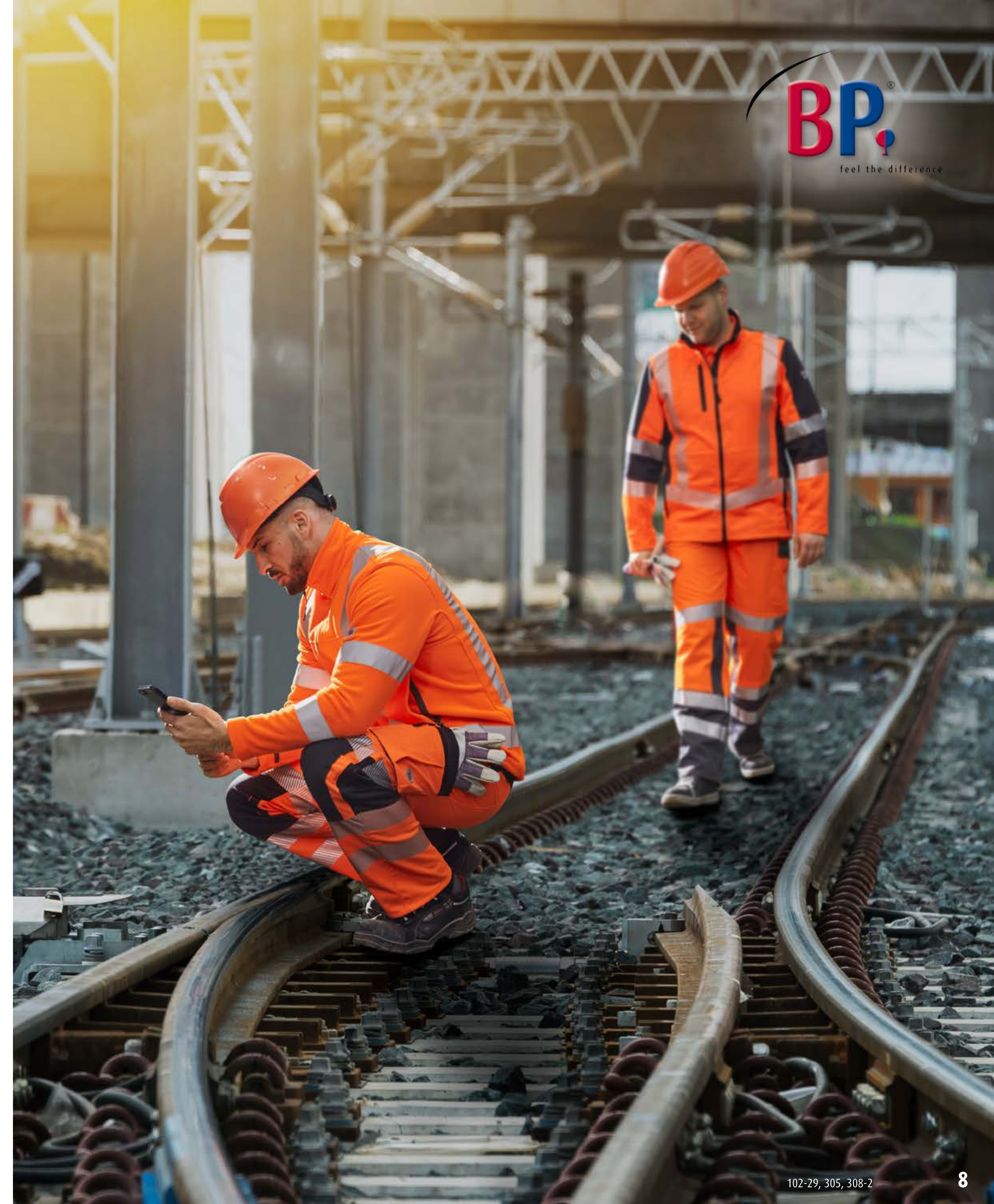
Thorsten Flegler / Deutsche Bahn : BP® est pour moi un partenaire compétent pour ces gros enjeux. Avec le temps s'est installé un climat de confiance. Je peux formuler nos besoins, BP® les entend et me donne son feedback de spécialiste. Nous examinons ensemble les produits en allant au fond des choses et en considérant tous les aspects. C'est ainsi que nous trouvons souvent ensemble des solutions et que BP® est devenu notre plus grand fournisseur en vêtements de protection. Même si, il faut bien le dire, BP® est naturellement toujours tenu de faire ses preuves face à la concurrence des autres fabricants.

BP® : Quels sont vos projets communs pour l'avenir ?

Thorsten Flegler / Deutsche Bahn : Ils relèvent assurément des domaines « cradle-to cradle » et émissions de CO₂, donc de la logistique.

Claus Bamm / CWS : Dans le cadre de la mission de notre Groupe « Penser aux générations futures », CWS se penchera à l'avenir particulièrement sur le thème « fin de cycle de vie », le dernier maillon dans la chaîne textile. Pour cela, il sera nécessaire d'impliquer de nombreux partenaires et de réaliser des investissements. D'autres thèmes majeurs pour l'avenir sont la réduction des émissions de CO₂ et la dimension sociale tout au long de la chaîne textile.

Un grand merci à CWS et à la Deutsche Bahn pour cette franche discussion.



INNOVATION BP®.

L'amélioration permanente est une constante chez nous.



L'ESSENCE DE BP®

ORIENTATION CLIENT BP®

INNOVATION BP®

EXCELLENCE BP®

TRANSPARENCE
ET CONFIANCE BP®

DURABILITÉ BP®

DIVERSITÉ ET FORMATION
CONTINUE PERSONNELLE BP®

#2 PRINCIPE BP® INNOVATION

Nous œuvrons pour nos utilisateurs et nos clients au développement de nos produits et de notre entreprise dans une recherche permanente d'innovation et d'amélioration.

Moins, c'est mieux : PRÉSERVER LES RESSOURCES. AMÉLIORER LA QUALITÉ.

1. ÉVITER

Il nous tient particulièrement à cœur d'éviter le gaspillage, c'est-à-dire d'utiliser de manière économe les ressources précieuses. Selon notre conviction, la robustesse des produits BP® est l'une de nos plus grandes contributions à la durabilité, car elle permet d'économiser des ressources précieuses et de réduire l'impact environnemental.

Exemple de prototypage en 3D

En recourant à une visualisation en 3D de bout en bout – depuis l'ébauche jusqu'au produit fini –, nous parvenons à simuler de nombreuses étapes, y compris les souhaits du client. De cette manière, nous économisons des trajets et les ressources telles que tissus, fils, boutons, etc., que nous aurions utilisées pour la production d'échantillons. Celle-ci intervient plus tard et, en moyenne, nous créons trois échantillons et de nombreux fragments en moins.

Prototypes en 3D de [la cotte à bretelles 2041-844-6556](#)
et de [la veste de travail 2042-844-6556](#)



3. RECYCLER

Là où il nous est impossible de réduire l'utilisation des ressources, nous souhaitons développer la possibilité de recourir à des tissus recyclés. Nous avons déjà mis ce principe en œuvre dans notre collection BPlus Green qui est composée de 35 % de coton et de 65 % de polyester. Il s'agit d'un polyester recyclé à partir de bouteilles en PET : au moins 18 bouteilles se retrouvent ainsi dans chaque produit de la collection.

Nous menons actuellement nos premiers projets pilotes portant notamment sur la fabrication de vêtements à partir de vêtements :

- » intégration de vêtements usagés dans la fabrication de nouveaux tissus écrus,
- » recyclage de vêtements usagés pour la fabrication d'autres produits,
- » récupération des chutes de tissu.

2. RÉDUIRE

Nous sommes en mesure de réduire systématiquement l'utilisation des ressources que nous ne pouvons éviter.

Quelques exemples

» Le bilan carbone des produits est à nos yeux un des thèmes majeurs de la réduction des ressources ([voir page 31](#)).

» Nous continuerons à réduire nos frets aériens : ils ont baissé en 2021 de 24 % par rapport à 2020.

» Nous optimisons l'utilisation des matériaux d'emballage afin de pouvoir nous en passer le plus possible. Nous avons ainsi réussi à économiser environ 6 tonnes de plastique grâce à notre nouvelle bande de papier.

» Réduction des emballages sur les livraisons de nos fournisseurs.

» Réduction progressive de la consommation d'énergie en collaboration avec nos fournisseurs/partenaires de confection, notamment grâce au recours au photovoltaïque.



EXCELLENCE BP®.

Le meilleur en point de mire.



L'ESSENCE DE BP®

ORIENTATION CLIENT BP®

INNOVATION BP®

EXCELLENCE BP®

TRANSPARENCE
ET CONFIANCE BP®

DURABILITÉ BP®

DIVERSITÉ ET FORMATION
CONTINUE PERSONELLE BP®

#3 PRINCIPE BP®

EXCELLENCE

Notre capacité d'initiative, notre sens des responsabilités, notre volonté immuable d'apprendre les uns des autres ainsi que notre aptitude à nous motiver mutuellement garantissent l'excellence de nos prestations.

BP® MISE SUR DES PARTENAIRES FORTS.



NOTRE PROMESSE IMMUALE DE DURABILITÉ : LA QUALITÉ BP®

- 3 différents tissus,
- 2 types de fibres,
- environ 820 m de fil,
- 296 g de polyester recyclé,
- 160 g de coton issu du « Programme d'approvisionnement Fairtrade pour le coton »
- 44 pièces,
- 16 accessoires
- et 1 logo BP®, notre label de qualité.



OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES
STeP
Production Textile Durable.
www.oeko-tex.com/step

STeP by OEKO-TEX®*
* Une grande partie de nos partenaires sont certifiés STeP by OEKO-TEX.

[En savoir plus >](#)

SUPPORTING
FAIRTRADE
COTTON

Fairtrade

[En savoir plus >](#)

OEKO-TEX®
CONFIDENCE IN TEXTILES
STANDARD 100
Testé substances nocives.
www.oeko-tex.com/standard100

OEKO-TEX®

[En savoir plus >](#)

Règlement REACH

[En savoir plus >](#)

REPREVE®

REPREVE®

[En savoir plus >](#)

UN COMMERCE ÉQUITABLE.

BP® et sa chaîne d'approvisionnement.



La productrice de coton Kotnaka Lakshmi, photo : Fairtrade®/Christoph Köstlin



Programme d'approvisionnement Fairtrade pour le coton.

Le programme d'approvisionnement Fairtrade pour le coton permet aux petits producteurs de vendre leur coton dans des quantités plus importantes et à des conditions Fairtrade.

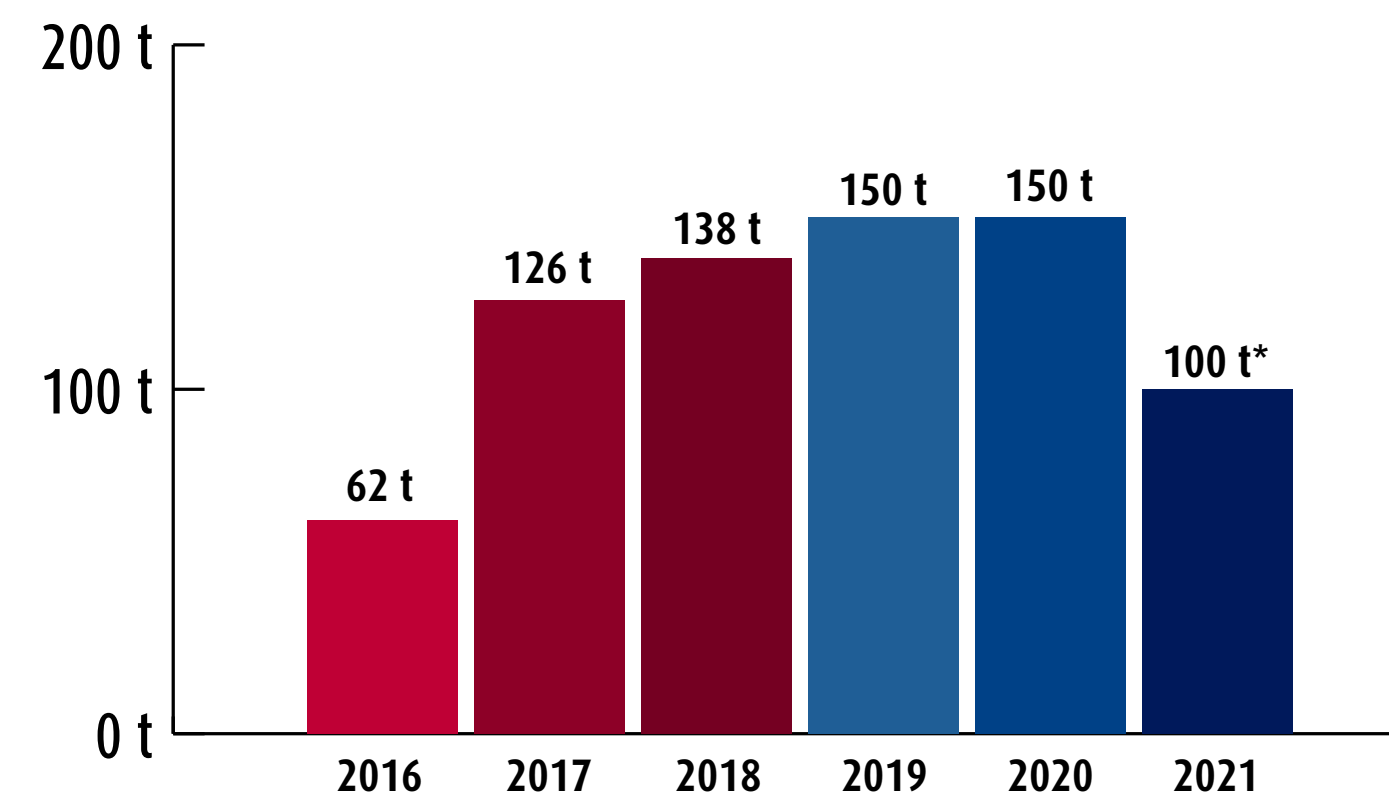
Ils bénéficient ainsi de conditions commerciales plus équitables, et de nouvelles opportunités s'offrent à eux pour favoriser le changement

social et une meilleure protection de l'environnement. La présence de ce label sur un vêtement BP® atteste une contribution au programme Fairtrade et permet à la clientèle de faire le bon choix en vêtements professionnels.

BP® coopère avec Fairtrade depuis 2016.

En savoir plus sur <https://info.fairtrade.net/fr/what/fairtrade-sourcing>

Augmentation de l'achat de coton Fairtrade selon le plan d'engagement



* En raison des difficultés de planification dues au COVID-19, nous avons acheté en 2021 moins de coton Fairtrade que prévu.



Ce qu'implique Fairtrade :

- » Les producteurs bénéficient d'un prix de vente minimum stable.
- » En outre, ils bénéficient d'une prime Fairtrade dédiée à des projets de collaboration comme l'utilisation des eaux de pluie, le boisement, la construction de routes ou l'éducation de leurs enfants.
- » Des normes environnementales limitent l'usage de pesticides et encouragent la mise en place d'une irrigation efficace.
- » L'emploi de semences génétiquement modifiées est interdit.
- » Le travail des enfants est interdit.
- » Des mesures de formation ciblées permettent aux petits producteurs d'acquérir des notions en économie et en écologie.



LE PRINCIPE « MASS BALANCE » : L'ACHAT DE MATIÈRES PREMIÈRES CERTIFIÉES

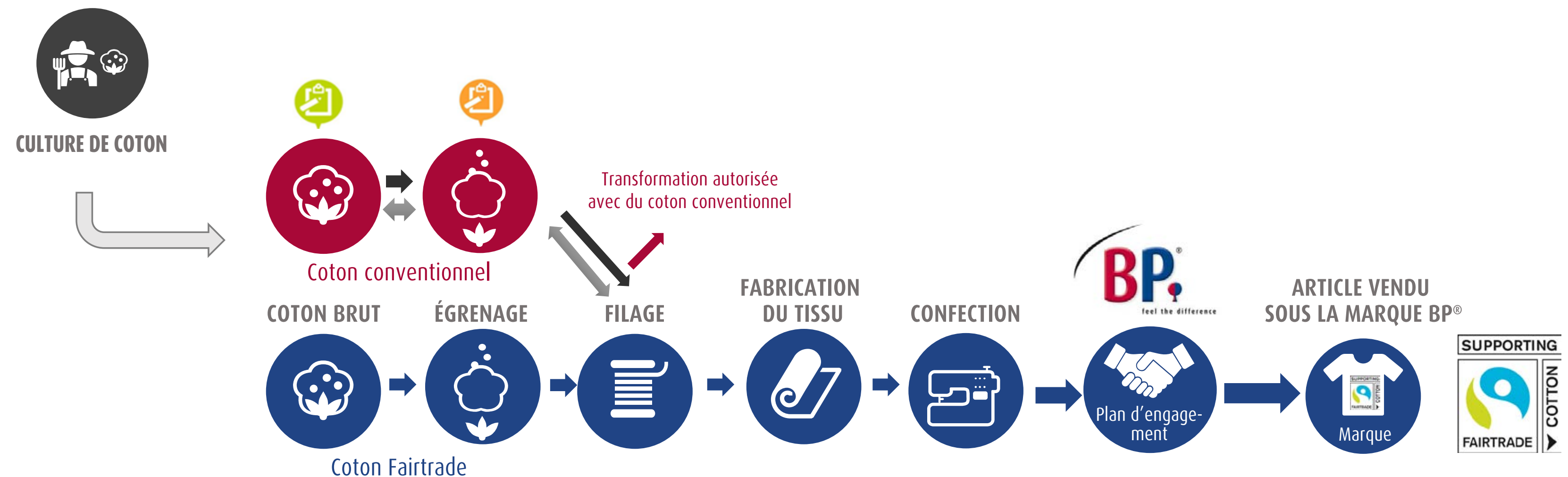
Avec le principe Mass Balance (bilan massique), il est assuré que le nombre de produits vendus avec le label Fairtrade ne dépasse pas la quantité des matières premières achetées en amont. Le bilan massique permet également, lors de la transformation, du stockage et du transport, de mélanger des matières premières issues du commerce équitable avec des produits courants du marché.

Comme pour l'électricité verte, le programme « Mass Balance » de Fairtrade a pour objectif d'augmenter la demande en coton Fairtrade.

LES FAITS

- » La transformation du coton Fairtrade et du coton conventionnel entraîne la perte de la traçabilité physique.
- » La distribution plausible du coton est contrôlée par FLOCERT au moyen de l'outil de traçabilité en ligne « Fairtrace ».
- » Tous les fournisseurs saisissent la quantité de coton vendue.
- » La quantité d'articles munis du label doit correspondre à la quantité de coton achetée auparavant par BP®.

Bilan massique dans la chaîne d'approvisionnement – Principe électricité verte



Ensemble pour plus de responsabilité.

LA COOPÉRATION DE BP® AVEC LA FAIR WEAR FOUNDATION.



LES FAITS :

» La Fair Wear Foundation (FWF) est une initiative pluripartite qui a pour objectif d'améliorer les conditions de travail dans l'industrie textile.

» BP® est membre de la Fair Wear Foundation depuis 2010 et s'est vu décerner déjà pour la huitième fois consécutive le statut de « Fair Wear Leader ».

» BP® et ses partenaires de confection s'engagent à respecter les principes de la FWF, le cas échéant à travailler à des améliorations allant dans ce sens.

» L'application et le contrôle des principes de la FWF chez les partenaires de confection sont assurés par des visites régulières et des formations ainsi que par des audits suivis de plans d'actions correctives.

» L'application des principes FWF par BP® est contrôlée notamment au moyen du système FWF Brand Performance Check (audit du système de gestion chez BP®). En savoir plus [ici](#).

» Tous les membres du personnel des sites de production peuvent utiliser le mécanisme de plaintes de la FWF ([pour plus de détails, voir page 28](#)).

» Les riches échanges que nous avons avec d'autres membres FWF ainsi que la coopération transversale avec les fournisseurs communs sont également très précieux pour nous. Car il est plus facile d'avancer ensemble.

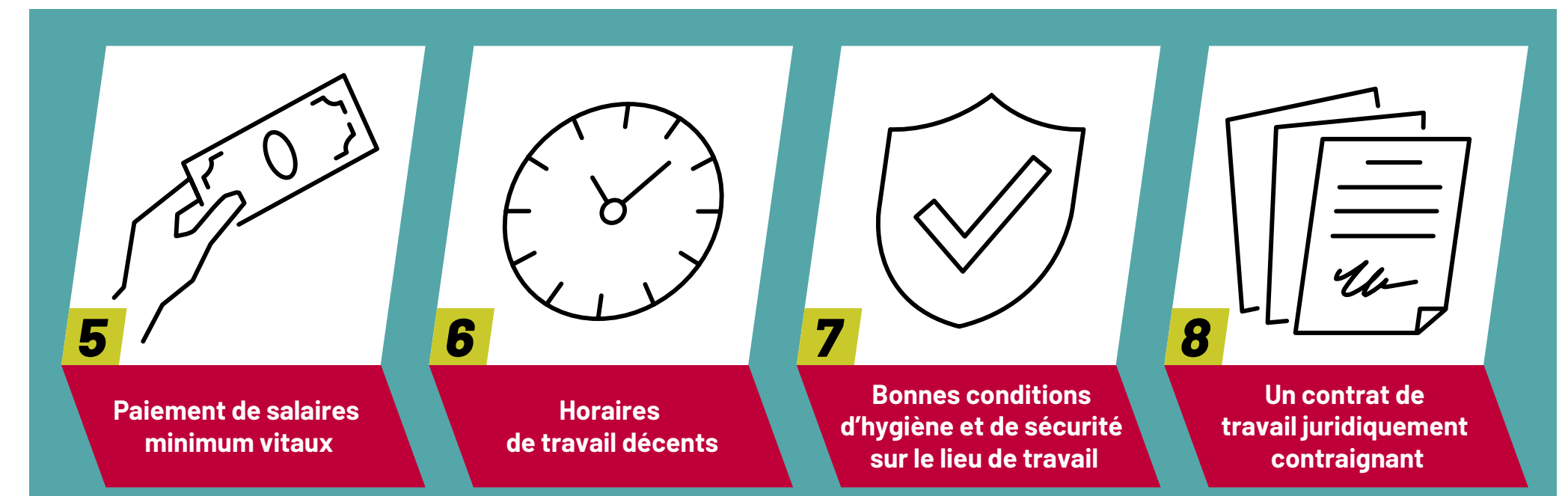
» À une époque où, en raison de la pandémie du Covid-19, bon nombre d'audits et de formations n'ont pas pu avoir lieu et où, dans le monde entier, de nombreuses personnes travaillant dans l'industrie textile ont craint de perdre leurs moyens de subsistance, la FWF a mis en place de vastes mesures de soutien et de sensibilisation.



Les principes de la Fair Wear Foundation



Les principes 1 à 4 de la Fair Wear Foundation sont en adéquation avec les normes fondamentales du travail de l'OIT. Les normes fondamentales du travail de l'Organisation internationale du travail sont des normes sociales qui s'inscrivent dans l'ordre commercial mondial en vue d'assurer des conditions de travail décentes et une protection suffisante.



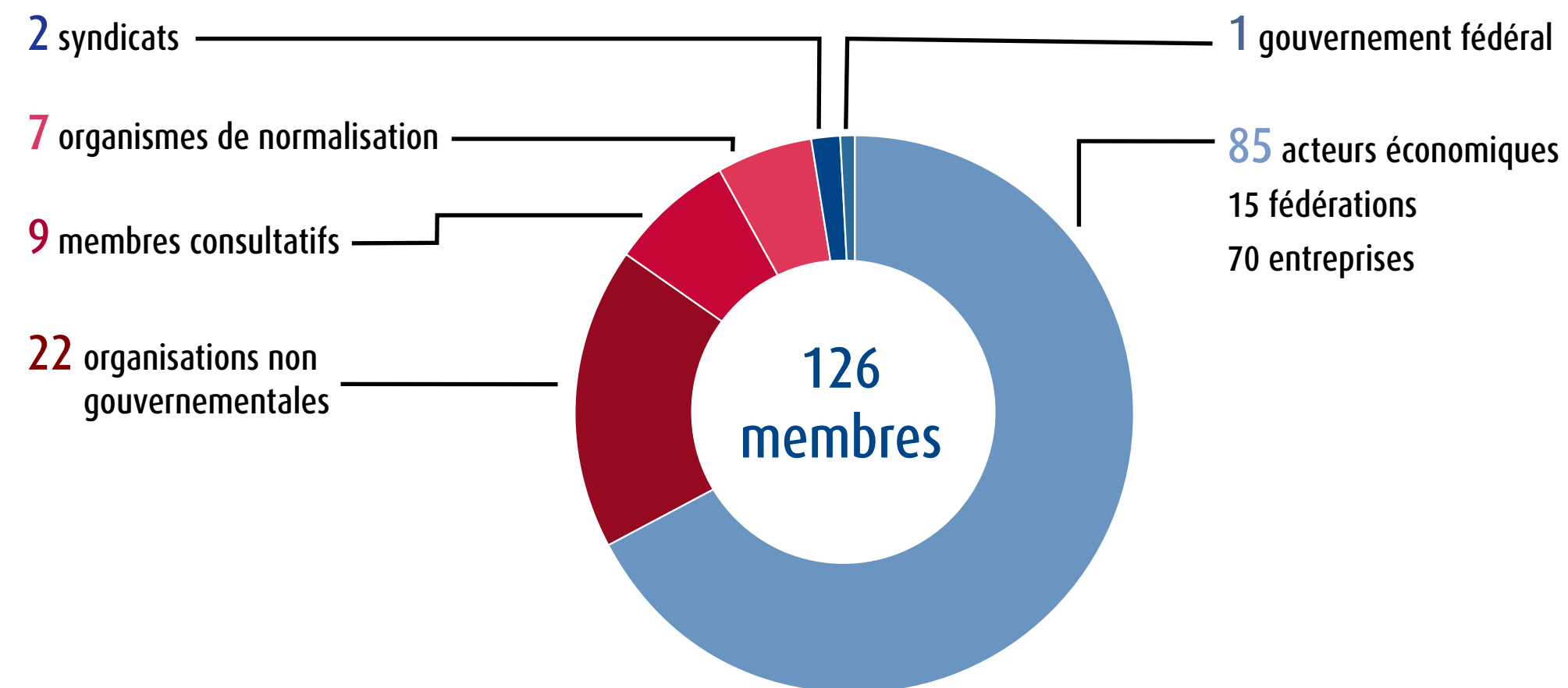
Ensemble pour plus de durabilité : UNE ALLIANCE QUI REND FORT.



Déroulement du processus d'examen biennal



Membres de l'Alliance pour des textiles durables



LES FAITS

- » BP® est membre de l'Alliance pour des textiles durables depuis 2015.
- » Cet organisme est né d'une initiative du Ministère fédéral allemand de la coopération économique et du développement.
- » Son objectif est d'améliorer les conditions sociales et écologiques au sein de la production textile mondiale.
- » Il repose sur la responsabilité individuelle, l'engagement commun et le soutien mutuel.
- » BP® investit activement ses compétences dans l'organisme, notamment en collaborant au groupe d'experts pour la protection du climat.
- » L'organisme propose à ses membres de vastes programmes de formation pour l'analyse professionnelle des risques que peut comporter leur propre chaîne d'approvisionnement.
- » Le thème de l'année 2021 était : « Pratiques d'achat responsable ». C'est sur cette base qu'a été orienté le nouveau processus d'examen. Dans ce contexte, nous avons réalisé une analyse approfondie des risques en nous basant sur les lignes directrices de l'OCDE relatives aux 11 risques sectoriels. La conclusion de l'analyse des risques peut être consultée [ici](#). Cette analyse des risques est un outil important notamment pour assurer le respect de la loi sur le devoir de vigilance dans les chaînes d'approvisionnement.

CLIQUEZ ICI POUR PLUS DE DÉTAILS !
Vous saurez tout sur l'Alliance pour des textiles durables.

TRANSPARENCE ET CONFIANCE BP®.

Les bases fondamentales
de notre coopération.



L'ESSENCE DE BP®

ORIENTATION CLIENT BP®

INNOVATION BP®

EXCELLENCE BP®

**TRANSPARENCE
ET CONFIANCE BP®**

DURABILITÉ BP®

DIVERSITÉ ET FORMATION
CONTINUE PERSONELLE BP®

#4 PRINCIPE BP® TRANSPARENCE ET CONFIANCE

Nous entretenons au sein de l'entreprise, avec nos utilisateurs, nos clients ainsi qu'avec nos fournisseurs et bailleurs de fonds un rapport de confiance basé sur la franchise, la transparence et l'honnêteté.



UN RÉSEAU MONDIAL

pour une coopération étroite.



LE LONG TERME AU SERVICE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

Notre réseau de fournisseurs de matières et de partenaires de confection n'a cessé de s'élargir au cours de nombreuses années. C'est en partie grâce à cette large dispersion géographique que BP® a pu conserver une très haute capacité de livraison pendant une année marquée par des problèmes d'approvisionnement dus au Covid-19.



151 ANNÉES DE PARTE- NARIAT.

Avec des entreprises
familiales comme
la nôtre.

Presque toutes les entreprises sont, comme nous, des entreprises familiales et la plupart des vêtements BP® proviennent de partenaires de confection avec lesquels nous travaillons depuis plus de dix ans. Un facteur de plus qui contribue à une chaîne d'approvisionnement durable.

Années de partenariat

0

5

10

15

20

25

Chiffres de 2021



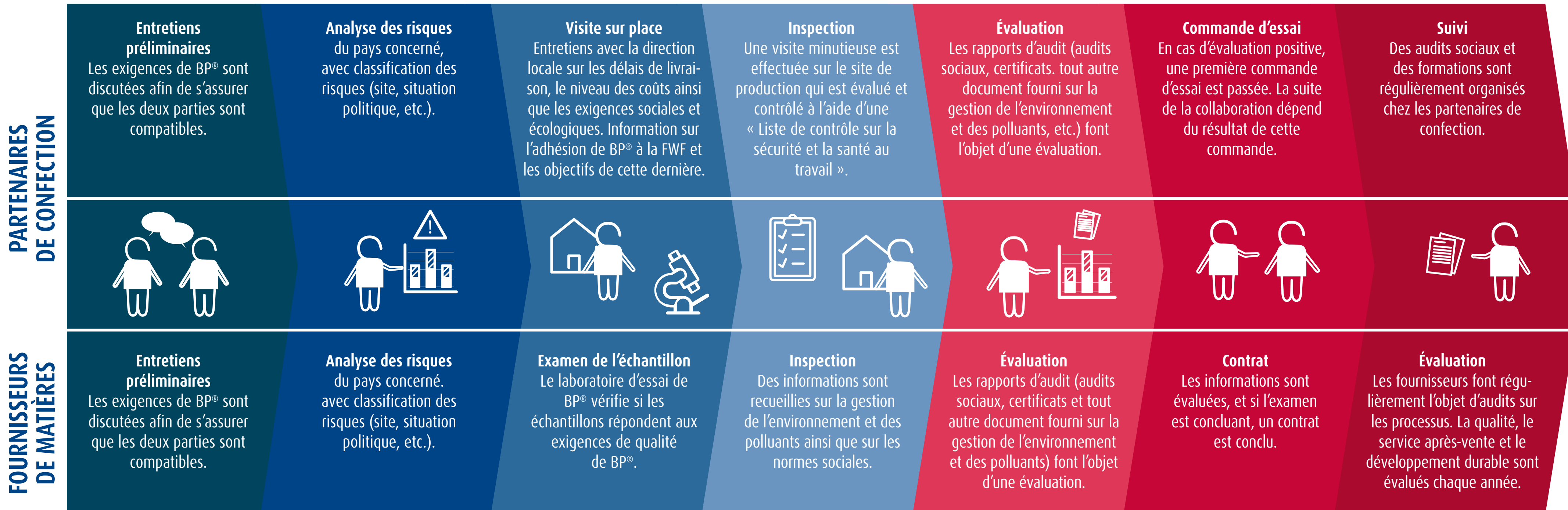
DES PARTENAIRES FORTS COMME GAGE D'EXCELLENCE :

la stricte sélection des fournisseurs BP®.



Toutes les relations que BP® entretient avec ses fournisseurs, pour la confection comme pour la fourniture de matières, se basent sur notre code de conduite BP® qui existe depuis 2020. Il décrit dans les détails nos devoirs de vigilance au regard des normes fondamentales du travail de l'OIT, les normes sociales et environnementales applicables ainsi que les aspects généraux d'une coopération responsable,

comme l'exclusion de la corruption. [Voir le code de conduite BP®](#). Les fournisseurs s'engagent également par contrat à respecter les dix principes du Pacte mondial des Nations Unies. Les partenaires de confection sont par ailleurs tenus de se conformer aux principes de la FWF. De même, il est fondamentalement interdit de conclure des contrats de sous-traitance sans l'accord explicite de BP®.



Le choix d'un nouveau partenaire BP® (pour la confection ou la fourniture de matières) est soumis à des procédures bien précises.



Une forte cohésion en période de défis : **BP® ET SES PARTENAIRES DE CONFECTION.**

La longue coopération que nous entretenons avec des partenaires de confection hautement qualifiés nous permet d'offrir à nos utilisateurs une allure à la fois professionnelle et tendance au travail mais aussi la sécurité, le confort et l'aisance dont ils ont besoin dans l'exécution de leurs tâches.

La coopération étroite de tous les départements et la connexion entre le service des achats et le service du développement durable ont largement contribué à stabiliser la chaîne d'approvisionnement.

Un grand nombre des mesures que nos partenaires de production et nous-mêmes avons prises cette année étaient comparables d'un pays à l'autre : nous avons mutualisé nos forces pour garantir sur les sites de production des conditions de travail qui permettent au personnel de rester en bonne santé et à nous tous de surmonter ensemble cette crise.

Ce que nous avons entrepris :

- » échange régulier et intense avec les partenaires de confection via MS Teams ;
- » acceptation des reports et retards de livraison ;
- » prise en compte des restrictions subies par les sites de production et, si nécessaire, replanification flexible des commandes ;
- » paiements de nos partenaires toujours effectués dans les temps ;
- » si nécessaire et possible, passation de commandes supplémentaires aux partenaires de confection en vue de compenser le manque de travail ;
- » outre les appels via Teams, nous avons régulièrement participé à des webinaires, des entretiens téléphoniques et des réunions Zoom de différents organismes (FWF, Alliance textile, p. ex.) afin de nous tenir au courant des développements et défis actuels et de partager nos expériences ;
- » nous n'avons annulé aucune commande.

Ce qu'ont entrepris nos partenaires de confection :

- » formation du personnel au thème « Hygiène sur les lieux de travail » ;
- » réorganisation des zones de production afin d'assurer le respect des distances, et modification des calendriers des équipes afin de réduire les contacts ;
- » fourniture d'articles d'hygiène tels que désinfectants et masques ainsi qu'offre de vaccinations ;
- » dans certains cas, offre de moyens de transport pour améliorer la sécurité sur les trajets entre le lieu de travail et le domicile ;
- » dans certains cas, vérification quotidienne de l'absence de fièvre chez le personnel.

Nous nous réjouissons que nos partenaires de confection aient pu continuer à développer leur savoir-faire en production malgré la pandémie. Ainsi certains ont acheté de nouvelles machines, organisé des formations, entamé ou même fait aboutir des procédures de certification telles que STeP by OEKO-TEX®, ISO 14001, ISO 45001 ou encore ISO 9001.



Nombreuses nations,
nombreuses entreprises partenaires,
**UN SEUL OBJECTIF :
LA QUALITÉ BP®.**



TUNISIE



SITE DE PRODUCTION BP® VETRA.
Spécialiste des petites séries et multi-
fonctionnel pour toutes les collections

DÉBUT DE LA COOPÉRATION : 1995
EFFECTIF :
278 personnes (31 hommes, 247 femmes)
NOMBRE D'AUDITS FWF : 5
DERNIER AUDIT FWF : 21 et 22/10/2021
PROCHAIN AUDIT : 2022
STATUT DU PLAN D' ACTIONS CORRECTIVES DE L'AUDIT*: 24,31 % ont été réalisées
DERNIÈRE VISITE : novembre 2021
PARTICIPATION DE BP® DANS CE SITE DE PRODUCTION : 100 %
FORMATIONS : FWF Workplace Education Program 2014 ; Dialogue social 2017
PARTICIPATION À DES SÉMINAIRES POUR FOURNISSEURS FWF : dernière participation en 2020 : Dialogue social

Même en 2021, la deuxième année de pandémie, la communication avec notre entreprise partenaire tunisienne s'est encore faite en grande partie via MS Teams. Au second semestre, il a enfin été de nouveau possible de visiter l'usine Vetra. L'échange personnel sur place manifeste aux yeux de tous la présence de BP® et l'intérêt que nous portons à tout ce qui se passe dans la production. BP® a également pu s'entretenir avec le syndicat et les représentants du personnel.

Vetra vend maintenant depuis 2020 toutes les chutes de tissus à une société tunisienne qui les recycle. Il en ressort des tapis, de nouvelles fibres, des cartons ainsi que des matériaux d'isolation.

L'audit FWF du mois d'octobre a permis d'identifier certains points que

Vetra peut encore améliorer. En voici quelques exemples :

- » système de détection d'incendie en partie défaillant ;
- » issues de secours en partie bloquées ;
- » écart entre le salaire réel et le revenu minimum vital, lequel doit être progressivement comblé ;
- » réglementation écrite insuffisante sur la gestion des apprentis ;
- » mécanisme interne de plaintes à améliorer.

Ces points seront réexaminés et ajustés en étroite collaboration.



TUNISIE

ENTREPRISE PARTENAIRE 2.
Spécialiste de Med & Care et Gourmet

DÉBUT DE LA COOPÉRATION : 2013
EFFECTIF :
162 personnes (13 hommes, 149 femmes)
NOMBRE D'AUDITS FWF : 3
DERNIER AUDIT FWF : 18 et 19/07/2019
PROCHAIN AUDIT : 2022
STATUT DU PLAN D' ACTIONS CORRECTIVES DE L'AUDIT*: 64,93 % ont été réalisées
DERNIÈRE VISITE : février 2020
PARTICIPATION DE BP® DANS CE SITE DE PRODUCTION : 80 %
FORMATIONS : FWF Workplace Education Program Basic 2021
CERTIFICATIONS : ISO 14001, ISO 45001 au T1/2021

Notre entreprise partenaire 2 en Tunisie a mis fin à sa collaboration avec l'entreprise partenaire 3. La bonne collaboration avec l'entreprise partenaire 4 n'a pas été non plus reconduite, cette dernière enregistrant déjà un bon carnet de commandes.



SLOVAQUIE

Partenaire pour les petites séries

DÉBUT DE LA COOPÉRATION : 2020

SITES DE PRODUCTION : 2

EFFECTIF :

Site de production 1 : 66 personnes
(4 hommes, 62 femmes)

Site de production 2 : 54 personnes
(2 hommes, 52 femmes)

**NOMBRE D'AUDITS D'ORGANISATIONS
TIERCES :** 2

DERNIER AUDIT : 01/08/2021 d'une
organisation tierce

DERNIÈRE VISITE : janvier 2020

**PARTICIPATION DE BP® DANS CE SITE DE
PRODUCTION :** 8,9 %



PAKISTAN

Spécialiste de Workwear, Gourmet
et Med & Care

DÉBUT DE LA COOPÉRATION : 1994

EFFECTIF :

566 personnes (499 hommes, 67 femmes)

**NOMBRE D'AUDITS D'ORGANISATIONS
TIERCES :** 12

DERNIER AUDIT (NOUVEL AUDIT SteP) :
01/01/2022 (reporté à plusieurs reprises en
raison du COVID-19)

DERNIÈRE VISITE :

mars 2019 : BP® au Pakistan
novembre 2021 : partenaire chez BP®

**PARTICIPATION DE BP® DANS CE SITE DE
PRODUCTION :** 19,63 %

FORMATIONS : Dans le cadre des
certifications STeP, des formations
approfondies ont eu lieu et continuent
d'avoir lieu à intervalles réguliers sur des
thèmes tels que gestion de la qualité,
gestion des produits chimiques et de
l'environnement, sécurité au travail et
durabilité sociale.

CERTIFICATION : Notre partenaire de
confection et ses fournisseurs (teinture et
apprêtage) ont la certification STeP by
OEKO-TEX.

C'est avec notre partenaire de confec-
tion pakistanais que nous avons la
relation commerciale la plus longue,
puisqu'elle dure maintenant depuis
27 ans. Cette coopération a toujours
été amicale.

En 2017, ce partenaire a ouvert une
école qui ne cesse depuis de s'agran-
dir. Pendant la pandémie du COVID-19,
les enfants ont notamment appris à
se laver les mains correctement. Les
classes n'ont pas eu cours simultanément
comme d'habitude, mais par roulement
pour que l'école puisse rester ouverte.

Une vaste campagne de plantation
d'arbres a été organisée avec les
écoliers non seulement pour embellir
l'école, mais aussi pour les sensibiliser
à une approche plus consciente de
l'environnement.

Notre partenaire, qui s'investit beau-
coup dans la région, a en outre installé
dans un village une station de traite-
ment des eaux. Pendant la pandémie,
des repas ont également été distri-
bués aux personnes à faibles revenus.



Campagne de plantation d'arbres



ARMÉNIE

Spécialiste de Outdoor, EPI et Workwear, traitement des grosses commandes

DÉBUT DE LA COOPÉRATION : 2016

EFFECTIF :

550 personnes (27 hommes, 523 femmes)

NOMBRE D'AUDITS D'ORGANISATIONS

TIERCES : 13

DERNIER AUDIT : du 13 au 15/07/2020

PROCHAIN AUDIT : 2022

STATUT DU PLAN D' ACTIONS CORRECTIVES

DE L'AUDIT*: 86,80 % ont été réalisées

DERNIÈRE VISITE : décembre 2021

PARTICIPATION DE BP® DANS CE SITE DE

PRODUCTION : 9 %



MACÉDOINE DU NORD

Multi-talent et spécialiste des petites séries

DÉBUT DE LA COOPÉRATION : 2002

EFFECTIF :

369 personnes (21 hommes, 348 femmes)

NOMBRE D'AUDITS FWF : 5

DERNIER AUDIT FWF : 31/10/2019 et 01/11/2019

PROCHAIN AUDIT : 2022

STATUT DU PLAN D' ACTIONS CORRECTIVES

DE L'AUDIT*: 74,23 % ont été réalisées

DERNIÈRE VISITE : septembre 2021

PARTICIPATION DE BP® DANS CE SITE DE

PRODUCTION : 65 %

FORMATIONS : FWF Workplace Education Program (2022)



VIETNAM

Partenaire pour le Workwear sophistiqué

DÉBUT DE LA COOPÉRATION : 2004

EFFECTIF :

175 personnes (18 hommes, 157 femmes)

NOMBRE D'AUDITS FWF : 4

DERNIER AUDIT FWF : 26 et 27/05/2020

PROCHAIN AUDIT : 2023

STATUT DU PLAN D' ACTIONS CORRECTIVES

DE L'AUDIT*: 85,74 % ont été réalisées

DERNIÈRE VISITE : mars 2019

PARTICIPATION DE BP® DANS CE SITE DE

PRODUCTION : 30 %

FORMATIONS : FWF Workplace Education

Program (2015), projet pilote de FWF

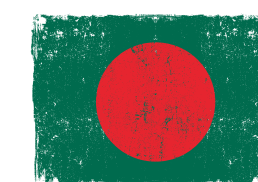
« FWF Workplace Training : communication »

(2020), participation à différents séminaires

pour fournisseurs FWF, dernière participation

en 2019

En 2021, le Vietnam était encore fortement touché par la pandémie du Covid-19. De nombreux sites de production ont dû fermer pendant plusieurs semaines dans le sud du pays. Le nord du Vietnam ayant été heureusement moins touché, notre partenaire de confection a pu produire en continu sans être autant impacté. Durant cette période, nous avons eu des échanges particulièrement intenses et nous sommes régulièrement enquis de la situation.



BANGLADESH

Partenaire pour les t-shirts

DÉBUT DE LA COOPÉRATION : 2017

EFFECTIF :

833 personnes (333 hommes, 500 femmes)

NOMBRE D'AUDITS FWF : 1

DERNIER AUDIT FWF : 16/09/2019

PROCHAIN AUDIT : 2022

STATUT DU PLAN D' ACTIONS CORRECTIVES

DE L'AUDIT*: 68,58 % ont été réalisées

DERNIÈRE VISITE : mars 2019

PARTICIPATION DE BP® DANS CE SITE DE

PRODUCTION : 1,2 %

FORMATIONS : Module FWF : « Prévention de la violence et du harcèlement sur le lieu de travail » visant à la création d'un « comité anti-harcèlement » efficace. Participation au séminaire pour fournisseurs FWF sur le thème « Répercussions de la crise du Covid-19 sur les ateliers de confection au Bangladesh », novembre 2020





CHINE

ENTREPRISE PARTENAIRE 1.

Spécialiste depuis de longues années de Outdoor, EPI, Workwear, sweat-shirts et Med & Care

DÉBUT DE LA COOPÉRATION : 2013

EFFECTIF :

242 personnes (85 hommes, 157 femmes)

NOMBRE D'AUDITS FWF : 3

DERNIER AUDIT FWF : 19 et 20/09/2019

DERNIER AUDIT D'UNE ORGANISATION TIERCE : 12/05/2021 (BSCI)

PROCHAIN AUDIT : 2022

STATUT DU PLAN D' ACTIONS CORRECTIVES DE L'AUDIT* : 74,88 % ont été réalisées

DERNIÈRE VISITE : mars 2019

PARTICIPATION DE BP® DANS CE SITE DE PRODUCTION : 2 %

FORMATIONS : FWF Workplace Education Program (2020)

En 2020, un audit a mis en évidence un grand nombre d'heures supplémentaires qui n'étaient pas imputables aux commandes BP®. Cela n'est pas inhabituel dans le monde du travail chinois, et l'argent que le personnel gagne ainsi en plus est fermement prévu dans les budgets des ménages. C'est pourquoi nous travaillons ensemble à réduire progressivement les heures supplémentaires et à ne dépasser en aucun cas la limite des 60 heures par semaine, ce qui a très bien marché en 2021, même durant la haute saison.

ENTREPRISE PARTENAIRE 2.

Production de nos styles collections Outdoor

Le site de production A de notre entreprise partenaire 2 en Chine a dû temporairement fermer en raison de la pandémie. Un meilleur carnet de commandes lui a heureusement permis de rouvrir dans le courant de l'année 2021. La direction de l'usine a toutefois décidé de ne fabriquer les produits BP® que sur le site de production B.

SITE DE PRODUCTION B

DÉBUT DE LA COOPÉRATION : 2017

EFFECTIF :

97 personnes (48 hommes, 49 femmes)

NOMBRE D'AUDITS D'ORGANISATIONS TIERCES : 5

DERNIER AUDIT : 02/09 et 03/09/2020

PROCHAIN AUDIT : T2/T3 2021

STATUT DU PLAN D' ACTIONS CORRECTIVES DE L'AUDIT* : 56,82 % ont été réalisées

DERNIÈRE VISITE : mars 2019

PARTICIPATION DE BP® DANS CE SITE DE PRODUCTION : 5 %

La pandémie rendant les visites impossibles, nous avons entretenu un contact étroit avec notre partenaire de production via MS Teams. Tous les thèmes actuels ont pu être abordés en temps réel lors de ces entretiens.



Nouvelle halle de découpe



Installation solaire sur le toit



TURQUIE

Spécialiste des t-shirts, polos, sweat-shirts et de Med & Care

DÉBUT DE LA COOPÉRATION : 2005

EFFECTIF :

371 personnes (187 hommes, 184 femmes)

NOMBRE D'AUDITS FWF : 5

DERNIER AUDIT FWF : 07/09 et 08/09/2021

PROCHAIN AUDIT : 2024

STATUT DU PLAN D' ACTIONS CORRECTIVES DE L'AUDIT* : 69,81 % ont été réalisées

DERNIÈRE VISITE : octobre 2021 : partenaire en visite à Cologne du 25/10 au 03/11/2021 : BP® en Turquie

PARTICIPATION DE BP® DANS CE SITE DE PRODUCTION : 7 %

FORMATIONS : FWF Workplace Education Program (2015) et « FWF Workplace Training : communication » (2018). Prochaine formation FWF « Communication interne » prévue pour 2022

CERTIFICATION : STeP by OEKO-TEX® (2019)

Notre partenaire de confection turc nous a rendu visite en novembre 2021. Comme toujours, les échanges personnels ont été très amicaux et fructueux. Ensemble, nous allons développer un projet pilote sur l'économie circulaire. Depuis 2021, les chutes de découpe issues de la production sont remises à une société qui s'en sert pour fabriquer des fils. Dans le cadre de ce projet pilote, nous reprendrons cette approche pour recycler les vêtements BP® usagés.

Depuis 2021, le site de production de ce partenaire est par ailleurs uniquement alimenté avec l'énergie produite par l'installation solaire sur le toit (voir photo).

L'audit FWF de septembre a permis d'identifier quelques points que

notre partenaire peut encore améliorer, tels que :

- » manque d'information à l'adresse de BP® sur le recours à des sous-traitants ;
- » absence partielle d'un système de surveillance des conditions de travail dans l'entreprise ;
- » absence d'un système officiel d'évaluation des performances du personnel ;
- » offre trop faible en examens de dépistage pour le personnel ;
- » absence d'un système de licenciement cohérent du personnel.



Serine, couturière dans notre usine tunisienne Vetra

Un bon salaire pour un bon travail : **LA POLITIQUE DES PRIX ET DES SALAIRES DE BP®.**



Concilier les prix et les salaires

Comme toute entreprise, nous avons un intérêt économique à proposer nos articles à des prix conformes à ceux du marché. Nous avons parallèlement l'ambition d'offrir aux personnes qui confectionnent nos articles un salaire équitable pour le travail accompli. Il s'agit donc de trouver le juste équilibre en répondant à ces deux aspirations.

Il est important à ce titre d'entretenir avec nos partenaires une communication basée sur l'estime, le respect et la confiance, car les salaires et revenus ne sont pas payés par BP® mais par les partenaires de confection.

Bien sûr, la solution miracle n'existe pas, mais nous développons en

coopération avec la Fair Wear Foundation (FWF) et l'Alliance pour des textiles durables différentes approches et idées en vue d'améliorer progressivement les salaires et revenus.

NOTRE PROCESSUS D'AMÉLIORATION CONTINUE :

» BP® entretient une large base de données où sont enregistrées toutes les étapes de la production des articles.

» Fort de son propre atelier de couture d'échantillons, BP® dispose du savoir-faire nécessaire à la fabrication des articles. Il est ainsi possible de comparer sur le terrain les minutes allouées en amont et de s'en servir ensuite pour mener les négociations

de prix avec les partenaires de production.

» Avant de démarrer une série, le partenaire de production réalise toujours un premier échantillon. Cette étape permet de régler les questions sur la confection et sur les éventuelles divergences constatées avec les minutes allouées au départ sur la base des calculs.

» Au besoin, BP® transmet le savoir-faire spécifique qui permettra aux confectionneurs de respecter les minutes allouées prévues.



Normes en matière de droits humains : l'ancien Ministre allemand de la coopération économique et du développement Gerd Müller (CSU) cite BP® comme exemple à suivre.

de coopération internationale (GIZ). Ses auteur-e-s s'intéressent à dix entreprises qui s'engagent en faveur de normes en matière de droits de l'homme dans les chaînes d'approvisionnement mondiales.

Dans une étude publiée en octobre 2021 sur la mise en pratique des normes relatives au droits humains dans les chaînes d'approvisionnement mondiales, l'ancien Ministre allemand de la coopération économique et du développement Gerd Müller (CSU) mentionne BP® comme exemple à suivre.

Outre BP®, Adidas, Maersk, BASF, Continental, Daimler, Deutsche Telekom, Merck, Siemens et le joaillier hambourgeois Thomas Becker y sont mis à l'avant pour leur engagement. Toutes ces entreprises se distinguent par le fait qu'elles « appliquent déjà depuis un certain temps et avec succès les devoirs de vigilance en matière de droits humains », souligne le Ministre allemand de la coopération économique et du développement dans son avant-propos.

Cette étude a été réalisée par les sociétés de conseil Accenture et Twentyfifty à la demande du Ministère fédéral allemand de la coopération économique et du développement et de l'agence allemande

[Voir ici à l'étude.](#)

» Depuis 2012, BP® analyse de près avec ses partenaires de confection les structures salariales du pays concerné. À cet effet, diverses données sont collectées telles que les salaires minimum, les salaires fixés par les conventions collectives et les revenus minimum vitaux, avec prise en compte des taux d'inflation. Ces données permettent d'assurer le suivi des objectifs fixés.

confection à participer à des séminaires pour fournisseurs FWF. Le paiement d'un salaire équitable y est régulièrement thématiqué.

Ce processus d'amélioration ne sera jamais totalement achevé. Il requiert des échanges continus entre nous, les entreprises, le personnel de la production et les ateliers de fabrication.

Pour en savoir plus sur les « Salaires minimum vitaux », consultez le site <https://fairwear.org/programmes/living-wage>

» Les négociations de prix sont couplées à des hausses de salaire vérifiables.

» Nous sommes en dialogue permanent avec nos fournisseurs et invitons régulièrement nos partenaires de

Ou informez-vous sur le [site de l'Alliance textile](#) ou via notre [Brand Performance Check](#).

Des salaires équitables pour le personnel de la production



Main d'œuvre

Sites de production

Transport

Fisc

Des prix conformes à ceux du marché



Distribution Consommatrices et consommateurs



LE DROIT DE SE PLAINDRE.



BP® ET LE MÉCANISME FWF DE TRAITEMENT DES PLAINTES

» Grâce à notre adhésion à la Fair Wear Foundation (FWF), le personnel de nos partenaires de confection peut recourir à un mécanisme de plaintes bien établi.

» L'ensemble du personnel reçoit des informations sur la procédure de dépôt de plainte applicable aux différents sites de production : via des affiches, des formations et par l'intermédiaire des équipes locales dans les 10 pays où la FWF est active.

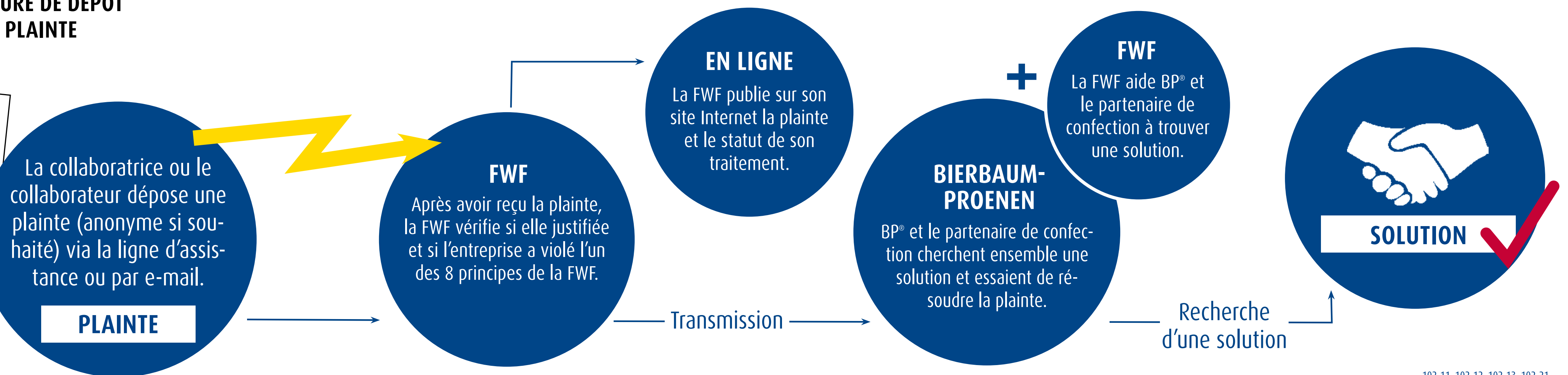
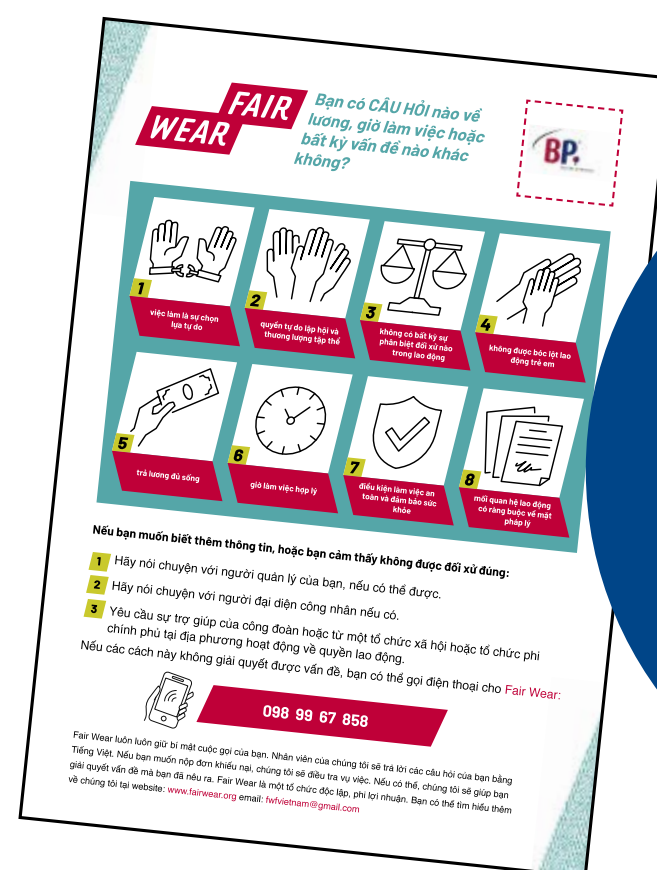
» Nombre de plaintes déposées auprès de BP® depuis 2014 : 20

» Nombre de plaintes déposées auprès de BP® en 2021 : 4

» Pays depuis lesquels des plaintes ont été émises : Tunisie, Turquie et Roumanie

» Les plaintes peuvent avoir pour motifs la discrimination, un licenciement injustifié ou l'un des huit autres principes de la FWF ([voir page 15 du rapport sur le développement durable](#)).

PROCÉDURE DE DÉPÔT DE PLAINTE



4 PLAINTES

venant de 3 pays différents en 2021.

LES FAITS :

Pour détecter et enrayer les situations à risque, la Fair Wear Foundation propose des « Workplace Education Programs » (WEP) sur différents thèmes. Nous essayons de planifier ces programmes de manière ciblée chez nos partenaires de confection, ce qui s'est avéré difficile en 2021. Deux WEP ont pu toutefois avoir lieu : l'un chez notre partenaire de confection au Bangladesh sur le thème « Prévention de la violence et du harcèlement sur le lieu de travail », l'autre chez l'un de nos partenaires de confection en Tunisie sur le thème de l'adhésion générale à la FWF. Trois autres programmes de formation sont prévus en 2022.

En dépit des WEP, il arrive de temps en temps que des plaintes soient déposées, preuve toutefois que le personnel des sites a activement recours à ce mécanisme. Une plainte nous permet de détecter d'éventuels problèmes et d'entrer en dialogue avec les parties concernées. C'est le seul moyen pour les entreprises de confection de continuer à se développer, et nous les soutenons le mieux possible dans cette voie.

[Cliquez ici pour en savoir plus sur les activités de la FWF.](#)

1. TURQUIE

En avril 2021, nous avons reçu une plainte de notre partenaire de confection turc. Cette plainte émanait de deux personnes qui, indépendamment l'une de l'autre, se sont plaintes de la résiliation injustifiée de leur contrat de travail.

Les circonstances n'étant pas claires, les parties ont convenu d'attendre les résultats de l'audit. Après avoir été reporté à plusieurs reprises à cause de la pandémie du Covid-19, l'audit a finalement eu lieu en septembre. La plainte a fait l'objet de débats soutenus et a été prise en compte dans le plan d'actions correctives. Étant à présent portée devant les tribunaux, elle n'est plus du ressort de la FWF et est donc considérée comme réglée.

2. TURQUIE

En août 2021, nous avons reçu une plainte sur le thème de la discrimination. La personne, qui se sentait discriminée par l'un des responsables d'une chaîne de production, s'est servie du mécanisme de plaintes de la FWF pour se faire entendre. Notre partenaire de confection a pris cette plainte très au sérieux et a immédiatement organisé une formation à la gestion qui a essentiellement porté sur la communication et la résolution des conflits. La plainte est résolue.

4. ROUMANIE

Fin décembre 2021 une plainte nous est parvenue de notre partenaire de confection en Roumanie. Cette plainte portait sur des heures supplémentaires effectuées le samedi, le comportement désagréable du supérieur hiérarchique et la rotation imposée des postes. Nous traitons cette plainte conjointement avec deux autres membres de la FWF et cherchons ensemble une solution en 2022.

3. TUNISIE

En octobre 2021, nous avons reçu une plainte émanant de notre propre site de production. Il a été critiqué que la direction de Vetra ne réponde pas aux préoccupations du syndicat.

Divers points ont été cités, notamment les négociations salariales, les compensations financières pour heures supplémentaires et les contrats de travail.

La communication entre le syndicat et la direction a également constitué un point de critique. BP® a immédiatement pris contact avec la direction de Vetra et avec la responsable FWF pour la Tunisie. Après quelques entretiens poussés, il s'est avéré que la plupart des critiques n'étaient pas fondées et que Vetra agissait entièrement en respectant la loi.

En réaction à la plainte et à l'intervention de la FWF et de BP®, la direction de Vetra et le syndicat ont longuement discuté et se sont mis d'accord pour conserver à l'avenir la qualité des échanges. Chacun des points fera l'objet de nouvelles discussions. Le plaignant qui a été contacté par la FWF s'est montré très satisfait des résultats. La plainte est résolue.



DURABILITÉ BP®.

Responsabilité envers l'humain et la nature.



L'ESSENCE DE BP®

ORIENTATION CLIENT BP®

INNOVATION BP®

EXCELLENCE BP®

TRANSPARENCE
ET CONFIANCE BP®

DURABILITÉ BP®

DIVERSITÉ ET FORMATION
CONTINUE PERSONNELLE BP®

#5 PRINCIPE BP® DURABILITÉ

Nous créons des valeurs durables pour les personnes qui travaillent avec nous. La réussite économique nous prépare à l'avenir. Nous nous engageons en faveur de conditions de travail équitables et appliquons une gestion responsable des ressources naturelles.

Un objectif qui devient une promesse : LA NEUTRALITÉ CLIMATIQUE DE TOUS LES PRODUITS BP® D'ICI 2030.

LE BILAN CARBONE DES PRODUITS BP®.

Notre objectif est d'atteindre la neutralité carbone et climatique de tous les produits BP® d'ici 2030. Mais le chemin pour y parvenir est ardu. N'ayant fait que peu de progrès dans le bilan carbone des produits en raison des valeurs manquantes chez nos fournisseurs, nous avons décidé de faire avancer les choses en collaborant avec une équipe de spécialistes.

En attendant d'y parvenir et de connaître toutes les émissions produites en gaz à effet de serre,

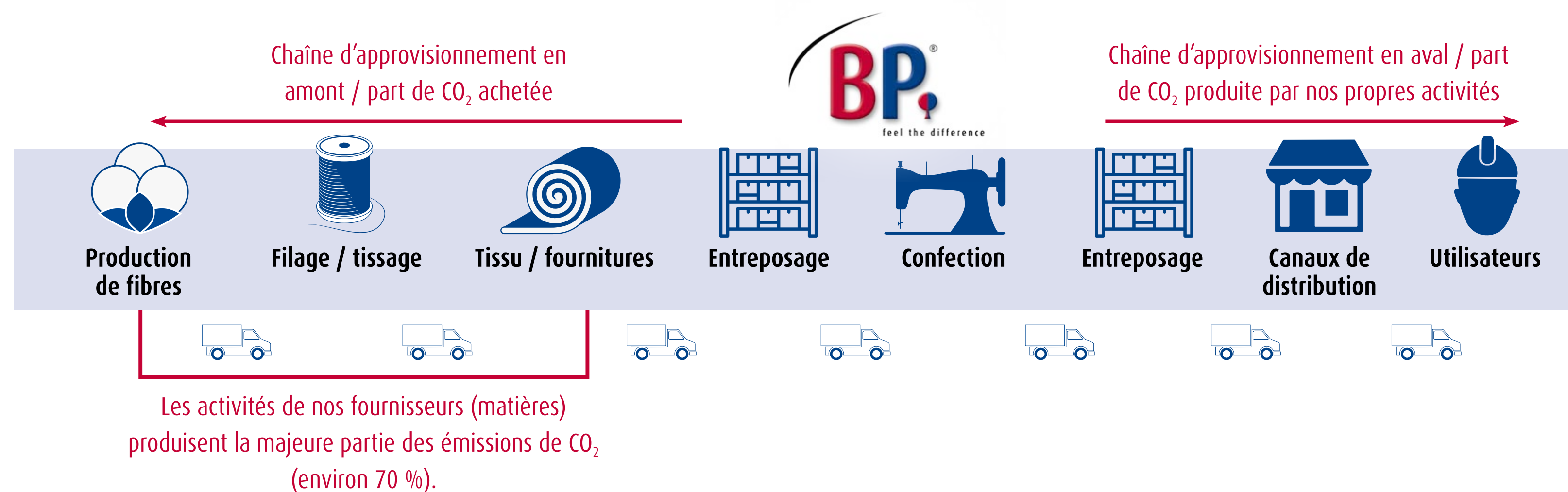
nous économisons du carbone partout où cela est possible, notamment en recourant au photovoltaïque.

NOS DÉFIS :

» la collecte de données de base chez nos fournisseurs, car beaucoup d'entre eux en sont encore aux prémices en termes de bilan carbone ;

» l'application de méthodes les plus diverses pour établir des bilans carbone.

OÙ SE PRODUISENT LES ÉMISSIONS DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ?



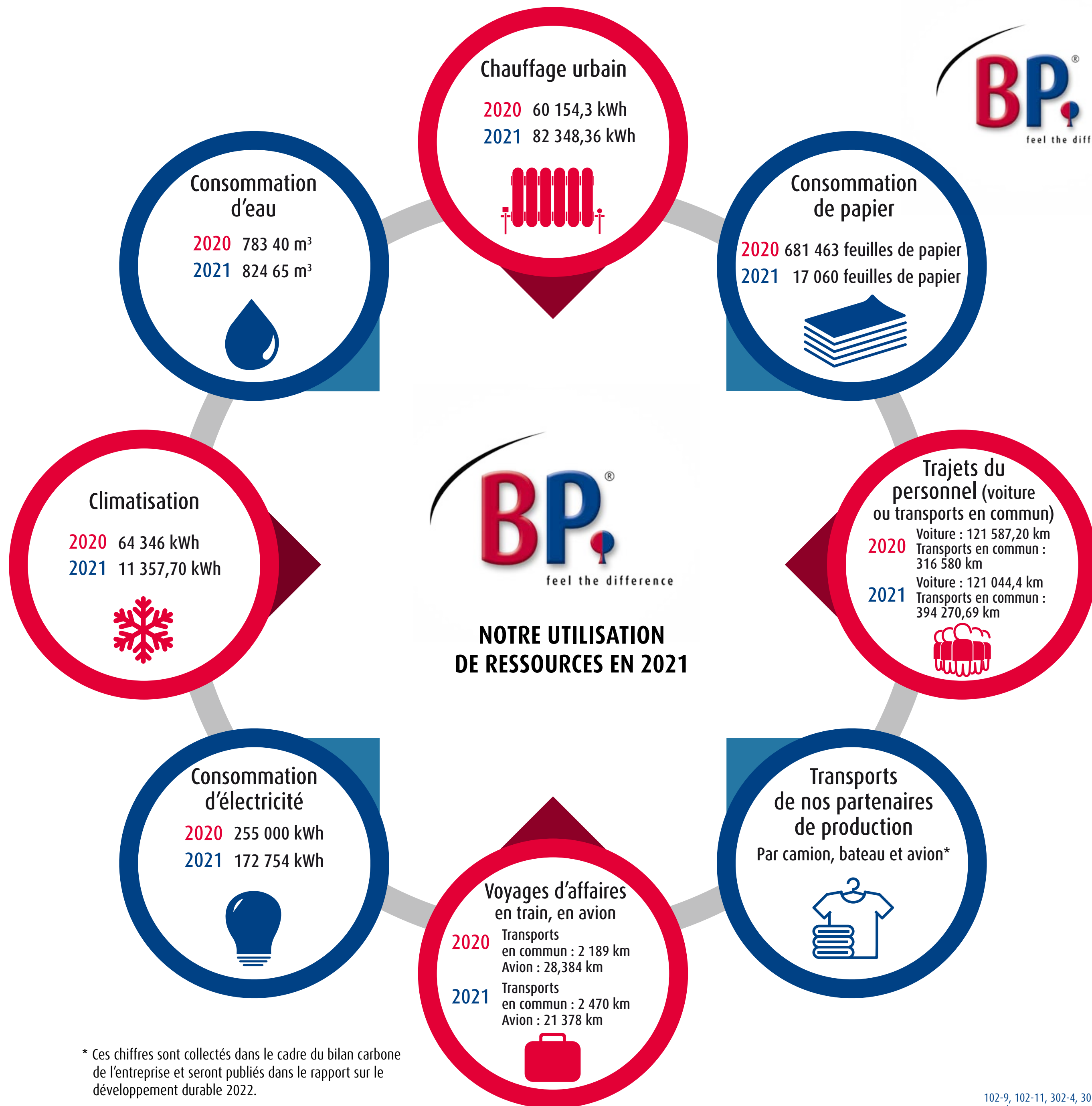


LE SITE BP® DE COLOGNE AUSSI : neutralité climatique d'ici 2023.

La protection du climat et la préservation des ressources commencent par chacun d'entre nous. Économiser de l'eau, éteindre la lumière, renoncer à imprimer ou tout simplement mettre un pull chaud plutôt que de monter le chauffage : tout le monde peut apporter sa propre contribution. Avec près de 130 personnes qui travaillent sur notre site de Cologne, cela fait beaucoup.

Les expériences faites lors des visioconférences le montrent : beaucoup de voyages d'affaires sont superflus et le télétravail permet d'économiser les trajets entre le domicile et le travail.

Aussi chez BP®, nous nous sommes longuement penchés en 2021 sur le thème du bilan carbone de l'entreprise et avons formulé l'objectif d'assurer la neutralité climatique du site administratif BP® de Cologne d'ici 2023.



* Ces chiffres sont collectés dans le cadre du bilan carbone de l'entreprise et seront publiés dans le rapport sur le développement durable 2022.

DIVERSITÉ ET FORMATION CONTINUE PERSONNELLE BP®.

Tout le monde a le droit de progresser?



L'ESSENCE DE BP®

ORIENTATION CLIENT BP®

INNOVATION BP®

EXCELLENCE BP®

TRANSPARENCE ET CONFIANCE BP®

DURABILITÉ BP®

DIVERSITÉ ET FORMATION CONTINUE PERSONNELLE BP®

#6 PRINCIPE BP® DIVERSITÉ ET FORMATION CONTINUE PERSONNELLE

Nous respectons et encourageons la diversité et sommes attentifs au développement personnel de chacun.

Formation, motivation, humanité : LA RÉUSSITE NE VIENT PAS TOUTE SEULE.

Quand près de 130 personnes motivées venant de 14 nations et de milieux culturels les plus divers se retrouvent ensemble, il se crée un énorme potentiel que chez BP® nous souhaitons identifier et encourager à titre d'entreprise opérant à l'échelle mondiale. Études en alternance, cours du soir, formations continues ou

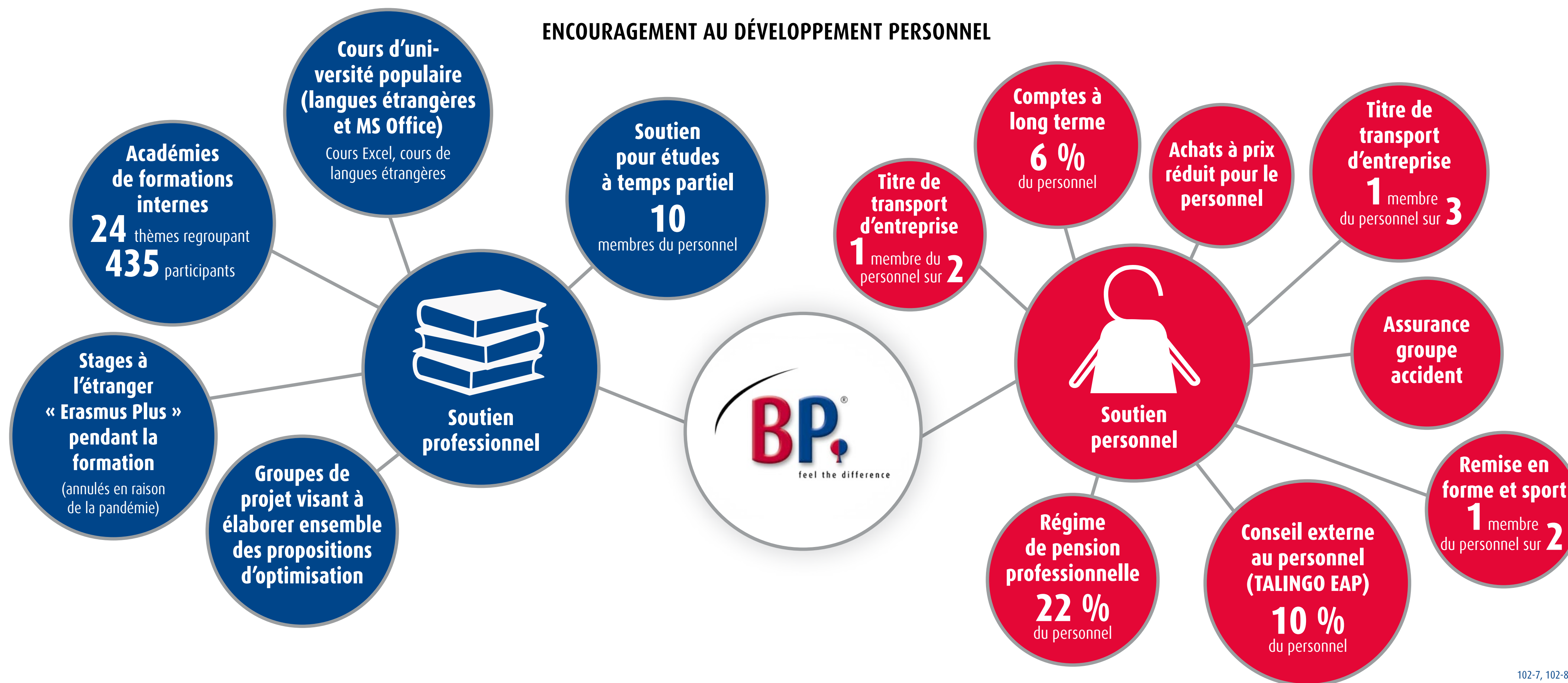
programmes de notre propre académie : nous soutenons les projets de carrière de chacun en offrant des horaires de travail flexibles et les moyens financiers nécessaires.

Nous proposons en outre à l'ensemble de notre personnel une pension professionnelle. C'est ainsi que nous

permettons à chacune et à chacun de développer son propre potentiel. En assurant une égalité totale des genres : aujourd'hui déjà, l'administration de BP® compte 52 % de femmes. Par ailleurs, 43 % du personnel cadre est féminin, et ce pourcentage peut être amené à augmenter ces prochaines années.



ENCOURAGEMENT AU DÉVELOPPEMENT PERSONNEL



Et ce n'est pas fini : À GRANDS PAS VERS L'AVENIR.



50 % au moins de
la gamme BP®
est circulaire

2030

Les produits BP®
sont neutres
en carbone

2025

Les produits BP®
ont un passe-
port produit
numérique

2024

La logistique BP® est
neutre en carbone

2023

BP® Cologne
est neutre
en carbone

D'AUTRES OBJECTIFS AMBITIEUX EN LIGNE DE MIRE

Les objectifs ne se laissent pas tous réaliser en un tour de main. Une entreprise est souvent confrontée aux conflits entre les différents objectifs qu'elle s'est fixée mais qu'il lui faut pourtant atteindre. En voici quelques exemples :

Les emballages

L'objectif est de trouver des solutions alternatives au plastique qui s'inscrivent dans le développement durable tout en étant d'un prix abordable.

Les temps de transport

L'objectif est de réduire les temps de transport et les coûts sans générer

plus d'émissions de CO₂ via le fret aérien.

La politique des prix

L'objectif est d'offrir nos produits à des prix compétitifs et aussi bas que possible sans pour autant renoncer aux labels, certifications, audits et visites ni aux séminaires chez nos fournisseurs.

Or, sans objectifs pas de solutions. C'est pourquoi nous sommes sûrs de pouvoir atteindre rapidement tous les autres objectifs que nous nous sommes fixés, tels que l'économie circulaire, la transparence dans la chaîne d'approvisionnement, le recyclage et la numérisation des fournisseurs.

PAR INDICES GRI :

INDICE GRI	Chapitre	Page
102-1	Nom de l'organisation	4
102-2	Activités, marques, produits et services	4, 5, 7-8, 12, 13-14, 15, 16, 18-19
102-3	Lieu géographique du siège	4
102-4	Lieu géographique des sites d'activité	4, 18-19, 22-25
102-5	Capital et forme juridique	4
102-6	Marchés desservis	4, 7-8
102-7	Taille de l'organisation	4, 34
102-8	Informations concernant les employés et les autres travailleurs	4, 34
102-9	Chaîne d'approvisionnement	2, 7-8, 10, 13-16, 18-27, 31, 35
102-11	Principe de précaution ou approche préventive	5, 7-8, 10, 12-16, 18, 20-29, 31-32, 34-35
102-12	Initiatives externes	12-16, 21-29
102-13	Adhésion à des associations	12-16, 21-29
102-14	Déclaration du décideur le plus haut placé	2
102-15	Principaux impacts, risques et opportunités	2, 5, 10, 16, 21, 35
102-16	Valeurs, principes, normes et règles de conduite	6, 9, 11, 15, 17, 20, 30, 33
102-18	Structure de gouvernance	4
102-21	Consultation des parties prenantes au sujet des enjeux économiques, environnementaux et sociaux	2, 5, 7-8, 12-16, 18, 21-29, 31, 34
102-25	Conflits d'intérêts	5
102-29	Identification et gestion des impacts économiques, environnementaux et sociaux	2-37
102-31	Examen des enjeux économiques, environnementaux et sociaux	2, 5, 12-16, 20-29, 31
102-40	Liste des groupes de parties prenantes	5
102-42	Identification et sélection des parties prenantes	5, 20
102-43	Approche de l'implication des parties prenantes	2, 5, 7-8, 12-16, 18, 21-29, 31, 34
102-44	Enjeux et préoccupations majeurs soulevés	5, 20
102-46	Définition du contenu du rapport et des périmètres de l'enjeu	2, 5, 12-16, 18, 21-29, 31, 34
102-47	Liste des enjeux pertinents	2
102-50	Période de reporting	2, 37
102-51	Date du rapport le plus récent	2, 37
102-52	Cycle de reporting	37

INDICE GRI	Chapitre	Page
102-53	Point de contact pour les questions relatives au rapport	37
102-54	Déclarations de reporting en conformité avec les normes GRI	37
102-55	Index du contenu GRI	36
102-56	Vérification externe	37
103	Approche managériale	2, 35
302-1	Consommation énergétique au sein de l'organisation	32
302-4	Réduction de la consommation énergétique	32, 34
302-5	Réduction des besoins énergétiques des produits et des services	31, 35
303-1	Interactions avec l'eau en tant que ressource partagée	21
303-5	Consommation d'eau	21
305	Émissions	7-8, 31, 32, 35
308-1	Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères environnementaux	12-14, 20
308-2	Impacts environnementaux négatifs sur la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	7-8, 10, 13-14, 31, 32, 35
403-5	Formation des travailleurs à la santé et à la sécurité au travail	34
403-6	Promotion de la santé des travailleurs	34
404-2	Programmes de mise à niveau des compétences des employés et programmes d'aide à la transition	34
405-1	Diversité des organes de gouvernance et des employés	34
406-1	Cas de discrimination et mesures correctives prises	15-16, 28, 33
407-1	Liberté syndicale et négociation collective	15-16
408-1	Travail des enfants	15-16
409-1	Travail forcé ou obligatoire	15-16
412-1	Opérations ayant été soumises à des contrôles du respect des droits de l'homme ou des évaluations des impacts	12-14, 20-25
412-2	Formation des employés sur les politiques ou procédures relatives aux droits de l'homme	20-25
414-1	Nouveaux fournisseurs analysés à l'aide de critères sociaux	20-25
414-2	Impacts sociaux négatifs sur la chaîne d'approvisionnement et mesures prises	7-10, 12-25
416-1	Évaluation des impacts des catégories de produits et de services sur la santé et la sécurité	5

PAR PAGES :

Page	Chapitre	INDICE GRI
2	Avant-propos	102-9, 102-14, 102-15, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-44, 102-46, 102-47, 102-50, 102-51, 103
3	Sommaire	102-29
4	Profil d'entreprise	102-1, 102-2, 102-3, 102-4, 102-5, 102-6, 102-7, 102-8, 102-18, 102-29
5	Analyse de matérialité et parties prenantes	102-11, 102-25, 102-29, 102-40, 102-42, 416-1
6	Principe BP® 1	102-16, 102-29
7	Interview avec CWS & DB	102-29, 305, 308-2
8	Interview avec CWS & DB	102-29, 305, 308-2
9	Principe BP® 2	102-16, 102-29
10	Éviter. Réduire. Recycler.	102-9, 102-11, 102-15, 102-29, 308-2
11	Principe BP® 3	102-16, 102-29
12	BP® et ses partenaires	102-2, 102-11, 102-12, 102-13, 102-29, 102-31, 102-46, 308-1, 412-1, 414-2
13	Fairtrade	102-2, 102-11, 102-12, 102-13, 102-29, 102-31, 102-46, 308-1, 308-2, 412-1, 414-2
14	Fairtrade	102-2, 102-11, 102-12, 102-13, 102-29, 102-31, 102-46, 308-1, 308-2, 412-1, 414-2
15	Fair Wear Foundation	102-2, 102-11, 102-12, 102-13, 102-16, 102-29, 102-31, 102-46, 407-1, 408-1, 409-1
16	Alliance pour des textiles durables	102-2, 102-11, 102-12, 102-13, 102-29, 102-31, 102-46, 407-1, 408-1, 409-1
17	Principe BP® 4	102-16, 102-29
18	Le réseau mondial	102-2, 102-4, 102-9, 102-11, 102-21, 102-29, 102-43, 102-46
19	151 ans de partenariat de confection	102-2, 102-4, 102-9, 102-29
20	Phase d'intégration BP®	102-16, 102-29
21	De fortes coopérations	102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-15, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 303-1, 303-5, 412-2, 414-1

Page	Chapitre	INDICE GRI
22	Partenaires de confection en détail	102-4, 102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 412-2, 414-1
23	Partenaires de confection en détail	102-4, 102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 412-2, 414-1
24	Partenaires de confection en détail	102-4, 102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 412-2, 414-1
25	Partenaires de confection en détail	102-4, 102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 412-2, 414-1
26	La politique des prix et des salaires de BP®	102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46
27	La politique des prix et des salaires de BP®	102-9, 102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46
28	Mécanisme de plaintes	102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 406-1
29	Mécanisme de plaintes	102-11, 102-12, 102-13, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 406-1
30	Principe BP® 5	102-16, 102-29
31	Émissions de CO ₂	102-9, 102-11, 102-21, 102-29, 102-31, 102-43, 102-46, 302-5, 305 Émissions, 308-2
32	Émissions de CO ₂ , BP® Cologne	102-9, 102-11, 302-4, 305 Émissions, 308-2
33	Principe BP® 6	102-16, 102-29
34	BP® et son personnel	102-7, 102-8, 102-11, 102-21, 102-29, 102-43, 102-46, 403-5, 403-6, 404-2, 405-1
35	Regard sur l'avenir	102-9, 102-11, 102-15, 102-29, 103 Approche managériale, 302-4, 302-5, 305 Émissions, 308-2
102	Registre	102 102-55
37	Vous avez des questions ?	102-29, 102-50, 102-51, 102-52, 102-53, 102-54, 102-56

TOUTE QUESTION MÉRITE UNE RÉPONSE.

CYCLE DE REPORTING

Le rapport sur le développement durable est publié annuellement. Il s'agit ici de la cinquième édition.

REPORTING EN CONFORMITÉ AVEC LES NORMES GRI

Le présent rapport a été rédigé dans le respect des lignes directrices de la Global Reporting Initiative (GRI). Il se base sur le GRI Content Index et fournit des informations sur des indicateurs clés.

VÉRIFICATION EXTERNE DU RAPPORT

Ce rapport n'a pas fait l'objet d'une vérification externe.

FABIAN KUSCH

Directeur Achats et Durabilité chez BP[®]

E-mail : f.kusch@bierbaum-proenen.de