



CATALOGUE DES FORMATIONS 2026

FASHION THAT CARES

POUR UNE MODE DURABLE ET RESPONSABLE

Depuis 2007, nous contribuons à transformer durablement notre industrie.
Prêts pour la bascule régénérative ?

<https://www.fashionthatcares.fr>



Mise à jour Décembre 2020

Contenu

INTRODUCTION

p.2

FASHION THAT CARES

- Qui sommes nous ? p.3
- Notre approche p.4
- La formatrice p.5
- Informations pratiques p.6
- Contact p.34

NOS FORMATIONS

- F1 / Mode et Développement Durable (sensibilisation) p.8
- F2 / Alternatives matières p.10
- F3 / Sensibilisation à l'écoconception p.12
- F4 / Alternatives matières et écoconception p.14
- F5 / Mettre en œuvre l'écoconception dans ses collections p.16
- F6 / Définir sa stratégie d'écoconception et rédiger sa feuille de route p.18
- F7 / Construire une stratégie RSE pertinente et efficace dans la Mode p.20
- F8/ Construire une stratégie Achats Responsables pertinente et efficace dans la Mode p.22
- F9 / Repenser ses relations fournisseurs p.24
- F10 / Sensibilisation aux enjeux énergie-climat dans la Mode p.26
- F11/ Communiquer ses engagements RSE p.28
- F12/ Savoir expliquer et valoriser ses engagements RSE p.30
- Nos ateliers p.32

Introduction

La Mode est un **secteur en pleine mutation** et il **doit évoluer et se transformer pour face aux nouveaux défis qui sont les siens**. **Le développement durable est l'un de ces enjeux**, et nulle entreprise du secteur ne peut aujourd'hui s'affranchir d'une démarche en la matière.

Toutefois, **cela n'est pas toujours si simple** : les entreprises ne savent pas forcément comment structurer leur démarche et/ou par où commencer, elles n'ont pas nécessairement les compétences en interne pour mettre en œuvre la stratégie et la faire vivre, les collaborateurs n'ont pas toujours acquis les connaissances pour s'approprier la démarche etc.... C'est ce constat que nous avons fait au cours de nos années d'accompagnement des acteurs de la Mode sur leurs enjeux de développement durable qui nous a amené à construire ce **programme de formations, un programme qui évolue** au fil du temps en fonction de vos besoins et de vos attentes.

Convaincus qu'aucune stratégie ne peut être efficace si elle n'est pas partagée et comprise par tous, nous avons conçu des **ateliers de sensibilisation et de formation spécifiques au secteur de la Mode** pour accompagner ses entreprises et ses collaborateurs dans la transformation de leurs métiers.

Qui sommes nous?

Fashion That Cares est une société de **conseil en RSE et Mode durable** qui a été créée en 2007 par Sandra Wielfaert, une **experte des achats de Mode** (25 ans d'expérience dans le secteur).

RSE, Achats Responsables, Impact Carbone, nous accompagnons les entreprises du secteur sur leurs problématiques de développement durable et les aidons à mettre en œuvre des pratiques plus durables et plus responsables.

Audit, Conseil, Accompagnement, Formation, nous avons déjà accompagné de nombreux acteurs dans leur transition vers des modèles plus durables et formons sur ces sujets depuis 2012.

Nos atouts:

- ✓ **notre expertise spécialisée Mode**: nous connaissons votre métier → des réponses opérationnelles adaptées à notre secteur d'activité.
- ✓ **notre écosystème**: des acteurs engagés, aux expertises complémentaires aux nôtres → nous un accompagnement à 360°.

Notre approche

Nos formations sont spécifiques à la Mode car si le développement durable concerne tous les secteurs, les enjeux et les réponses doivent être adaptées à chaque industrie. Nous apportons toujours un angle mode dans nos illustrations et nos études de cas qui sont basées sur nos propres expériences de conseil.

Nos modules sont adaptables: chaque formation part toujours de votre existant et de vos besoins et nos différents modules peuvent se combiner et être adaptés pour vous être les plus spécifiques possible. C'est la garantie d'une bonne appropriation par vos équipes et ce qui permettra à vos collaborateurs de mettre en pratique les formations au quotidien.

Nos favorisons au maximum la mise en action et nous amenons les stagiaires à travailler sur des cas qui leur sont propres. Plutôt que formateurs, nous nous voulons coachs pour enclencher le changement dans vos entreprises et lever les freins.



La formatrice

Fashion That Cares, c'est l'expertise **d'une consultante spécialisée en RSE et Mode durable travaillant en partenariat avec un écosystème** partageant les mêmes valeurs et la même volonté de mettre le développement durable au cœur des pratiques du secteur.



Un parcours de **plus de 20 ans dans les achats de mode** et de **10 ans dans l'accompagnement à la mise en place de démarches plus responsables**.

- ▶ **Expertise:** développement de collection, écoconception, matières responsables, sourcing, RSE & développement durable dans la Mode. Consultante ambassadeur du [label LUCIE](#) (label d'engagement en RSE), licenciée de l'[ABC](#) pour la méthode Bilan Carbone® et faisant partie des dirigeants participants à la [CEC](#).
- ▶ **Compétences:** implication, rigueur, relationnel, adaptabilité.

Informations pratiques

Nous sommes un organisme de formation certifié QUALIOPi pour les actions de formation, gage de qualité des formations que nous dispensons, et toutes nos formations sont accessibles au public reconnu en situation de handicap.

Nos formations et tarifs s'entendent en intra et pour 15 personnes. Si vous avez des demandes en inter ou pour davantage de participants, n'hésitez pas à nous contacter pour obtenir un devis.

En amont de la formation nous vous adressons une convention de formation, le programme détaillé et nous sollicitons les stagiaires pour connaître leurs attentes et valider leur degré de maturité sur la question. Cela nous permet d'adapter la formation en fonction des retours. Ils reçoivent également un livret d'accueil expliquant les modalités et le déroulé de la formation.

En aval de la formation nous vous adressons les attestations individuelles de formation avec les évaluations des stagiaires, les feuilles d'émargement et nous vous faisons un retour sur l'évaluation de la formation par les apprenants et sur la validation générale des acquis. Cela nous permet d'identifier d'éventuels besoins de formation(s) ou d'accompagner complémentaires. Selon les formations, nous organisons également, quelques mois après, des sessions de retour d'expérience avec les stagiaires pour nous assurer de la bonne mise en œuvre.

FASHION
THAT CARES

6

Qualiopi
processus certifié
RÉPUBLIQUE FRANÇAISE

« La certification porte sur la catégorie d'actions suivante: actions de formation (OF - L.6313-1 - 1°). »

NOS FORMATIONS 2026

F1 / Mode et Développement Durable

Contexte

La Mode est un secteur très impactant d'un point de vue environnemental et social et il est important de bien comprendre les enjeux du développement durable du secteur pour pouvoir définir sa stratégie et la mettre en oeuvre, qu'il s'agisse de RSE ou de collections plus responsables.

Cette formation est un atelier de sensibilisation aux enjeux du développement durable dans la Mode qui a pour objectif de vous aider à y voir clair afin d'initier une démarche plus vertueuse au sein de votre entreprise.

Public

- Marques et enseignes de Mode quelque soit le métier.
- Formation accessible au public reconnu RQTH

Prérequis

- Aucun.

DUREE / LIEU/ DATE / PRIX

- ½ journée / 3h30
- Lieu : en intra / au sein de l'entreprise
- Date(s) : à définir
- Tarif : 800 HT / (jusqu'à 15 participants)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Acquérir une culture générale développement durable
- Comprendre les impacts environnementaux et sociaux du secteur de la mode

A l'issue de cette formation, les équipes auront acquis une base de connaissance commune et un langage partagé sur le sujet.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Séance de formation en salle ou en visio conférence.
- Echanges et discussion avec le stagiaire s'appuyant sur des supports de cours et des documents vus pendant la formation et/ou à consulter après la formation pour aller plus loin (présentation powerpoint, liens internet). Tous ces supports seront remis au stagiaire à l'issue de la formation.
- De nombreux exemples seront présentés durant la session.

EVALUATION DES ACQUIS

- QCM amont / aval

F1 / Mode et Développement Durable

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

LE DEVELOPPEMENT DURABLE

- Développement durable et concepts associés : développement durable, RSE, achats responsables
- Le contexte général
- Quels enjeux pour les entreprises ? Quels risques et opportunités ?

MODE ET DEVELOPPEMENT DURABLE

- Les impacts de la Mode : impacts environnementaux et sociaux
- Les initiatives du secteur

CONCLUSION : quel ROI attendu ?

QCM D'EVALUATION DES ACQUIS

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION



Module de sensibilisation aux enjeux du développement durable dans la Mode.

F2 / Alternatives matières

Contexte

La Mode est un secteur très impactant d'un point de vue environnemental et les attentes des consommateurs en la matière se font de plus en plus pressantes. La dernière étude de la chaire Institut Français de la Mode x Première Vision (septembre 2019) soulève cette tendance et indique que pour 41,6% des sondés en France, la protection de l'environnement est une priorité, devant tout autre critère durable.

Dans ce contexte, les marques de mode vont devoir repenser la façon dont elles conçoivent leurs collections afin de limiter leurs impacts sur l'environnement. Matières et procédés de fabrication plus vertueux sont les bases de cette démarche qui doit s'inscrire dans une réflexion plus globale d'éco-conception de ses collections.

Cette formation a pour objectifs d'expliquer quels sont les principaux impacts environnementaux du secteur, et notamment ceux des matières et des procédés que nous utilisons, de présenter les alternatives disponibles afin de pouvoir faire des choix éclairés.

Public

- Marques et enseignes de Mode
- Métiers en lien avec la création des collections : styliste, acheteurs, chefs de produits
- Formation accessible au public reconnu RQTH

Prérequis

- Avoir déjà travaillé sur le développement produit (connaître les matières).

DUREE / LIEU / DATE / PRIX

- ½ journée / 4 heures
- Lieu : en intra / au sein de l'entreprise
- Date(s) : à définir
- Tarif : 800 HT / (jusqu'à 15 participants)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Comprendre quels sont les impacts environnementaux des matières, des procédés de fabrication et plus généralement du secteur.
- Connaître les alternatives à moindre impact.
- S'y retrouver dans les labels et les certifications.

A l'issue de cette formation, le stagiaire saura engager l'évolution du processus de création et de développement d'une collection en vue de minimiser les impacts environnementaux des produits qu'il développe et saura mettre en valeurs les engagements.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Séance de formation en salle ou en visio conférence.
- Echanges et discussion avec le stagiaire s'appuyant sur des supports de cours et des documents vus pendant la formation et/ou à consulter après la formation pour aller plus loin (présentation powerpoint, liens internet). Tous ces supports seront remis au stagiaire à l'issue de la formation.
- De nombreux exemples sont présentés durant la session qui allie théorie et pratique.

EVALUATION DES ACQUIS

- QCM amont / aval

F2 / Alternatives matières

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

IMPACTS ET ALTERNATIVES

- Les impacts du secteur
- Standards, certifications et labels
- Les fibres
- Les procédés
- Transport et packaging



**Un module qui peut être couplé à la sensibilisation à l'écoconception (F3)
/ Cf. F4 p. 15**

QCM D'EVALUATION DES ACQUIS

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION

F3 / Sensibilisation à l'écoconception

Contexte

La Mode est un secteur très impactant d'un point de vue environnemental et les attentes des consommateurs en la matière se font de plus en plus pressantes. La dernière étude de la chaire Intitut Français de la Mode x Première Vision (septembre 2019) soulève cette tendance et indique que pour 41,6% des sondés en France, la protection de l'environnement est une priorité, devant tout autre critère durable.

Dans ce contexte, les marques de mode vont devoir repenser la façon dont elles conçoivent leurs collections afin de limiter leurs impacts sur l'environnement. Matières et procédés de fabrication plus vertueux sont les bases de cette démarche qui doit s'inscrire dans une réflexion plus globale d'éco-conception de ses collections.

Cette formation a pour objectif de sensibiliser aux enjeux et aux méthodes de l'écoconception pour inviter les participants à engager l'évolution du processus de création de leurs collections.

Public

- Marques et enseignes de Mode
- Métiers en lien avec la création des collections : styliste, acheteurs, chefs de produits
- Formation accessible au public reconnu RQTH

Prérequis

- Aucun.

DUREE / LIEU/ DATE / PRIX

- ½ journée / 4 heures
- Lieu : en intra / au sein de l'entreprise
- Date(s) : à définir
- Tarif : 800 HT / (jusqu'à 15 participants)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Comprendre le contexte dans lequel s'inscrit l'écoconception.
- Comprendre ce qu'est une démarche d'écoconception.
- Savoir quels sont les outils sur lesquels s'appuyer.

A l'issue de cette formation, le stagiaire saura comment engager l'évolution du processus de création d'une collection en vue d'en minimiser les impacts environnementaux.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Séance de formation en salle ou en visio conférence.
- Echanges et discussion avec le stagiaire s'appuyant sur des supports de cours et des documents vus pendant la formation et/ou à consulter après la formation pour aller plus loin (présentation powerpoint, liens internet). Tous ces supports seront remis au stagiaire à l'issue de la formation.
- De nombreux exemples sont présentés durant la session qui allie théorie et pratique.

EVALUATION DES ACQUIS

- QCM amont / aval

F3 / Sensibilisation à l'écoconception

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

L'ECONCEPTION

- Enjeux et définition
- Cycle de vie
- Le bilan carbone© et l'analyse du cycle de vie (ACV) comme outils de mise en œuvre de l'écoconception
- Recommandations
- Retour sur investissement

Exercice de mise en application.

QCM D'EVALUATION DES ACQUIS

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION



Un module qui peut être couplé aux alternatives matières (F2) / Cf. F4 p. 15

F4 / Alternatives matières & Ecoconception

Contexte

La Mode est un secteur très impactant d'un point de vue environnemental et les attentes des consommateurs en la matière se font de plus en plus pressantes. La dernière étude de la chaire Intitut Français de la Mode x Première Vision (septembre 2019) soulève cette tendance et indique que pour 41,6% des sondés en France, la protection de l'environnement est une priorité, devant tout autre critère durable.

Dans ce contexte, les marques de mode vont devoir repenser la façon dont elles conçoivent leurs collections afin de limiter leurs impacts sur l'environnement. Matières et procédés de fabrication plus vertueux sont les bases de cette démarche qui doit s'inscrire dans une réflexion plus globale d'éco-conception de ses collections.

Cette formation a pour objectifs d'expliquer quels sont les principaux impacts environnementaux du secteur, et notamment ceux des matières et des procédés que nous utilisons, de présenter les alternatives disponibles afin de pouvoir faire des choix éclairés. Elle invitera les participants à aller plus loin en mettant en œuvre les principes de l'écoconception.

Public

- Marques et enseignes de Mode
- Métiers en lien avec la création des collections : styliste, acheteurs, chefs de produits
- Formation accessible au public reconnu RQTH

Prérequis

- Avoir déjà travaillé sur le développement produit (connaître les matières).

DUREE / LIEU/ DATE / PRIX

- 1 journée ou 2 demi-journées / 7 heures
- Lieu : en intra / au sein de l'entreprise
- Date(s) : à définir
- Tarif : 1.500 HT / (jusqu'à 15 participants)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Comprendre quels sont les impacts environnementaux des matières, des procédés de fabrication et plus généralement du secteur.
- Connaître les alternatives à moindre impact.
- Comprendre les labels et les certifications.
- Comprendre ce qu'est une démarche d'écoconception et savoir quels sont les outils sur lesquels s'appuyer.

A l'issue de cette formation, le stagiaire saura engager l'évolution du processus de création d'une collection en vue d'en minimiser les impacts environnementaux.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Séance de formation en salle ou en visio conférence.
- Echanges et discussion avec le stagiaire s'appuyant sur des supports de cours et des documents vus pendant la formation et/ou à consulter après la formation pour aller plus loin (présentation powerpoint, liens internet). Tous ces supports seront remis au stagiaire à l'issue de la formation.
- De nombreux exemples sont présentés durant la session qui allie théorie et pratique.

EVALUATION DES ACQUIS

- QCM amont / aval

F4 / Alternatives matières & Ecoconception

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

Matin / 1^{ère} matinée

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

IMPACTS ET ALTERNATIVES

- Le contexte général, les principaux impacts du secteur, les attentes des parties prenantes
- Standards, certifications et labels
- Les fibres
- Les procédés
- Transport et packaging

DEJEUNER (1H)

Après-midi / 2^{ème} matinée

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

L'ECONCEPTION

- Définition
- Cycle de vie
- Le bilan carbone© et l'analyse du cycle de vie (ACV) comme outils de mise en œuvre de l'écoconception
- Recommandations
- Retour sur investissement

Exercice de mise en application.

QCM D'EVALUATION DES ACQUIS

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION

F5 / Mettre en œuvre l'écoconception dans ses collections

Contexte

La Mode est un secteur très impactant d'un point de vue environnemental et les attentes des consommateurs en la matière se font de plus en plus pressantes. La dernière étude (2019) de la chaire Intitut Français de la Mode x Première Vision soulève cette tendance et indique que pour 41,6% des sondés en France, la protection de l'environnement est une priorité, devant tout autre critère durable.

Dans ce contexte, les marques de mode vont devoir repenser la façon dont elles conçoivent leurs collections afin de limiter leur impact sur l'environnement. Elle devront mettre en œuvre des démarches d'écoconception auxquelles les équipes produit devront être sensibilisées.

Cette formation a pour objectif d'expliquer les principes de l'écoconception, de présenter les outils et la méthode pour mettre en œuvre cette démarche dans l'entreprise et de donner à chacun les clés pour bâtir son propre plan d'action.

Public

- Chefs de Produits / Acheteurs
- Production
- Stylistes
- Formation accessible au public reconnu RQTH

Prérequis

- Aucun

DUREE / LIEU/ DATE / PRIX

- 1 jour / 7 heures
- En intra / au sein de l'entreprise
- Date : à définir
- Tarif : 1500 HT / (jusqu'à 15 participants)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Comprendre le contexte dans lequel s'inscrit l'écoconception.
- Savoir quels sont les outils sur lesquels s'appuyer.
- Etre capable de mettre en œuvre l'écoconception de ses collections.

A l'issue de cette formation, le stagiaire saura engager l'évolution du processus de développement d'une collection en vue de minimiser les impacts des produits qu'il met sur le marché. Il saura quels sont les principaux impacts de ses produits, où se trouvent et les alternatives plus durables qu'il pourra mettre en œuvre et valoriser auprès de ses consommateurs.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Séance de formation en salle ou en visio conférence.
- Echanges et discussion avec le stagiaire s'appuyant sur des supports de cours et des documents vus pendant la formation et/ou à consulter après la formation pour aller plus loin (présentation powerpoint, liens internet). Tous ces supports seront remis au stagiaire à l'issue de la formation.
- Alternance entre théorie et pratique avec mise en application en séance (exercices spécifiques au stagiaire).

EVALUATION DES ACQUIS

- QCM + exercices de réflexion et de mise en application.

F5 / Mettre en œuvre l'écoconception dans ses collections

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour
- QCM

PARTIE #1 - LES ENJEUX DE L'ECOCONCEPTION DANS LA MODE

- Le contexte général, les principaux impacts du secteur et les alternatives
- La réglementation
- Les attentes des parties prenantes

PARTIE #2 – L'ECONCEPTION

- Les fondamentaux
- Le bilan carbone© et l'analyse du cycle de vie (ACV) comme outils de mise en œuvre de l'écoconception

Exercice de réflexion sur l'ACV d'un jean.

DEJEUNER 1H

PARTIE #3 – METTRE EN ŒUVRE L'ECOCONCEPTION DANS SES COLLECTIONS

- Explication de la méthode

Exercice de réflexion sur un produit clé de sa collection

PARTIE #4 – FEUILLE DE ROUTE ECOCONCEPTION

- Echange sur les difficultés rencontrées ou perçues dans la mise en œuvre de l'écoconception: comment lever les freins.

Rédaction du plan d'action personnel du stagiaire.

QCM D'EVALUATION DES ACQUIS

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION

F6 / Définir sa stratégie d'écoconception et rédiger sa feuille de route

Contexte

La Mode est un secteur très impactant d'un point de vue environnemental et les attentes des consommateurs en la matière se font de plus en plus pressantes. La dernière étude de la chaire Institut Français de la Mode x Première Vision (septembre 2019) soulève cette tendance et indique que pour 41,6% des sondés en France, la protection de l'environnement est une priorité, devant tout autre critère durable.

Dans ce contexte, les marques de mode vont devoir repenser la façon dont elles conçoivent leurs collections afin de limiter leurs impacts sur l'environnement. Matières et procédés de fabrication plus vertueux sont les bases de cette démarche qui doit s'inscrire dans une réflexion plus globale d'éco-conception de ses collections.

Cette formation a pour objectif d'embarquer les équipes sur le sujet et de les amener à définir leur stratégie d'écoconception pour leur entreprise.

Public

- Marques et enseignes de Mode
- Métiers en lien avec la création des collections : styliste, acheteurs, chefs de produits
- Formation accessible au public reconnu RQTH

Prérequis

- Avoir suivi la formation « Mettre en œuvre l'écoconception de ses collections ».

DUREE / LIEU / DATE / PRIX

- 1 journée / 7 heures
- Lieu : en intra / au sein de l'entreprise
- Date(s) : à définir
- Tarif : 1500 HT (jusqu'à 15 participants)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Savoir identifier les critères et les outils d'éco-conception pertinents pour son entreprise.
- Être capable d'identifier les parties prenantes clés pour les impliquer.
- Être capable de mesurer l'efficacité de sa stratégie et savoir en rendre compte.

A l'issue de cette formation, le bénéficiaire aura défini les grandes lignes de sa stratégie d'écoconception ainsi que de sa feuille de route en la matière..

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Séance de formation en salle ou en visio conférence.
- Echanges et discussion avec le stagiaire s'appuyant sur des supports de cours et des documents vus pendant la formation et/ou à consulter après la formation pour aller plus loin (présentation powerpoint, liens internet). Tous ces supports seront remis au stagiaire à l'issue de la formation.
- De nombreux exemples sont présentés durant la session qui allie théorie et pratique.

EVALUATION DES ACQUIS

- Les acquis seront évalués par pertinence de la stratégie d'écoconception et de la feuille de route rédigée par le participant.

F6 / Définir sa stratégie d'écoconception et rédiger sa feuille de route

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

1/ Définir sa stratégie

- Définir les critères qui font sens pour l'entreprise : piliers et engagements
- Définir ce qu'est l'écoconception pour l'entreprise
- Définir sur quels outils s'appuyer dans le cadre de la démarche
- Choix des produits à écoconcevoir et groupe(s) projet.

2/ Ecrire sa feuille de route

- Quels plans d'action mener ?
- Identifier les parties prenantes clé impliquées et leur contribution.
- Définir ses objectifs et KPIs.
- Questions/Réponses pour lever les freins et les interrogations.

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION

F7 / Construire une stratégie RSE pertinente et efficace dans la Mode

Contexte

Sous le feu des critiques de plus en plus fortes depuis quelques années, La Mode opère sa transformation pour agir de manière plus durable et responsable : collections écoconçues, made in France, neutralité carbone, engagements et adhésion à des initiatives sectorielles... Pas une semaine sans qu'une nouvelle annonce ne soit faite en ce sens.

A l'heure où la mobilisation est générale et où les consommateurs sont de plus en plus avertis, comment construire une stratégie RSE qui soit efficace et qui embarque l'ensemble de vos parties prenantes ? C'est tout l'objet de cette formation.

Public

- Directions de marques et d'enseignes de Mode en général
- Formation accessible au public reconnu RQTH

Prérequis

- Aucun

DUREE / LIEU/ DATE / PRIX

- 1 journée ou 2 demi-journées (recommandé) / 7 heures au total
- Intra / au sein de l'entreprise
- Date : à définir
- Tarif : 1.5000 HT / (jusqu'à 15 participants)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Comprendre les enjeux liés à la mise en place d'une stratégie RSE dans la Mode.
- Comprendre les risques et les opportunités associés.
- Connaître les grands principes du développement durable et les cadres de référence sur lesquels s'appuyer.
- Savoir identifier quels sont ses enjeux clé et ses parties prenantes.
- Etre capable de rédiger et de mettre en œuvre une stratégie RSE efficace.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Séance de formation en salle ou en visio conférence s'appuyant sur des supports de cours qui seront remis à l'issue de la formation.
- Alternance entre théorie et pratique avec mise en application en séance.
- Echange, discussion avec les apprenants : exemples, partage d'expériences, feedback.

EVALUATION DES ACQUIS

- Exercice de réflexion et de rédaction de la stratégie Achats Responsables des apprenants.

F7 / Construire une stratégie RSE pertinente et efficace dans la Mode

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

1^{ère} demi-journée

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

PARTIE #1 – POURQUOI REDIGER UNE STRATEGIE RSE ?

- Quels enjeux pour les marques et les enseignes de Mode autour de la RSE ?
- Les risques et opportunités associés
- Quel ROI attendu ?

PARTIE #2 – METHODOLOGIE POUR CONSTRUIRE UNE STRATEGIE EFFICACE

- Poser le contexte
- Auditer l'existant

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EXPLICATION DES ELEMENTS A PREPARER POUR LA 2^{NDE} DEMIE JOURNEE

2^{ème} demi-journée

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Questions / Réponses pour donner suite à la dernière session
- Ordre du jour

PARTIE #2 – METHODOLOGIE POUR CONSTRUIRE UNE STRATEGIE EFFICACE - suite

- Définir le cadre de référence
- Faire vivre la démarche

PARTIE #3 – ECRIRE SA STRATEGIE ACHATS RESPONSABLES

Exercice de réflexion en groupe sur la base de la première journée de formation et à l'aide du travail préalable qui aura été préparé.

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION

F8 / Construire une stratégie Achats Responsables pertinente et efficace dans la Mode

Contexte

Sous le feu des critiques de plus en plus fortes depuis quelques années, La Mode opère sa transformation pour agir de manière plus durable et responsable : collections écoconçues, matières écofriendly, engagements et adhésion à des initiatives sectorielles... Pas une semaine sans qu'une nouvelle annonce ne soit faite en ce sens.

A l'heure où la mobilisation est générale et où les consommateurs sont de plus en plus avertis, comment agir sur ses collections pour contribuer de manière efficace à ce renouveau du secteur et sans tomber dans le greenwashing ? C'est tout l'objet de cette formation qui a pour objectifs d'expliquer comment construire une stratégie Achats Responsables pertinente et efficace, de présenter la méthode pour le faire et d'accompagner les apprenants dans la construction de leur propre stratégie.

Public

- Directions de marques et d'enseignes de Mode en général
- Formation accessible au public reconnu RQTH

Prérequis

- Aucun

DUREE / LIEU/ DATE / PRIX

- 1 journée ou 2 demi-journées (recommandé) / 7 heures au total
- Intra / au sein de l'entreprise
- Date : à définir
- Tarif : 1.500 HT / (jusqu'à 15 participants)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Comprendre les enjeux liés à la mise en place d'une stratégie Achats Responsables dans la Mode.
- Comprendre les risques et les opportunités associés.
- Etre capable de rédiger et de mettre en œuvre une stratégie Achats Responsables efficace.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Séance de formation en salle ou en visio conférence s'appuyant sur des supports de cours qui seront remis à l'issue de la formation.
- Alternance entre théorie et pratique avec mise en application en séance.
- Echange, discussion avec les apprenants : exemples, partage d'expériences, feedback.

EVALUATION DES ACQUIS

- Exercice de réflexion et de rédaction de la stratégie Achats Responsables des apprenants.

F8 / Construire une stratégie Achats Responsables pertinente et efficace dans la Mode

FASHION 23

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

1^{ère} demi-journée

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

PARTIE #1 – POURQUOI REDIGER UNE STRATEGIE ACHATS RESPONSABLES ?

- Quels enjeux pour les marques et les enseignes de Mode autour des Achats Responsables ?
- Les risques et opportunités associés

PARTIE #2 – METHODOLOGIE POUR CONSTRUIRE UNE STRATEGIE EFFICACE

- Poser le contexte
- Auditer l'existant

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EXPLICATION DES ELEMENTS A PREPARER POUR LA 2^{NDE} DEMIE JOURNEE

2^{ème} demi-journée

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Questions / Réponses pour donner suite à la dernière session
- Ordre du jour

PARTIE #2 – METHODOLOGIE POUR CONSTRUIRE UNE STRATEGIE EFFICACE - suite

- Définir le cadre de référence
- Faire vivre la démarche

PARTIE #3 – ECRIRE SA STRATEGIE ACHATS RESPONSABLES

Exercice de réflexion en groupe sur la base de la première journée de formation et à l'aide du travail préalable qui aura été préparé.

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION

F9 / Repenser ses relations fournisseurs

Contexte

De l'affaire NIKE dans les années 90, au scandale des ouïghours plus récemment, en passant par l'effondrement du Rana Plaza en 2013, la Mode a souvent été pointée du doigt pour ses manquements éthiques. La pandémie de COVID 19 a montré que malgré les engagements pris, le business as usual pouvait reprendre ses droits en période de crise, au détriment des fournisseurs et de leurs ouvriers.

Repenser ses relations fournisseurs, c'est non seulement développer de vraies relations de partenariat avec ces derniers, mais c'est également adopter une stratégie de diligence responsable, anticiper ses risques et maximiser la résilience et la durabilité de son entreprise.

Public

- Marques et enseignes de Mode
- Métiers en lien avec la création des collections : styliste, acheteurs, chefs de produits
- Formation accessible au public reconnu RQTH

Prérequis

- Aucun

DUREE / LIEU/ DATE / PRIX

- 1/2 journée / 3h30
- Intra / au sein de l'entreprise
- Date : à définir
- Tarif : 800 HT ,(jusqu'à 15 participants)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Comprendre quels sont les principaux impacts sociaux du secteur et comment chaque métier peut impacter.
- Savoir définir ses engagements en la matière, être capable d'analyser le degré de maturité RSE de ses fournisseurs et d'échanger avec eux.
- S'y retrouver dans les labels, les certifications et les différents audits ; être capable de lire les rapports d'inspection.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Séance de formation en salle ou en visio conférence s'appuyant sur des supports de cours qui seront remis à l'issue de la formation.
- Alternance entre théorie et pratique avec mise en application en séance.
- Echange, discussion avec les apprenants : exemples, partage d'expériences, feedback.

EVALUATION DES ACQUIS

- Exercices de mise en situation.

F9 / Repenser ses relations fournisseurs

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

- Contexte
- Comment se prémunir contre les risques sociaux
- Les principales références et initiatives sociales
- Outils d'accompagnement des équipes Produit
- Cartographie des risques fournisseurs et critères retenus pour l'analyse, présentation de l'état des lieux de l'entreprise
- Les impacts sociaux de nos décisions

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION

F10 / Sensibilisation aux enjeux énergie-climat dans la Mode

Contexte

La Mode est un secteur très impactant d'un point de vue environnemental, fort consommateur de ressources, notamment de ressources non renouvelables, et réputé pour être l'un des plus pollueurs au monde: rejets de microparticules de plastique dans les océans, détérioration des écosystèmes, impact sur le changement climatique... les atteintes à l'environnement sont nombreuses, un véritable défi dont la Mode commence à se préoccuper depuis quelques années.

Sur la question des émissions de gaz à effet de serre, malgré les actions de décarbonation déjà mises en œuvre, le secteur va devoir accélérer et accentuer ses engagements afin d'être en ligne avec les objectifs de l'Accord de Paris. A l'heure où les gouvernements du monde entier s'engagent à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre, il est important de comprendre quels sont les enjeux énergie-climat pour les entreprises de Mode et pourquoi et comment elles peuvent s'inscrire dans cette démarche de neutralité carbone à horizon 2050. C'est tout l'objet de cette formation.

Public

- Marques et enseignes de Mode
- Directions, Directions RSE, équipes Achats/Produit, Logistique, Travaux
- Formation accessible au public reconnu RQTH

Prérequis

- Aucun

DUREE / LIEU/ DATE / PRIX

- ½ journée / 4 heures
- Lieu : en intra / au sein de l'entreprise
- Date(s) : à définir
- Tarif : 800 HT / (jusqu'à 15 participants)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Acquérir une culture générale sur la question de l'impact carbone.
- Comprendre quels sont les principales sources d'émissions du secteur.
- Comprendre l'importance d'analyser ses enjeux énergie-climat.
- Connaître la méthode et les outils pour initier une démarche de réduction de ses émissions.

A l'issue de cette formation, le stagiaire aura les clés pour initier une démarche bas carbone.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Séance de formation en salle ou en visio conférence.
- Echanges et discussion avec le stagiaire s'appuyant sur des supports de cours et des documents vus pendant la formation et/ou à consulter après la formation pour aller plus loin (présentation powerpoint, liens internet). Tous ces supports seront remis au stagiaire à l'issue de la formation.
- De nombreux exemples sont présentés durant la session qui allie théorie et pratique.

EVALUATION DES ACQUIS

- QCM amont / aval
- Exercice de mise en situation

F10 / Sensibilisation aux enjeux énergie-climat dans la Mode

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

IMPACT CLIMAT

- Vocabulaire
- Le contexte
- Les impacts du secteur

ENJEUX ENERGIE-CLIMAT DU SECTEUR DE LA MODE

- Comprendre les enjeux énergie
- Comprendre les enjeux climat

Exercice de réflexion sur le sujet

METTRE EN PLACE UNE STRATEGIE BAS CARBONE

- La méthode
- Les outils

Exercice de réflexion sur le sujet

QCM D'EVALUATION DES ACQUIS

SYNTHESE DE LA JOURNEE ET QUESTIONS / REPONSES

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION

F11 / Communiquer ses engagements RSE

Contexte

A l'heure où les entreprises de Mode sont de plus en plus nombreuses à s'emparer du sujet de la RSE et à le faire savoir, comment communiquer ses engagements en matière de développement durable en évitant le greenwashing et en adoptant le bon discours ? Comment embarquer en interne ? C'est tout l'objet de cette formation.

Public

- Chargé de communication interne et externe
- Responsable de communication
- Responsable marketing

Prérequis

- Connaître le métier de communicant
- S'être informée sur les engagements RSE de l'entreprise et sur ses objectifs en la matière.

DUREE / LIEU/ DATE / PRIX

- 4 demi-journées (dont une en intersession) / 14 heures au total
- Au sein de l'entreprise ou en distanciel
- Dates : à définir avec la/le participant(e)
- Tarif : 1.500€ HT

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Connaître les codes de la RSE pour adapter sa communication
- Etre capable d'identifier les bons leviers pour communiquer ses engagements RSE
- Savoir éviter les pièges du green washing et mettre en œuvre une communication responsable
- Etre capable de mobiliser et d'embarquer en interne

A l'issue de la formation, l'apprenant aura posé les bases de sa feuille de route pour communiquer les engagements responsables de son entreprise et embarquer les collaborateurs.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Présentation Powerpoint
- Echange/discussion avec l'apprenant sur les différentes thématiques abordées
- Etudes de cas en session ou en intersession
- Travail sur sa feuille de route personnelle en fil conducteur

EVALUATION DES ACQUIS

- QCM aval
- Exercices de réflexion et de rédaction de la stratégie de communication des engagements responsables de l'entreprise

F11 / Communiquer ses engagements RSE

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

INTRODUCTION

- Accueil
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

1/ Communiquer ses engagements RSE : contexte et prérequis

3h30

- Pourquoi communiquer ses engagements RSE ? Enjeux, risques et opportunités
 - Prérequis : quel(s) est/sont l'(es) objectif(s) poursuivi(s) ? A qui s'adresse la communication ? → adapter sa communication et ses outils.
 - De l'intérêt de comprendre quelles sont les attentes de ses parties prenantes : rappel des deux principes fondamentaux de l'ISO26000
 - Communiquer ses engagements RSE en interne : donner la vision, engager les collaborateurs dans la démarche, rendre compte des avancées.
- *Réflexion sur les objectifs de la communication interne de l'entreprise + sur comment mobiliser les collaborateurs : quels axes travailler et quels plans d'actions mettre en place ?*

➤ *Intersession (travail personnel) : ½ journée*

- Sur quels enjeux l'entreprise s'est-elle positionnée ?
- Quelles sont les attentes des consommatrices en général, et en particulier des clientes de l'entreprise en matière de RSE ?
- Benchmark du marché et des concurrents : que communique-t-on et comment ?

2/ Définir sa stratégie de communication de ses engagements RSE en externe

3h30

- Définir quel(s) est/sont l'(es) objectif(s) poursuivi(s)
- Les différentes façons de communiquer ses engagements
- Les ODD comme outil de communication externe
- Se positionner vs le marché/les concurrents : quelle stratégie ?

➤ *Poser les bases de sa stratégie durant la session.*

3/ Communiquer ses engagements

3h30

- Ecrire sa feuille de route : quoi/à qui/comment = engagements clés / cibles / supports & outils
- Les facteurs clé de succès d'une communication réussie
- La communication responsable
- La réglementation en vigueur
- Eviter le green washing : réflexion sur des exemples

➤ *Poser les bases de sa feuille de route durant la session.*

SYNTHESE DE LA FORMATION ET QUESTIONS / REPONSES

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION

F12 / Savoir expliquer et valoriser ses engagements RSE

Contexte

A l'heure où les entreprises de Mode sont de plus en plus nombreuses à s'emparer du sujet de la RSE et à le faire savoir, savoir communiquer ses engagements auprès de ses clientes avec clareté et en adoptant le bon discours est indispensable au risque sinon de perdre en crédibilité sur la démarche et d'être pointé du doigt pour greenwashing.

Public

- Responsables de région
- Mairaines formatrices

Prérequis

- Aucun.

DUREE / LIEU / DATE / PRIX

- 1 journée / 6 heures
- Lieu : en intra / au sein de l'entreprise
- Date(s) à définir
- Tarif : 1.500 HT / (jusqu'à 15 participants)

OBJECTIFS PEDAGOGIQUES ET OPERATIONNELS

- Comprendre les impacts du secteur et les alternatives utilisées dans les collections de la marque/de l'enseigne dans le cadre de sa stratégie RSE / Achats Responsables.
- Connaître les bénéfices des matières plus vertueuses utilisées par l'entreprise ainsi que les principaux labels présents dans les collections ; savoir les expliquer simplement aux clientes.
- Etre capable de valoriser la démarche RSE de l'entreprise auprès des consommatrices.
- Savoir répondre aux demandes spécifiques des clientes concernant les engagements RSE de l'entreprise ainsi qu'aux objections et doutes qu'elles pourraient avancer.

MOYENS PEDAGOGIQUES ET TECHNIQUES

- Séance de formation en salle (ou en visio conférence selon les restrictions sanitaires).
- Une formation axée sur la pratique pour une bonne intégration des notions et pour se sentir à l'aise à les présenter.
- Echanges et discussion avec les stagiaires s'appuyant sur des supports de cours et des documents vus avant la formation.
- Jeu de rôles de mise en situation.

EVALUATION DES ACQUIS

- QCM amont / aval
- Jeu de rôles de mise en situation

F12 / Savoir expliquer et valoriser ses engagements RSE

CONTENU DETAILLE DE LA FORMATION

INTRODUCTION

- Accueil, tour de table
- Présentation du module, du déroulé et des moyens pédagogiques
- Ordre du jour

CONTEXTE DE LA FORMATION en synthèse

- Les impacts du secteur et les engagements des marques & des enseignes
- Les doutes des consommateurs sur les engagements et la communication des acteurs

L'ECOCONCEPTION en synthèse

- L'écoconception c'est quoi ?
- L'écoconception au sein de l'entreprise en quelques chiffres clés

LES PRINCIPALES MATIERES UTILISEES PAR L'ENTREPRISE en quelques points clé : impacts et bénéfices des alternatives utilisées

LES PRINCIPAUX LABELS UTILISES PAR L'ENTREPRISE ET AUTRES ENGAGEMENTS RSE en quelques points clé

JEU DE ROLES DE MISE EN SITUATION / en groupes

- Réflexion sur les scénarii à travailler
- En groupes, écriture des scénarii : quelles réponses/arguments apporter à chacun ?
- Scénarii joués et débriefing : d'autres éléments de réponses/arguments à mettre en avant ?

CONCLUSION ET DEBRIEFING DE LA JOURNEE ; QUESTIONS / REPONSES

QCM D'EVALUATION DES ACQUIS

EVALUATION DU STAGIAIRE / EVALUATION DE LA FORMATION

Nos ateliers de sensibilisation

Sensibiliser les collaborateurs aux enjeux énergie-climat

Code Climat, une escape game de **2 heures**

Code Climat c'est quoi?

-  **Un moyen ludique de mieux comprendre les enjeux climatiques**
-  **Un atelier qui donne envie de s'engager et passer à l'action**
-  **Un exercice de cohésion avec ses partenaires pour réussir à travailler ensemble**



[vidéo TEASING](#)

Comprendre pourquoi et comment s'adapter collectivement aux impacts physiques du changement climatique

Les Ateliers de l'Adaptation au Changement Climatique, parcours standard de **3h30**

Parcours standard

30' • Introduction

Différence et complémentarité entre adaptation et atténuation. Le cadre général de l'adaptation en France.

1h • Découverte de la méthode

Les composantes de la notion de risque ; les leviers propres à l'adaptation ; l'évaluation d'une mesure (maladaptation vs co-bénéfices) ; la nécessité d'une trajectoire transformationnelle.

1h30 • Expérimentation de la méthode sur un enjeu spécifique

Travail sur un enjeu spécifique à l'entreprise ou à la collectivité déterminé avant l'atelier ; idée collective sur la recherche de mesures et esquisse d'une trajectoire transformationnelle.

30' • Conclusion et passage à l'action

Panorama des enjeux et pistes de priorisation. Quelles prochaines étapes dans mon organisation ?

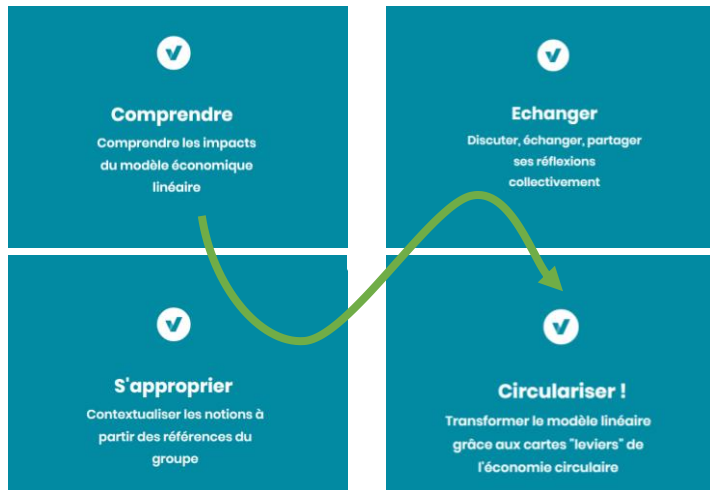
Nos ateliers de sensibilisation

Comprendre les enjeux de transformation de notre système de production-consommation linéaire vers un modèle plus vertueux : l'économie circulaire

La Fresque de l'Economie Circulaire, un atelier de **3 heures**



Comment se déroule une Fresque de l'Economie circulaire ?



En collaboration avec CAPIA CONSULTING

Sensibiliser les collaborateurs à la place du vivant dans la chaîne de valeur et à sa dépendance

Tisser le Vivant, un atelier de **3 heures**

TISSER LE VIVANT
ATELIER DE SENSIBILISATION

C'est un atelier de sensibilisation pour questionner la place de la Nature et de l'Humain dans sa chaîne de valeur.

Durée : 3h
Nombre de participants : 4 à 10 par session

Idéal faire découvrir un nouveau sujet à votre équipe, ou aux membres d'un groupe de travail.

Formule journée de teambuilding également disponible à la demande.

3 TEMPS FORTS :

- 1. Embarquement**
Phase d'introduction aux enjeux de la biodiversité et du vivant, en s'appuyant sur la chaîne de valeur de l'entreprise.
- 2. État des lieux partagé**
En intelligence collective, décryptage des interactions entre le vivant et la Mode et partage des chiffres clés.
- 3. Imaginer vos premières actions**
A partir de propositions inspirantes, identifier les pistes d'actions à explorer pour l'entreprise au quotidien et pour vos métiers.

Sensibiliser les collaborateurs à une nouvelle vision de l'économie pour un impact positif

La Fresque de l'Economie Régénératrice, un atelier de **3 heures** en 4 temps :
apéro / entrée / plat / dessert

FRESQUE DE l'économie régénératrice

Un atelier d'exploration et d'intelligence collective pour comprendre comment l'économie peut se mettre au service de la régénération et d'une authentique prospérité

Conçue par Emmanuel Delannoy, auteur de "L'Economie expliquée aux humains", "Biomimétique" et inventeur du concept de "Permaéconomie" et Séverine Fantapie, ingénieur-docteur en Sciences du Vivant et animatrice de la Fresque de la Biodiversité.

[Témoignage](#)

Contact

**FASHION
THAT CARES**

POUR UNE MODE DURABLE ET RESPONSABLE



+33 (06) 82 93 93 86



contact@fashionthatcares.fr



<https://www.linkedin.com/company/fashion-that-cares/?viewAsMember=true>