

Rapport de mission 2023

sessùn

Ce rapport de mission a pour vocation de présenter les actions et avancées spécifiques à notre qualité de société à mission et nos objectifs statutaires sur l'année 2023 et le périmètre de Sessùn SAS. Par ailleurs, nous menons une stratégie RSE qui couvre plus largement les enjeux sociaux et environnementaux de la marque. Nous vous invitons à vous référer au rapport RSE dédié, disponible sur notre site, pour découvrir l'ensemble de nos engagements. Les trajectoires de mission et RSE co-habitent et souvent s'alimentent. Bien que pilotées distinctement, elles nous permettent ensemble d'incarner avec cohérence et intégralité notre vision et notre responsabilité sociétale.

I. session, société à mission

- 1.1 La marque
- 1.2 Pourquoi devenir société à mission
- 1.3 Notre raison d'être
- 1.4 Nos objectifs statutaires

II. notre comité de mission

- 2.1 Composition du comité
- 2.2 Notre première réunion
- 2.3 Appréciation du modèle de mission par le comité

III. bilan de notre première année en tant que société à mission

- 3.1 Objectif 1 : Produire des vêtements qui durent, avec un impact maîtrisé, dans la plus grande traçabilité possible
- 3.2 Objectif 2 : Promouvoir l'artisanat, les métiers d'arts et les savoir-faire textiles
- 3.3 Objectif 3 : Maîtriser nos consommations et engager nos collaborateurs dans l'écologie
- 3.4 Objectif 4 : Partager nos valeurs et nos bonnes pratiques avec nos fournisseurs

IV. perspectives & orientations

”

Depuis toujours, Sessùn est mue par l'énergie et l'engagement collectif de créer, développer et faire s'épanouir ensemble un projet d'entreprise plein de sens. Notre réussite repose sur une communauté de valeurs, d'aspirations, soutenue par un management basé sur la confiance et le partage.

En grandissant, nous avons choisi de fixer plus d'objectifs, non comme des fins en soi, mais comme des directions vers lesquelles tendre et sur le chemin desquelles tout était possible.

Vouloir rendre ce chemin parcouru plus beau encore que sa destination est peu à peu devenu notre raison d'être, celle d'une entreprise pour laquelle ce sont les rencontres, les remises en question, les découvertes et par-dessus tout l'épanouissement et l'amour du travail bien fait qui octroient sa vraie valeur au travail accompli.

En devenant Société à Mission, nous avons souhaité inscrire dans nos statuts juridiques ce en quoi nous croyons, qui est au fondement même de Sessùn, tout en nous engageant publiquement dans la transition sociale, environnementale et économique.

Pour nous, c'est une manière d'affirmer notre conviction que chacun se doit d'être pleinement conscient et responsable de ses actes, tout en revendiquant que seules les sociétés reposant sur des valeurs humaines peuvent être réellement pérennes.

Lier notre désir d'exemplarité à l'existence même de notre entreprise, c'est donner du sens et un impact à chacune de nos actions, tout en accompagnant notre volonté d'un cadre rigoureux aligné avec notre démarche d'amélioration continue.

C'est un stimulant au quotidien, un fil conducteur pour aller toujours plus loin, quitte à échouer parfois, afin de diriger notre performance propre vers des objectifs servant l'intérêt collectif.

Cela implique de ne jamais cesser de se questionner, de s'interroger, pour être de plein corps dans les mouvements qui agitent notre monde et assumer le rôle que nous pouvons y jouer, en l'accueillant non comme une contrainte mais comme une chance.

Une chance de pouvoir être acteur du changement, d'avancer le cœur plein de respect, l'esprit ouvert, l'âme toujours vibrante de vouloir faire au mieux...et de le faire à chaque instant, car la beauté est dans le chemin.

”

Emma François-Grasset

*Fondatrice, PDG et directrice
artistique de Sessùn*



I. sessun, société à mission

La marque

Sessùn est une marque de mode féminine intemporelle et singulière.

Fondée en 1996 par Emma François, elle est née de l'envie de valoriser des savoir-faire traditionnels à travers des créations qui racontent une histoire, celle des mains qui les façonnent. Intimement liée à l'artisanat et se construisant en-dehors des standards du secteur, Sessùn s'est toujours démarquée par son exigence, son attention accrue aux détails, la durabilité de ses relations avec ses partenaires et l'extension de son univers à un véritable art de vivre.

Sessùn compte aujourd'hui 400 points de vente à travers le monde, en propre ou en multimarques et réunit plus de 300 collaborateurs animés par leur métier et par la volonté de faire grandir une entreprise pour laquelle l'authenticité, la force des rencontres, l'amour du travail bien fait et l'engagement collectif sont les ferments de sa pérennité.

DEVENIR SOCIÉTÉ À MISSION

Depuis plus de 25 ans, Sessùn se construit sur l'envie de développer et faire grandir un projet d'entreprise fédérateur et plein de sens. Celui d'une société vivante, tournée vers l'humain, la création et pleinement consciente du rôle qu'elle peut jouer auprès de ses collaborateurs, ses partenaires, ses clients, mais également de l'environnement et de la société. Depuis plusieurs années maintenant, nous structurons cet engagement et ces valeurs au travers d'une politique de responsabilité sociétale.

Marqués par les bouleversements liés au Covid, nous avons pris le temps de nous recentrer sur ce qui fait le sens profond de l'existence de Sessùn et en sommes ressortis plus que jamais convaincus qu'un engagement officiel, structurant, serait la concrétisation profonde de toute notre philosophie d'entreprise et viendrait s'adjoindre au déploiement de notre politique RSE.

En découvrant la nouvelle qualité juridique introduite par la loi Pacte du 22 mai 2019 permettant aux sociétés d'inscrire dans leurs statuts leur raison d'être ainsi que les objectifs sociaux et environnementaux qu'elles se fixent pour l'honorer, nous avons immédiatement perçu son adéquation avec notre vision. En liant intrinsèquement la réussite de Sessùn à son impact sociétal, elle nous permet de mettre notre volonté de concilier notre performance propre avec l'intérêt général au cœur de notre projet d'entreprise.

Pour nous, faire le choix de devenir Société à Mission revenait à revendiquer publiquement ce qui depuis le début est au fondement même de Sessùn et nous anime chaque jour :

Suivre notre propre chemin, à notre propre rythme.

Sur la route, se nourrir de rencontres :
artisans, façonniers, créateurs, artistes, cultures.

Admirer leurs précieux savoir-faire,
vouloir les faire connaître et agir pour les préserver.

Réfléchir à comment mieux concevoir,
entre circuits plus courts et rythmes plus longs,
pour créer des vêtements qui durent et qu'on aimera longtemps.

Délaisser les standards, en proposant des boutiques chaleureuses,
accueillantes, qui racontent notre esthétique et notre éthique.

Rester attentifs et ouverts, avec le respect des autres
et l'amour du travail bien fait au cœur de toutes nos actions.



NOTRE RAISON D'ÊTRE

Au terme d'une réflexion riche et d'un examen minutieux de nos valeurs, notre identité, nos aspirations, nos responsabilités et en sollicitant le point de vue de nos parties prenantes – collaborateurs, fournisseurs, clients BtoB et BtoC, prestataires et partenaires financiers – nous avons structuré et formalisé la mission que nous souhaitons nous fixer en tant qu'entreprise :

« Suivre notre propre chemin pour incarner une mode durable et sensible qui valorise les savoir-faire textiles, soutient l'artisanat, cultive l'art des rencontres et promeut les partenariats longs en s'inscrivant dans une démarche consciente reposant sur le respect des Hommes et des ressources. »

Une version courte, volontairement plus conceptuelle que celle figurant dans nos statuts, a été créée afin de capter et retranscrire le fondement même de notre philosophie d'entreprise. Une phrase au fort pouvoir évocateur, concentrant l'essence de notre démarche et conçue pour accompagner au quotidien chaque action, chaque décision et chaque interaction.

Celle de « **Rendre le chemin parcouru plus beau encore que la destination.** »



NOS OBJECTIFS STATUTAIRES

Nous avons formulé nos quatre objectifs statutaires afin de donner corps à notre raison d'être et articuler nos différents projets d'entreprise :

1 produire des vêtements qui durent, avec un impact maîtrisé, dans la plus grande traçabilité possible

2 promouvoir l'artisanat, les métiers d'arts et les savoir-faire textiles

3 maîtriser nos consommations et engager nos collaborateurs dans l'écologie

4 partager nos valeurs et nos bonnes pratiques avec nos fournisseurs

Pour chacun de ces objectifs, nous avons ensuite travaillé à leur déclinaison concrète accompagnée d'actions spécifiques et de critères mesurables, pour poser les jalons du chemin à suivre tout en restant ancrés dans la réalité opérationnelle de notre entreprise :

OBJECTIF 1

Produire des vêtements qui durent, avec un impact maîtrisé, dans la plus grande traçabilité possible

1.1 Maintenir notre dynamique de sourcing responsable, d'éco-conception, de certifications et de production à moindre impact.

1.2 Mieux comprendre l'impact de nos produits et développer la traçabilité de nos chaînes d'approvisionnement pour une plus grande transparence auprès de nos clients.

OBJECTIF 2

Promouvoir l'artisanat, les métiers d'arts et les savoir-faire textiles

2.1 Poursuivre nos actions de promotion, de soutien, de transmission et de diffusion des savoir-faire artistiques et artisanaux.

2.2 Soutenir et promouvoir les savoir-faire textiles au travers de nos collections.

OBJECTIF 3

Maîtriser nos consommations et engager nos collaborateurs dans l'écologie

3.1 Mesurer, maîtriser / réduire nos impacts eau, énergie, déchets et carbone.

3.2 Sensibiliser et engager les collaborateurs.

OBJECTIF 4

Produire des vêtements qui durent, avec un impact maîtrisé, dans la plus grande traçabilité possible

4.1 Maintenir la dynamique d'audits de nos fournisseurs et renforcer la traçabilité et la cartographie de nos chaînes de valeurs.

4.2 Maintenir des relations équitables et durables avec nos fournisseurs tout en les accompagnant pour une plus grande performance sociale et environnementale.



II. notre comité de missions

Le comité de mission est l'instance chargée du suivi d'exécution de la mission et le référent pour en apprécier la pertinence, la cohérence, les moyens mis en œuvre pour l'honorer, mais également son degré d'ambition et l'avancée réelle de ses objectifs statutaires.

Nous y avons vu l'occasion idéale de créer un espace d'échanges et de réflexion, capable d'accompagner notre démarche, d'éveiller des remises en question et de nous aider à avancer continuellement sur le chemin que nous construisons.

De par sa représentativité et sa diversité, il nous permet d'avoir une perception extérieure à Sessùn, complète et experte sur les différents aspects de notre mission.

II. notre comité de missions

Le comité de mission est composé de 8 membres, complétés de 2 invitées permanentes :

Membres externes (par ordre alphabétique) :



Isabelle BOUDET

Cheffe de projet développement durable et responsable audits GALERIES LAFAYETTE –
Client B2B historique



Sarah CORNE

Partner impact FOUNDERS FUTURE
& Co-fondatrice SO GOOD –
Experte ESG & Innovation



Léa DHELIN

Responsable RSE SESSÙN –
Chargée de mission en interne



Wennassa GHERBOUDJ

Responsable RSE PELINTEX –
Fournisseur historique



Daphné JANSSAUD

Experte RSE –
Ancienne salariée SESSÙN



Françoise MOULIN

Professeure des écoles –
Cliente historique
photo ©Marie Pacifique Zeltner



Caroline PERDRIX

Co-Fondatrice ITINERANCE et TABLE,
Directrice Artistique BARTA STUDIO –
Experte savoir-faire & artisanat



Guillaume VIGOUROUX

Co-fondateur MARSATWORK –
Expert Raison d'être, Territoires & Communication

Invités permanents (par ordre alphabétique) :



Virginie BIRADE

Directrice EXPERIENCED CAPITAL –
Partenaire Actionnaire



Emma FRANCOIS GRASSET

PDG Fondatrice et Directrice Artistique SESSÙN



NOTRE PREMIÈRE RÉUNION

Définitivement constitué à la fin de l'année 2023, notre comité de mission s'est réuni pour la première fois en février 2024 avec pour objectif principal d'en initier la dynamique, de familiariser ses acteurs avec son fonctionnement et d'émettre une appréciation préliminaire sur les premiers éléments du modèle de mission de l'entreprise. Le comité a échangé sur les sujets suivants :

- **Fonctionnement et gouvernance du comité**
- **Appréciation de la raison d'être et des objectifs statutaires**
- **Pertinence de confier à chaque membre le suivi renforcé d'un nombre restreint d'objectifs statutaires**
- **Organisation d'entretiens individuels complémentaires pour approfondir l'analyse du modèle de mission**

Lors de cette première réunion, deux membres du Comité de Direction de Sessùn ont été invitées, en qualité de Secrétaire Générale et de Responsable Marketing et Digital, afin d'apporter un éclairage supplémentaire aux questions des membres, tout en bénéficiant de leurs perceptions sur la manière dont l'entreprise a formulé sa mission et entend la servir.

La raison d'être de Sessùn apparaît comme claire dans ce qui y était énoncé et exhaustive. Une précision a dû être apportée quant à la distinction faite entre sa version longue et courte. Sessùn a donc partagé l'importance à ses yeux d'avoir une raison d'être juridique complète et spécifique, tout en retranscrivant une formule plus conceptuelle et évocatrice, non assimilée aux statuts officiels.

Les objectifs statutaires et de leurs déclinaisons opérationnelles sont également apparus comme cohérents, construits et équilibrés dans leur ensemble. A été cependant soulignée l'absence de la dimension sociale interne, notamment du bien-être collaborateurs, dans le modèle présenté. Pour l'entreprise, il existe une distinction claire entre son rôle en tant qu'employeur et son ambition en tant que Société à Mission, non que les deux aspects ne soient pas liés et interdépendants, mais dans le fait que le bien-être des employés est un principe fondamental. C'est pour cela qu'il est un axe majeur de la politique de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise, qui se déploie en parallèle de la Société à Mission.



APPRÉCIATION DU MODÈLE DE MISSION PAR LE COMITÉ

” Le modèle de mission est à la fois assez ambitieux et porte l'effort permanent de l'entreprise, mais il reste pour autant simple et bien structuré avec deux objectifs opérationnels par objectif statutaire. Toute l'entreprise s'oriente autour de cette mission. ”

Guillaume VIGOUROUX

” Sessùn fait partie d'un secteur qui a ses dynamiques propres. Plus il y aura d'échanges et de comparatifs dans l'écosystème, mieux on pourra se positionner et se donner de bonnes perspectives. La marque a pris une longueur d'avance ces 10 dernières années mais le secteur évolue vite et les attentes sont nombreuses sur ces dimensions, il est donc important de suivre un chemin qui s'inscrit dans ce mouvement. ”

Virginie BIRADE



III. bilan de notre première année en tant que société à mission

Ce rapport est l'occasion de faire le bilan de l'année passée sur chaque objectif statutaire et il a été construit pour refléter le dialogue avec les membres du comité de mission. Leurs contributions, bien qu'encore limitées à quelques échanges, nous poussent à aller plus loin dans nos engagements mais aussi à clarifier nos ambitions et davantage valoriser nos avancées.

OBJECTIF 1

Produire des vêtements qui durent, avec un impact maîtrisé, dans la plus grande traçabilité possible

Cet objectif statutaire reflète notre volonté de réduire le plus possible l'impact de la conception et de la production de nos collections, et ce, à chaque étape de la vie de nos produits. Cela passe par :

- une excellente connaissance de nos fournisseurs
- une **traçabilité*** précise de notre chaîne d'approvisionnement
- un souci accru de la qualité et de l'**éco-conception*** des articles
- une sélection rigoureuse des matières entrant dans leur composition

LES MATIÈRES

Sessùn a toujours accordé une attention particulière au choix des matières qui composent ses collections et n'a eu de cesse de s'interroger sur les impacts liés à ses choix. Depuis 2019, nous avons engagé une transition vers des fibres plus responsables, que nous appelons « matières **moindre impact*** ». Notre ligne directrice est de privilégier ces matières au maximum, en ayant un suivi chiffré de leur proportion dans chacune de nos collections et en cherchant continuellement à l'augmenter. En complément, nous avons fixé des objectifs précis sur certaines fibres stratégiques, telles que la viscose, le cuir et le polyester.

DURABILITÉ

En parallèle, nous portons une haute exigence au design et à la qualité de nos produits de manière à ce qu'ils durent dans le temps. Nous prôtons une mode créative et intemporelle, construite autour d'un vestiaire d'essentiels faits pour être portés longtemps. C'est pour cela que nos collections intègrent une part importante de permanents et de reconduits, et que nous menons de nombreux tests sur nos articles.

Les informations complémentaires apportées par les ACV nous permettent d'aller plus loin dans notre travail d'éco-conception, en y incluant des réflexions sur la durée de vie et le niveau de **recyclabilité***.

En aval, nous souhaitons apporter des solutions à nos clients pour les aider à allonger la durée de vie de leurs produits, notamment à travers un service de retouche et de réparation qui pourrait être disponible en magasin.

AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

En parallèle, afin d'avoir une vision claire de l'impact de nos choix de conception et de production, nous avons initié un partenariat avec Fairly Made qui réalise les analyses de cycle de vie (**ACV***) de nos produits et nous permet d'en renforcer la traçabilité sur toute la chaîne d'approvisionnement.

Mis en place à partir de la collection Hiver 2023, hormis les bijoux pour lesquels la mesure d'impact n'est pas encore disponibles, ce travail de collecte de données nous permet d'avoir une évaluation précise et multicritère pour chaque article, tout en renforçant nos liens avec nos fournisseurs, tant au niveau de la transparence que de leur indispensable coopération.

Ainsi, nous pouvons proposer **l'affichage environnemental*** sur nos références en boutique, grâce à un QR code sur les étiquettes et allons déployer ce dispositif sur tous nos canaux de distribution courant 2024. Au-delà d'être proactifs sur les futures obligations de la loi AGECE, nous percevons ce nouvel outil comme un moyen d'offrir une plus grande clarté d'information à nos clients, sur le produit, sa fabrication et ses impacts.

FORMATION

Afin d'accompagner, sensibiliser, former et soutenir les collaborateurs dans leur rôle déterminant au sein de ce mouvement, nous avons mis en place des systèmes de reporting et des guides internes dédiés aux équipes Style et Production. Nous évoluons dans une démarche d'amélioration continue et c'est dans ce dessein que nous poursuivons nos recherches, restons attentifs aux innovations et maintenons une dynamique de formation transversale auprès de nos équipes.



	résultats 2023	objectifs	ambitions
Maintenir notre dynamique de sourcing responsable, d'écoconception, de certifications et de production à moindre impact	42% de matières Moindre impact sur les produits commercialisés en 2023 (hors la collection mariage "Oui").	Augmentation des matières moindre impact.	Assurer un approvisionnement global en matières durables avec au minimum plus de la moitié de nos matières en moindre impact en 2025 et des objectifs sur les fibres suivantes à 2025 : - 100% cuir certifié LWG - 100% viscose certifiée source durable - 100% polyester recyclé
	87% de matières non-synthétiques sur les produits commercialisés en 2023.	Minimum 95% de matières non-synthétiques (2025).	
	3/5 de recyclabilité moyenne sur les références analysées par Fairly Made depuis le début du partenariat.	Augmenter la recyclabilité.	
		Augmenter la durabilité : lancement d'un service retouche et réparation.	Augmenter, mesurer et valoriser la durabilité de nos produits.
Mieux comprendre l'impact de nos produits et développer la traçabilité de nos chaînes d'approvisionnement pour une plus grande transparence auprès de nos clients	69% références disposant d'une ACV et d'un affichage environnemental conforme à la loi AGECE.	- Augmenter la part de produits disposant d'une ACV et d'un affichage environnemental - Déploiement global de l'affichage environnemental : intégration des fiches produits sur le web, communication et formation auprès de nos collaborateurs	100% des références soumises à la loi AGECE disposent d'une AVC et d'un affichage environnemental conforme à la loi AGECE.

Traçabilité* : renforcer la traçabilité de nos produits permet de remonter les chaînes d'approvisionnement et ainsi d'identifier les fournisseurs de rangs 2 (production des tissus), 3 (transformation des matières premières) et 4 (production de matières premières).

Eco-conception* : efforts de réduction de l'empreinte environnementale d'un produit tout au long de son cycle de vie, au moment même de sa conception (choix des matières, fabrication, qualité et durabilité, facilité d'entretien, intemporalité dans l'usage et impact de sa fin de vie)

Moindre Impact* : matières dont la création nécessite moins de ressources ou cause moins de dommages que leur pendant traditionnel. Cela inclut les alternatives certifiées, biologiques ou recyclées de nos matières ainsi que les matières intrinsèquement durables comme le lin.

Recyclabilité* : facilité de transformation des matières composant le produit en nouveaux matériaux. Elle peut être renforcée en supprimant les perturbateurs de tri (boutons, zips...) et en favorisant le monomatière (un mélange de différentes fibres étant plus difficile à recycler car il faut les séparer)

Les ACV* évaluent les impacts environnementaux de nos produits tout au long de leur cycle de vie.

L'affichage environnemental* sera rendu obligatoire par la loi AGECE dès janvier 2025.



LE REGARD DE NOTRE COMITÉ DE MISSION

Les premiers échanges du comité ont mis en lumière un consensus quant à la complexité des arbitrages concernant le choix des matières, en regard :

- du nombre de facteurs à prendre à compte
- de l'appréciation propre à chacun des critères prioritaires
- et du manque de références officielles sur les aspects à privilégier

Cela renforçant la nécessité d'avancer selon une logique d'expérimentation et d'amélioration continue.

thème	avis du comité	commentaire de sessùn
Place du client dans la réflexion	Question sur l'absence de la mention des clients dans l'objectif.	Cet aspect de la mission leur est clairement dédié car il prend en compte leurs attentes spécifiques et a été formulé après leur consultation.
Affichage environnemental	Bien que très positif, le dispositif gagnerait à être plus intuitif et il faudrait accompagner davantage les clients dans sa lecture.	Cette analyse nous conforte dans les projets en cours visant à intégrer l'affichage environnemental sur le site e-commerce, enrichir notre FAQ et fournir un guide d'entretien complet.
	Sessùn pourrait travailler sur la traçabilité et les ACV des produits qui ne sont pas concernés par la loi AGEC comme les bijoux et le packaging.	Nous avons déjà souhaité mener l'expérience mais notre partenaire Fairly Made n'est pas encore en mesure de nous accompagner dans ce projet.
Matières à moindre impact	Bien que très stricte et différenciante, la définition propre à Sessùn du "moindre impact" devrait être explicitée (glossaire par exemple).	Il est entendu que nous maintenons notre dynamique de transition et allons améliorer notre communication et clarifier les concepts.
	Il serait plus impactant que la proportion annuelle dépasse la barre symbolique des 50% et soit aussi calculée pour les accessoires utilisés dans les produits (boutons, zips...).	La prochaine étape est de travailler sur l'éco-conception et la recyclabilité en amont, notamment sur les fournitures et accessoires (boutons, zips...) dont le sourcing et l'impact ne sont pas encore pilotés.
Service de réparation / retouche	Il serait plus impactant que la proportion annuelle dépasse la barre symbolique des 50% et soit aussi calculée pour les accessoires utilisés dans les produits (boutons, zips...).	La prochaine étape est de travailler sur l'éco-conception et la recyclabilité en amont, notamment sur les fournitures et accessoires (boutons, zips...) dont le sourcing et l'impact ne sont pas encore pilotés.
	Pour aller plus loin, il faudrait une communication forte, voire une prise en charge complète des coûts associés.	



” « Cet objectif me semble particulièrement pertinent et en accord avec ma propre démarche de consommation éco-responsable. Pour moi, Sessùn se distingue par sa volonté de questionner ses pratiques et d'adopter une approche plus durable. » ”

Françoise MOULIN



OBJECTIF 2

Promouvoir l'artisanat, les métiers d'arts et les savoir-faire textiles

L'histoire de Sessùn est intimement liée à l'art et à l'artisanat. En nourrissant depuis sa création un amour profond pour le beau, les savoir-faire, les spécificités culturelles et la création sous toutes ses formes, nous célébrons l'authenticité et la valeur irremplaçable du fait-main. De la même manière qu'il inspire nos collections, le travail des artistes et des artisans infuse tout notre processus créatif, l'aménagement de nos boutiques et nos choix de développement.

DANS NOS INITIATIVES DE SOUTIEN

C'est dans le prolongement de cette démarche et mus par la volonté de faire rayonner chaque jour davantage les créateurs, que nous avons structuré et mis en place des programmes de soutien et de valorisation spécifiques à destination des artistes et des artisans :

- **Floraison Créative**, un projet d'exposition itinérante pour lequel une carte blanche est donnée à cinq artisans et designers en les invitant à créer librement autour d'un thème.
- **Le Sessùn Craft Prize**, un concours international de design ouvert aux jeunes créateurs et récompensant les projets selon leur créativité, leur faisabilité, leur aspect éco-responsable et leur fonctionnalité.
- **Les Jolies Rencontres**, des portraits d'artistes et d'artisans mettant en avant leur démarche et leur pratique afin de valoriser leur savoir-faire et leur apporter la visibilité de nos différentes plateformes.

DANS NOS COLLECTIONS

Nous confions la réalisation de nos modèles à nos partenaires en fonction de leur savoir-faire, allant parfois jusqu'à refuser de diversifier nos lieux de production lorsqu'un seul de nos fournisseurs possède la technique nécessaire à la spécificité du produit. De la même manière, nous avons des engagements auprès de structures de petite taille ou familiales que nous cherchons à valoriser à travers la confection de certains modèles requérant une expertise spécifique.

Les tissus font également l'objet d'une attention particulière car ils sont le reflet de notre approche stylistique mais aussi de notre attention à leur qualité et à la sélection de nos fournisseurs. Nous cherchons à accroître la proportion de tissus européens dans la confection de nos produits à façon, tout en travaillant à soutenir davantage les savoir-faire français, dans leur développement et leur transmission. Nous partageons le plus possible ces informations avec nos clients, sur chaque fiche produit mais aussi via l'affichage environnemental.

DANS NOS MAGASINS ET DANS UN LIEU DÉDIÉ

Nous concevons nos boutiques, nos corners, mais également notre siège social, comme de véritables écrans reflétant notre art de vivre. Des lieux volontairement éloignés des standards, à l'accueil chaleureux, dans lesquels on vient s'habiller autant que s'inspirer. Nous veillons à conserver les spécificités historiques de chaque endroit, à valoriser le patrimoine culturel local et travaillons à leur aménagement en collaboration avec des architectes, des designers, des ébénistes, des artistes, mais surtout avec des artisans de métier.

En 2019, nous avons ouvert un espace dédié à la création – artisanale, artistique, culinaire et culturelle -, au partage et aux rencontres : **Sessùn Alma**.

Nous y dévoilons une curation d'objets d'art et d'artisanat, de livres, de collaborations et de séries limitées, dont le sourcing minutieux opère comme une mise en lumière d'artisans passionnés et de talents émergents. C'est également ici que nous organisons la majorité de nos ateliers dédiés au partage et à la transmission des savoir-faire, des moments privilégiés qui permettent des rencontres inspirantes, tout en renforçant l'accessibilité à la culture et à l'artisanat.

Pour aller plus loin dans la promotion et la diffusion des œuvres, nous avons enrichi certaines de nos boutiques françaises et espagnoles, ainsi que notre site web, d'une partie de cette offre de curation.

MESURER L'IMPACT DE NOS ACTIONS

Afin de comprendre les effets positifs de nos actions de promotion et de soutien, et identifier nos axes d'amélioration, nous avons mis en place un reporting dédié pour suivre un certain nombre d'indicateurs, dont la satisfaction des créateurs, l'évolution de leur visibilité, le nombre de personnes ayant bénéficié d'un accès à leur savoir-faire, le nombre de collectifs, artistes et artisans soutenus...

Nous effectuons également un suivi chiffré de la part des articles impliquant un savoir-faire spécifique dans leur confection (broderies, patchwork, faits main...) que nous avons nommé « Made in Savoir-Faire ».



	résultats 2023	objectifs	ambitions
Apporter de la visibilité et du soutien aux artistes et artisans, valoriser des savoir-faire et en mesurer l'impact positif	16 ateliers d'artisanat organisés en 2023 (dont 6 au siège et 10 chez Alma).	Ouvrir l'organisation d'ateliers d'artisanat en dehors de Sessùn Alma et du siège.	- Nouer davantage de partenariats et de collaborations avec des artistes et artisans tout en mesurant plus précisément l'impact positif généré par les projets - Développer un engagement sociétal formalisé pour promouvoir et soutenir les savoir-faire textiles
	Presque 6 millions de visibilité apportée en cumulé aux artisans et artistes.	Poursuivre les actions et en améliorer le suivi d'indicateurs tout en augmentant le nombre de leurs bénéficiaires.	
	103 artistes / artisans ont bénéficié de notre offre de curation.	Approfondir la mesure d'impact.	
Soutenir et promouvoir les savoir-faire textiles au travers de nos collections	15% de nos produits à façon sont composés de tissus Made in France.	Augmenter la part d'utilisation de tissus Made in France pour le produit à façon.	- Participer au renforcement du tissu économique local (France, Europe, Méditerranée) - Participer au développement / maintien de savoir-faire textiles locaux (France, Europe, Méditerranée)
	31% des produits commercialisés en 2023 sont confectionnés en Europe.	Augmenter la part des collections confectionnées chez des façonniers européens.	
	61% du CA 2023 est généré par la vente de produits issus d'un savoir-faire ("Made in savoir-faire" : qui contient un matériau issu d'un savoir-faire textile spécifique ou dont la confection requiert une expertise artisanale ou reflète un savoir-faire).	Augmenter la part de Made in Savoir-Faire et poursuivre le travail de valorisation.	



LE REGARD DE NOTRE COMITÉ DE MISSION

Cet objectif a suscité de nombreux échanges au sein du comité, notamment sur la notion de promotion de l'artisanat et l'intérêt spécifique porté aux savoir-faire français. Pour les membres, il est apparu essentiel de revitaliser son rôle dans la (re)mise en lumière du patrimoine industriel local. Mais ils ont également souligné que le contexte français, malgré sa fertilité, s'avère être un frein exogène aux ambitions de la marque. Il ne permet pas suffisamment de diversification et d'innovation dans le secteur textile et ne bénéficie pas d'une fédération active.

thème	avis du comité	commentaire de sessùn
Sessùn Alma	Le lieu est en parfaite cohérence avec l'ADN de Sessùn. Il apporte une grande valeur pour ses visiteurs et les artistes et artisans car il est un vecteur de visibilité incomparable et un espace de découverte de nouveaux créateurs précieux.	
La conception des boutiques	Le choix des matériaux et le fait qu'il y ait un réel travail de recherche de valorisation du patrimoine et de collaboration avec des artisans locaux, donne aux boutiques une valeur particulière.	Notre ambition est effectivement de mieux structurer ces actions afin de les partager et de les valoriser davantage. Nous travaillons également à un véritable projet d'engagement pérenne qui serait déployé à une plus vaste échelle et viendrait incarner totalement notre soutien aux savoir-faire et à l'artisanat.
	Cependant, la démarche et les efforts gagneraient à être davantage explicités, mis en avant et communiqués aux visiteurs afin de leur permettre de découvrir en détail les artistes et artisans et les éléments qui valorisent des savoir-faire locaux.	
Floraison Créative et le Sessùn Craft Prize	Ces deux projets sont très positifs et renforcent l'attachement de Sessùn à soutenir la création, bien qu'ils soient moins accessibles pour les clients et le grand public	
Made in Savoir-Faire vs. Made in Local	Ces deux ambitions ne semblent pas toujours compatibles et nécessiteraient peut-être d'être reformulées afin de faire jouer à Sessùn un rôle spécifique dans la redynamisation soit de filières textiles, soit de savoir-faire à une échelle française ou même méditerranéenne (voire aspirer à une internalisation d'une production locale, plus haut de gamme, sur une partie de la production ?).	
Engagement sociétal structuré sur l'artisanat et les savoir-faire textiles	Il semblerait qu'il y ait un véritable projet cohérent à définir de manière à apporter dans ces domaines un soutien pérenne qui soit en lien avec l'ADN et l'activité de Sessùn.	



” « L'engagement de la marque auprès d'associations comme la Maison des Femmes est honorable mais il serait plus cohérent pour Sessùn de soutenir des associations qui œuvrent pour la promotion des savoir-faire et de l'artisanat. » ”

Caroline PERDRIX

OBJECTIF 3

Maîtriser nos consommations et engager nos collaborateurs dans l'écologie

Tout l'engagement de la marque repose sur des décisions prises en pleine conscience et guidées par la volonté de toujours faire au mieux, mais surtout de mieux faire. C'est dans cette philosophie que nous envisageons notre rôle de Société à Mission et que nous souhaitons en faire une véritable culture, infusée dans toutes nos activités. Cela passe par l'application de ces préceptes au fonctionnement même de notre structure mais aussi en assumant un rôle d'exemplarité et d'éducation auprès de nos équipes.

BILAN CARBONE

Nous considérons que la compréhension de nos impacts est un prérequis indispensable à la mise en place de solutions pour chercher à les réduire et c'est pour cette raison que depuis trois ans nous avons décidé de mesurer notre **empreinte carbone*** annuelle. Cette démarche nous permet d'identifier les pôles d'activité les plus émetteurs et de développer des réponses afin d'agir efficacement à la réduction de nos émissions, sur chacun de nos **scopes***.

Nous réduisons notamment notre empreinte carbone en menant une politique de favorisation des transports de nos marchandises par voies maritimes ou terrestres, n'ayant recours qu'à hauteur de 11% au fret aérien pour notre logistique.

ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

Nous considérons que c'est la somme des actions collectives et individuelles qui constitue l'impact que Sessùn a en tant qu'entreprise et qu'il est donc essentiel d'embarquer nos collaborateurs dans une démarche de conscientisation, en leur offrant des moyens efficaces de se sensibiliser, de se former et d'agir.

Pour ce faire, nous intégrons des moments de sensibilisation aux différentes étapes du parcours collaborateur (intégration, séminaires) et en continu via la communication interne. L'objectif est de permettre à chaque métier de mettre en place des bonnes pratiques et de contribuer à la mission de l'entreprise.

Pour aller plus loin, nous avons ouvert la plateforme d'engagement **Vendredi*** à tous nos employés, afin de diffuser des programmes de sensibilisation sur une grande variété de thématiques sociales et environnementales (sobriété énergétique, handicap, égalité des genres...). La plateforme permet également de faciliter le passage à l'action, en mettant en relation nos collaborateurs avec des associations qui leur proposent des missions d'engagement sur leur temps libre. A partir de 2024, nous instaurons le **crédit engagement*** pour leur donner l'opportunité de s'engager sur leur temps de travail.

NOS CONSOMMATIONS

Un de nos chantiers prioritaires est la mesure, la réduction et la maîtrise de nos consommations d'eau, d'énergie ainsi que de nos volumes de déchets, tout en prenant en compte les spécificités et contraintes inhérentes à chaque périmètre, qu'il s'agisse de notre siège ou de nos boutiques implantées en France et en Europe. Nous avons déjà fait le choix d'alimenter notre réseau de magasins français via Enercoop et poursuivons la transition vers les énergies renouvelables dans les autres pays.

Au sein de notre siège social, nous avons mis en place un partenariat avec une structure spécialisée favorisant l'insertion sociale pour la prise en charge de nos déchets, qui sont triés et recyclés. Pour les déchets textiles, nous confions depuis des années nos défectueux et nos invendus à un professionnel du recyclage et du réemploi qui les transforme pour qu'ils soient réutilisés dans d'autres secteurs.

LE COMITÉ COLLINE

Nous avons souhaité rendre immédiatement concrète et opérationnelle la qualité de Société à Mission et puiser dans la force du collectif. Pour cela, nous avons créé un comité interne ayant pour rôle de fédérer autour de nos objectifs statutaires en proposant des idées afin de les incarner au quotidien. Composé de 3 collaborateurs du siège et de 3 collaborateurs des boutiques ayant pris mandat sur la base du volontariat, secondés par les responsables RH et RSE qui en sont membres permanents, le **Comité Colline** est le premier comité collaboratif au sein de l'entreprise. Au travers d'ateliers d'idéation, ses membres imaginent et organisent le déploiement d'actions adaptées à chaque typologie de métier, permettant ainsi à chaque employé d'être pleinement acteur de la Société à Mission.



	résultats 2023	objectifs	ambitions
Mesurer, maîtriser et réduire nos impacts relatifs à l'eau, l'énergie, les déchets et les émissions carbone	Nous avons consommé près de 500 000 kwh en 2023 dont 84% est d'origine renouvelable.	- Mise en place d'un reporting fiable et consolidé avec suivi des indicateurs sur un périmètre plus large (siège, retail, France, étranger). - Réduire et maîtriser les consommations pour tendre vers les objectifs de	Définition d'une stratégie de décarbonation alignée avec les Science Based Targets (SBT)*
	Nous avons réduit de 5% nos émissions de GES entre 2021 et 2022 sur les trois scopes (-17% en intensité carbone c'est à dire rapporté au CA annuel).		
	Nous avons réduit de 5% nos émissions de GES sur le scope 3 entre 2021 et 2022.		
	Nous avons consommé près de 1600 m3 d'eau sur l'année 2023.		
	Nous avons généré 78 tonnes de déchets dont 48% ont été recyclées.		
Sensibiliser et engager les collaborateurs	Les 3 tonnes de rebuts textiles générées en 2023 ont été 100% recyclées.	Continuer le rythme des ateliers du Comité Colline et déployer les actions qui en sont issues.	
	2 ateliers de 2h du Comité Colline (6/07/2023 et 7/12/2023).		
	13% des employés inscrits sur la plateforme Vendredi ont effectué des défis de sensibilisation (117 défis complétés).	- Poursuivre les actions de sensibilisation (numérique responsable, efficacité énergétique...). - Formations RSE pour les collaborateurs.	

Bilan carbone* : permet de calculer et suivre la quantité de gaz à effet de serre qu'une organisation émet du fait de son activité. Les émissions de gaz à effet sont segmentées selon 3 scopes.

Scopes* : nous mesurons notre empreinte carbone sur les trois scopes selon les normes du GHG Protocol. Le scope 1 pour les émissions directes de l'entreprise, le scope 2 pour les émissions indirectes liées aux consommations énergétiques et le scope 3 pour les émissions liées aux opérations en amont, en aval et aux activités support.

Vendredi* : plateforme d'engagement qui met les collaborateurs en relation avec des associations pour qu'ils puissent effectuer des missions. Elle héberge aussi des parcours de sensibilisation thématiques gamifiés.

Crédit engagement* : aussi appelé "mécénat de compétences", le crédit engagement est un avantage offert aux salariés leur permettant de s'engager auprès d'une association sur leur temps de travail.

Les Science-Based Targets* aident les entreprises à fixer des objectifs et une trajectoire de réduction carbone compatibles avec l'Accord de Paris et donc conformes aux préconisations scientifiques.



LE REGARD DE NOTRE COMITÉ DE MISSION

Pour le comité, cet objectif met en lumière un défi majeur : celui de la difficile harmonisation des pratiques entre le siège et les boutiques (notamment celles implantées dans des pays où les normes sont différentes). Il est convenu que ce premier exercice doit être dédié à la mise en place du dispositif, avant de pouvoir évoluer progressivement, de manière séquencée :

- Année 1 : point de départ (mise en place des moyens, conditions, outils et indicateurs) et sensibilisation
- Année 2 : année de référence permettant de faire l'état des lieux, de mesurer et de fixer des objectifs plus précis tout en activant le déploiement
- Sur les années suivantes, nous pourrions mesurer l'évolution des impacts à partir de l'année de référence.

thème	avis du comité	commentaire de sessùn
Importance des collaborateurs	Il est incontestable que les collaborateurs sont au cœur de la démarche car sans leur implication et sans changement de comportement, le bilan ne pourra évoluer. Pour cela, il est indispensable que chacun ait une vision de la démarche dans sa globalité, de l'engagement de l'entreprise, mais également de quelles manières il peut participer et contribuer à son échelle à l'atteinte des objectifs.	L'une de nos priorités en 2024 est bien la mise en place de reportings consolidés afin d'avoir une vision globale et précise qui servira de socle de référence pour la suite. Nous considérons cette première étape comme indispensable pour déployer de manière construite, homogène et pérenne notre d'action pour les années à venir.
Leviers d'engagements	Pour embarquer et fédérer, plusieurs leviers peuvent être utilisés : - communication interne et externe (ou l'art de raconter l'histoire des actions et la manière de montrer le chemin) - outils de reporting avec des indicateurs évolutifs en fonction du niveau de maturité - sensibilisation adaptée aux différents profils, soutenue par une multiplication des temps forts afin de créer une véritable culture d'engagement <i>Attention à rester cohérent, particulièrement dans le cadre de Vendredi où il existe un risque de dispersion des thématiques.</i>	Cet objectif statutaire exprimant la quintessence du rôle-clé joué par l'engagement des collaborateurs dans l'épanouissement de Sessùn en tant que Société à Mission, la sensibilisation et la communication internes sont les deux piliers stratégiques à asseoir en 2024.
Consommations et déchets	Il est important de considérer le sujet de la surproduction lorsqu'on traite de l'enjeu des déchets textiles. Il faudrait se donner les moyens d'analyser les quantités produites et quantités d'invendus (catégories, références) afin de rationaliser les achats et produire plus juste, quitte à favoriser l'écoulement des stocks et augmenter la désirabilité des articles. Pour aller plus loin, il serait pertinent d'intégrer à cet objectif l'enjeu de la préservation des ressources et de la biodiversité.	Nous sommes en parfait accord avec les recommandations du comité. Des réflexions et des actions autour de la rationalisation de l'offre, des achats et d'écoulement sont déjà en cours.



” « Lancer une vraie trajectoire d'impact demande de la mobilisation et c'est tout un art d'essayer d'engager, de donner envie, sans que ce soit une contrainte. » ”

Sarah CORNE

” « Il faut une compréhension globale de l'ensemble et il y a donc un sujet de communication interne pour faire comprendre les actions, embarquer, faire de la pédagogie, comprendre la part de chacun, la contribution du colibri. Ce qui est important c'est le pas. (la beauté est dans le chemin). » ”

Guillaume VIGOUROUX



OBJECTIF 4

Partager nos valeurs et nos bonnes pratiques avec nos fournisseurs

Chaque fournisseur avec lequel nous nous engageons est le fruit d'un choix délibéré. Nous recherchons avant tout des partenaires pour qui la qualité, l'engagement et les conditions de production sont essentiels et chez qui nous trouvons de véritables savoir-faire permettant de réaliser avec précision et expertise les modèles que nous concevons. Nous cherchons à faire évoluer ensemble les pratiques du secteur pour faire face aux enjeux liés au contexte actuel, qu'ils soient sociaux, économiques ou environnementaux.

RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE

Nous suivons la répartition géographique de nos productions depuis plusieurs années et nous rendons cette information transparente sur notre site internet. Nous choisissons nos fournisseurs pour leur savoir-faire, qui sont souvent rattachés à des traditions textiles locales ou des industries historiquement implantées. C'est pourquoi nous faisons notamment le choix de maintenir une partie de nos productions en Chine et en Inde, malgré la distance, car nous les confions à des partenaires avec lesquels nous avons tissé des relations de confiance et qui détiennent des savoir-faire inimitables.

TRAÇABILITÉ

En parallèle, le projet de traçabilité que nous menons avec **Fairly Made** nous aide à affermir nos relations et la coopération avec nos fournisseurs, puisqu'il repose sur leur collaboration dans le partage d'informations. Au plus la collecte de données est d'une qualité suffisante, au plus elle favorise la remontée des chaînes d'approvisionnement, nous permettant ainsi d'identifier toujours plus de fournisseurs appartenant à notre écosystème, jusqu'à ceux impliqués dans la confection, l'élevage ou la culture des matières premières.

FOURNISSEURS HISTORIQUES

Nous souhaitons promouvoir les partenariats longs car nous avons à cœur de développer et maintenir avec nos fournisseurs des relations aussi pérennes qu'équilibrées, conscients également du rôle économique que nous jouons parfois pour eux. C'est pour cela que nous avons mis en place des indicateurs de suivi quant à la proportion de nos produits fabriqués avec ce que nous appelons nos « **fournisseurs historiques*** », les partenaires avec lesquels nous travaillons depuis plus de 10 ans, parfois même beaucoup plus.

AUDITS

Un des prérequis à l'évolution des usages est de connaître avec précision les conditions réelles de production de nos articles, de manière à pouvoir engager nos fournisseurs à nos côtés dans une démarche d'amélioration continue. Outre les visites régulières de nos équipes, nous poursuivons une politique d'**audit*** globale et construite.

Nous avons renforcé cette démarche en devenant membre de l'**ICS*** en 2020 et en adoptant leurs standards, considérés comme les plus exigeants du secteur. Grâce à la plateforme ICS qui permet aux membres de collaborer avec des outils partagés et de mutualiser les audits, nous contribuons à réduire les sollicitations inutiles auprès de nos partenaires. La plateforme nous permet aussi d'accompagner les usines auditées à travers leur plan d'action correctif, en les guidant dans la mise en place de bonnes pratiques. Pour aller plus loin, nous souhaitons explorer l'outil de **checklist environnementale*** de l'ICS qui permet de recenser et de vérifier les pratiques environnementales au sein de nos usines partenaires.

CHARTÉ ÉTHIQUE

Le point de départ de toutes nos relations est la cosignature de notre **Charte Éthique*** qui vise à encadrer les pratiques en partageant avec nos partenaires notre vision et nos attentes, tout en les accompagnant dans l'amélioration de leurs pratiques. Elle couvre nos exigences sociales (respect des droits de l'Homme, conditions de travail, pratiques illicites et dangereuses) ainsi que nos attentes sur les pratiques environnementales (gestion des déchets, des énergies ou des effluents).

Ce cadre sera renforcé en 2024 par une nouvelle version du cahier des charges fournisseurs, pour passer d'un document initialement technique à un outil intégrant davantage de bonnes pratiques sociales et écologiques.



	résultats 2023	objectifs	ambitions
Maintenir la dynamique d'audits de nos fournisseurs et renforcer la traçabilité et la cartographie de nos chaînes de valeur	75% de fournisseurs audités en 2023.	- Mise en place d'un reporting fiabilisé - Plan d'audits priorisé pour les fournisseurs rang 1 - Lancement des audits fournisseurs de rang 2 - Cartographie via l'ICS	Auditer 100% de nos fournisseurs de rangs 1 et de nos fournisseurs de rangs 2 pour le produit à façon.
	2,6/5 note de traçabilité moyenne (pas encore d'évolution disponible).	Renforcer l'implication des fournisseurs dans le travail de traçabilité et de collecte de données avec Fairly Made.	
Sensibiliser et engager les collaborateurs	92% des fournisseurs ont signé la charte éthique.	- Diffusion du nouveau cahier des charges - Reporting % signature cahier des charges	Audits environnementaux des fournisseurs de rang 1 de nos permanents.
	51% des produits commercialisés en 2023 ont été confectionnés par des fournisseurs historiques.	Reporting fournisseurs historiques et nouveaux fournisseurs.	
	Lancement des premières checklist environnementales.	Campagne et suivi du remplissage des checklist environnementales ICS.	

Audit* : évaluation de conformité des usines par un organisme tiers. A ce jour, nous menons des audits sociaux qui mesurent la performance sociale de nos partenaires (santé/sécurité, rémunération, droits de l'Homme...)

ICS* : l'Initiative for Compliance and Sustainability est une initiative intersectorielle qui a pour volonté d'améliorer les conditions de travail et qui fournit les standards d'audit les plus exigeants du secteur.

Charte éthique* : exprime clairement vis-à-vis des fournisseurs et de nos collaborateurs les principes de base selon lesquels nous développons notre activité.

Checklist environnementale ICS* : outil permettant de collecter des données environnementales sur les usines (consommations d'eau, d'énergie, gestion des déchets et émissions carbone).

Fournisseurs historiques* : partenaires avec lesquels nous collaborons depuis plus de 10 ans.



LE REGARD DE NOTRE COMITÉ DE MISSION

Le comité de mission comptant parmi ses membres un de nos fournisseurs historiques ainsi que la responsable des audits des Galeries Lafayette, nous avons pu recevoir les points de vue à la fois d'un de nos partenaires directs et d'une marque qui partage les mêmes problématiques que nous.

thème	avis du comité	commentaire de sessùn
Audits et traçabilité	Les audits sociaux des fournisseurs de rang 1 sont bien réalisés selon les standards ICS et le plan établi pour leur priorisation s'est montré efficace au fil des collections. Néanmoins, les audits des fournisseurs de rang 2 vont certainement s'avérer beaucoup plus compliqués à réaliser, étant donné que Sessùn y représente un poids plus faible ce qui rendra difficile d'imposer des vérifications. Il semblerait plus réaliste de revoir le niveau d'ambition et de prioriser les fournisseurs directs.	La vision du comité nous est apparue comme très pertinente et nous a permis d'affiner notre stratégie d'audit pour qu'elle soit constructive et réaliste. Grâce aux échanges, il a été décidé que les audits sociaux de notre rang 2 ne porteraient dans un premier temps que sur les fournisseurs impliqués dans la production de nos produits à façon, par ordre de poids économique. De la même manière, en alignement avec les recommandations du comité, il a été déterminé que le plan d'audits environnementaux ciblerait en priorité les lieux de production de nos articles permanents.
	Les audits environnementaux sont encore peu répandus dans l'industrie et menés uniquement par les grands groupes. Même s'il s'agit d'un excellent outil, il est important d'ajuster les ambitions, quitte à ne couvrir pour le moment qu'une catégorie de produits spécifiques. En revanche, exploiter la checklist environnementale de l'ICS peut tout à fait s'avérer un moyen suffisant et efficace pour dresser un premier état des lieux.	
	À terme, il serait cohérent que les audits sociaux soient un prérequis à tout nouveau lancement d'achat, afin que la vérification et la traçabilité soient faites en amont.	
	De manière plus globale, étant donné que Sessùn travaille activement au choix de ses matières pour réduire leur impact, il faudrait aller plus loin dans l'implication des fournisseurs au sein de cette démarche, en partageant de manière plus formelle et régulière ses exigences.	
Relations et accompagnement	Il est indéniable que Sessùn met un point d'honneur à entretenir des relations de qualité, équitables et durables avec ses fournisseurs. Cependant, l'indicateur de suivi sur les fournisseurs historiques n'est peut-être pas totalement adapté car il est impacté par les choix liés à la mitigation des risques d'approvisionnement. Bien que Sessùn continue à travailler avec ses fournisseurs historiques sur les mêmes niveaux de volume, l'augmentation globale des quantités produites et l'intégration de certains nouveaux fournisseurs fait apparaître ces partenariats forts à la baisse, en dépit de leur importance.	Il s'agit effectivement d'un point notable car l'enjeu pour l'entreprise est d'avoir un indicateur permettant de refléter les efforts fournis pour maintenir des partenariats de long-terme avec ses fournisseurs, tout en s'adaptant à un contexte d'approvisionnement de plus en plus complexe. Actuellement, il semble toujours intéressant de mesurer la part des collections produite par nos fournisseurs historiques, même si la courbe de leur évolution ne permet pas d'en appréhender toute la positivité, tout en suivant attentivement le rapport de proportion corrélié à l'arrivée de nouveaux partenaires.



” « Améliorer l'impact environnemental du secteur est un travail commun pour lequel il est essentiel que chacun s'implique à son niveau. C'est l'effort collectif qui permettra d'avoir un véritable impact. » ”

Wennassa GHERBOUDJ

IV. perspectives et orientations

Ce rapport marque la conclusion de notre première année en tant que Société à Mission et nous renforce dans notre volonté de poursuivre sur ce chemin fertile, structurant et profondément enrichissant.

Les échanges avec le comité de mission ont permis de nourrir nos réflexions, élargir nos perspectives, ajuster nos ambitions, tout en nous recentrant sur certains points essentiels. L'émulsion créée est une belle illustration du rôle fondamental joué par le comité dans l'accompagnement de la démarche de Sessùn, aussi bien sur les aspects stratégiques que sur les sujets très opérationnels.

La fécondité du dialogue, la pluralité des points de vue, la justesse de la compréhension de nos problématiques et la richesse des rapports humains nous confortent également quant à la qualité de la composition du comité et à la pertinence du choix de ses membres. Nous nous sentons soutenus, encadrés, stimulés et accompagnés pour conduire, faire vivre et s'épanouir un modèle de mission à la fois exigeant et cohérent. Et ce, malgré le peu de temps d'échange que nous avons pu avoir sur cette première année.

Guidés par notre raison d'être, nous considérons le fait d'être devenus Société à Mission comme partie intégrante de notre démarche d'amélioration continue et la poursuite de notre chemin vers un modèle d'entreprise plus durable. Nous continuons à apprendre et à évoluer dans une approche collaborative avec nos parties prenantes, qu'elles soient internes ou externes, qui nous éclairent de leur vision, de leur perception et de leurs attentes sur de nombreux sujets.

Cette première année, marquée par la structuration en profondeur de notre modèle mission, vient articuler la transition vers l'étape suivante, celle de l'allocation des moyens et la mise en place des dispositifs nécessaires à l'accélération progressive de nos réalisations dans le futur.

Notre feuille de route est claire : suivre le plan d'action défini pour chaque objectif, préciser la mesure des indicateurs et poursuivre les échanges avec nos comités, en fédérant toute l'entreprise et son écosystème autour de l'engagement de toujours faire au mieux avec la volonté indéfectible de mieux faire.

Car ce qui importe, ce n'est pas simplement l'atteinte des objectifs, mais bien le questionnement, les rencontres, les projets, les échecs dont on apprend et les succès que l'on partage, qui ponctuent notre route et nous font grandir chaque jour.



LA BEAUTE
EST DANS
LE DEHAIR

sessùn

Avis de l'organisme tiers indépendant relatif à la vérification de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

SAS Sessùn
1 rue du Capitaine Dessemond
13007 Marseille

Aux associés,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant (« tierce partie ») accrédité par le COFRAC validation/vérification sous le numéro 3-2190¹, nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que votre entité s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission telles que présentées dans le rapport du comité de mission et relatives à la période allant du 06/03/2023 au 31/12/2023, joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce.

Contexte

La SAS Sessùn a pris la qualité de société à mission au début de l'année 2023. Elle a mis en place un plan d'action lié à son cœur de métier pour répondre aux objectifs sociaux et environnementaux de sa mission.

Elle a également constitué un comité de mission composé de parties prenantes internes et externes, expertes sur les différentes dimensions de la mission de la SAS Sessùn. Ce comité de mission s'est réuni une première fois en février 2024.

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, sur le périmètre concerné par la

¹ Portée disponible sur le site www.cofrac.fr

Référence de l'avis : SESS-2023-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification² :

- le lien entre la raison d'être inscrite dans ses statuts et l'activité de la société ;
- le lien entre les objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans ses statuts et l'activité de la société ;
- le suivi de l'exécution de la mission par le comité de mission ;
- les conclusions favorables du comité de mission sur la pertinence des objectifs ;
- la possibilité de vérifier l'exécution des objectifs ;
- le fait que l'entité ait mis en œuvre des moyens adéquats pour chaque objectif social et environnemental retenu en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrit dans ses statuts ;
- le fait que l'entité ait atteint les résultats qu'elle a définis à la fin de la période couverte par la vérification, pour chaque objectif social et environnemental retenu en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrit dans ses statuts ;

Par conséquent,

- la société Sessùn respecte chacune des conditions de l'article L 210-10 lui permettant de faire état de la qualité de société à mission ;
- la société Sessùn respecte les objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est donnés pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux.

Commentaires

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous formulons les commentaires suivants :

- La SAS Sessùn a réalisé un travail important pour fiabiliser la collecte et la consolidation des données pour le suivi des indicateurs du modèle de mission.
- L'année 2023 a permis la construction des objectifs opérationnels et le choix des actions et des indicateurs associés sans que des cibles et des trajectoires aient encore été définies pour chaque objectif opérationnel.
- L'objectif statutaire « Produire des vêtements qui durent, avec un impact maîtrisé, dans la plus grande traçabilité possible » est partiellement décliné dans les objectifs opérationnels, actions et indicateurs du modèle de mission. Néanmoins, les entretiens menés avec différentes parties prenantes et l'analyse des processus de production montrent que cet objectif statutaire est réellement adressé et qu'il s'agit davantage d'un problème de formalisation et de structuration du modèle de mission.
- L'indicateur portant sur les tonnes de déchets (objectif statutaire « Mesurer, maîtriser et réduire nos impacts relatifs à l'eau, l'énergie, les déchets et les émissions carbone ») inclut

² La société a pour raison d'être :

Suivre son propre chemin pour incarner une mode durable et sensible qui valorise les savoir-faire textiles, soutient l'artisanat, cultive l'art des rencontres et promeut des partenariats longs en s'inscrivant dans une démarche consciente reposant sur le respect des hommes et des ressources

Et pour objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans ses statuts :

- Produire des vêtements qui durent (tests, garantie, réparabilité) avec un impact maîtrisé (matières naturelles, aérien, certification oeko-tex, substances bannies), dans la plus grande traçabilité possible
- Promouvoir l'artisanat, les métiers d'art et les savoir-faire textiles (ateliers, boutiques, partenaires spécialisés)
- Maîtriser ses consommations (énergie, eau, papier) et engager ses collaborateurs sur l'écologie (réunions, infrastructures, actions [collectes, ateliers... crédit formation 5h/an])
- Partager ses valeurs et ses bonnes pratiques avec ses fournisseurs (charte éthique, audit, partenaires long terme)

Référence de l'avis : SESS-2023-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

à la fois les déchets textiles et non textiles. Pour le calcul des déchets produits par les boutiques, l'indicateur est issu d'une estimation cohérente mais qui pourrait être affinée.

Préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux doivent être lues et comprises en se référant aux procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans le rapport du comité de mission.

Limites inhérentes à la préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

Les informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations présentées sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement...

Responsabilité de l'entité

Il appartient à l'entité :

- de constituer un comité de mission chargé d'établir annuellement un rapport en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce ;
- de sélectionner ou d'établir des critères et procédures appropriés pour élaborer le Référentiel de l'entité ;
- de concevoir, mettre en œuvre et maintenir un contrôle interne sur les informations pertinentes pour la préparation du rapport du comité de mission ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultant d'erreurs ;
- d'établir les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux conformément au Référentiel et mises à disposition du comité de mission.

Il appartient au comité de mission d'établir son (ses) rapport(s) en s'appuyant sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux transmise par l'entité et en procédant à toute vérification qu'il juge opportune.

Ce(s) rapport(s) est (sont) joint(s) au rapport de gestion et présenté à l'assemblée chargée de l'approbation des comptes de la société.

Référence de l'avis : SESS-2023-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

En application des dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce, il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur le respect par l'entité des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires, notamment de la norme NF EN ISO/IEC 17029, et des règles déontologiques applicables.

Dispositions réglementaires et textes applicables

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions de l'article R. 210-21, A. 210-1 et A. 210-2 du code de commerce, à la norme NF EN ISO/IEC 17029 et à notre programme de vérification³ (Programme vérification société à mission Aupeam-A1-v1).

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 2 personnes et se sont déroulés entre avril 2024 à mai 2024 sur une durée totale d'intervention de 4 semaines.

Nous avons notamment mené 16 entretiens avec les personnes responsables de la préparation des informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, la direction, des membres du comité de mission, des parties prenantes internes et externes et réalisé deux visites sur site (siège et boutique).

Nature et étendue des travaux

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies

³ Notre programme de vérification comprend les étapes suivantes :

0. Revue de pré-engagement et lettre de mission
1. Réunion de lancement et planification, prise de connaissance
2. Exécution de la vérification : vérification de la cohérence de la mission
3. Exécution de la vérification : analyse du rôle du comité de mission
4. Exécution de la vérification : vérification de l'exécution de la mission (moyens et résultats)
5. Revue des travaux par le signataire, non-impliqué dans l'exécution de la vérification, et décision
6. Avis motivé et restitution de nos travaux

Référence de l'avis : SESS-2023-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

significatives sur les informations relatives à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que l'entité se donne pour mission de poursuivre sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée.

Nous avons pris connaissance des activités de l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission, de la formulation de sa raison d'être ainsi que ses enjeux sociaux et environnementaux.

Nos travaux ont porté sur :

- d'une part, la cohérence des objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrits dans ses statuts, de la raison d'être de l'entité précisés dans ses statuts (ci-après « raison d'être ») et de son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux ;
- d'autre part, l'exécution de ces objectifs.

Concernant la cohérence des objectifs, de la raison d'être et de l'activité de l'entité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux nous l'avons appréciée au regard d'une part, de son activité et d'autre part, des objectifs opérationnels qu'elles a retenus :

1. Lien entre la raison d'être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus avec l'activité de l'entité

- Nous avons conduit des entretiens destinés à apprécier l'engagement de la direction et des membres de la gouvernance au regard des attentes des principales parties prenantes internes ou externes concernées par l'activité de l'entité.
- Nous avons apprécié les processus mis en place pour structurer et formaliser cette démarche en nous appuyant sur :
 - les informations disponibles dans l'entité (par exemple, procès-verbaux des réunions du conseil, échanges avec le comité social et économique, comptes rendus ou support des réunions avec des parties prenantes internes ou externes, analyses des risques) ;
 - la feuille de route de société à mission (ou le modèle de mission) et le dernier rapport du comité de mission établi depuis la dernière vérification ;
 - le cas échéant, ses publications (par exemple, plaquette commerciale, rapport de gestion, rapport intégré, déclaration de performance extra-financière, sur le site internet).
- Nous avons apprécié si la raison d'être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus :
 - sont explicites et permettent à un lecteur qui ne connaît pas l'entreprise d'identifier son activité ;
 - permettent de comprendre la contribution de l'entreprise à la société et si l'entreprise est en capacité de maîtriser et d'agir sur ses enjeux sociaux et environnementaux ;
 - se distinguent de ceux des autres sociétés à mission du même secteur ;
 - sont alignés avec le modèle d'affaire de l'entité ; nous avons vérifié notamment que le chiffre d'affaires de l'entité n'est pas déconnecté de sa raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus et que l'évolution du chiffre d'affaires n'est pas potentiellement sans rapport avec sa raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus voire partiellement contradictoire ;
 - sont exprimés avec des termes précis en lien avec l'activité de l'entreprise et non avec des termes génériques.

2. Cohérence et articulation de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux au regard des objectifs opérationnels retenus

Référence de l'avis : SESS-2023-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

- Nous avons apprécié si :
 - les objectifs statutaires sont cohérents avec la raison d'être, s'ils constituent des leviers pour l'accomplir ou des engagements sur la façon de l'accomplir ;
 - les objectifs opérationnels contribuent à l'atteinte de l'objectif statutaire (ou au respect de l'engagement correspondant) et s'ils sont indispensables pour l'atteindre ;
 - l'atteinte des objectifs opérationnels apportera une preuve convaincante de l'atteinte de l'objectif statutaire ou du respect de l'engagement correspondant ;
 - les objectifs opérationnels sont vérifiables et si les mesures retenues sont cohérentes avec eux.
- Nous avons ainsi apprécié, compte tenu de l'activité de l'entité, la cohérence entre :
 - les informations collectées ;
 - la raison d'être et
 - les objectifs sociaux et environnementaux formulés dans les statuts.

Concernant l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous avons vérifié l'existence d'objectifs opérationnels et d'indicateurs clés de suivi et de mesures de leur atteinte par l'entité à la fin de la période couverte par la vérification, nous avons apprécié si l'entité a mobilisé les moyens adéquats au regard de ses ressources et du plan d'action défini et si les objectifs opérationnels sont cohérents avec les valeurs attendues des trajectoires définies par l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Pour ce faire, nous avons réalisé les diligences suivantes :

- Prise de connaissance :
 - nous avons pris connaissance des documents établis par l'entité pour rendre compte de l'exercice de sa mission, notamment les dispositions précisant les objectifs opérationnels et les modalités de suivi qui y sont associées, ainsi que le rapport du comité de mission ;
 - nous avons échangé avec le comité de mission sur son appréciation de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux et, le cas échéant, avec les parties prenantes pour les objectifs qui les concernent. Par ailleurs, nous avons revu l'analyse présentée dans le rapport du comité de mission, les résultats atteints à échéance des objectifs opérationnels en regard de leurs trajectoires définies, pour permettre d'apprécier le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;
- Moyens mobilisés :
 - par entretien avec l'organe de direction de l'entité, nous avons apprécié les moyens financiers et non financiers mis en œuvre pour le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;
 - nous avons apprécié, au regard de l'évolution des affaires sur la période, l'adéquation de ces moyens et de ceux visant spécifiquement au respect des objectifs opérationnels par rapport à leurs trajectoires ;
- Sincérité des indicateurs de performance :
 - nous avons vérifié la présence dans le rapport du comité de mission d'indicateurs de performance cohérents avec les objectifs opérationnels et aptes à démontrer leur positionnement sur les trajectoires définies ;
 - nous avons apprécié la sincérité de l'ensemble de ces indicateurs et, notamment nous avons :
 - apprécié le caractère approprié du Référentiel de l'entité au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible ;
 - vérifié que les indicateurs couvrent l'ensemble du périmètre concerné par la qualité de société à mission ;

Référence de l'avis : SESS-2023-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

- pris connaissance des procédures de contrôle interne mises en place par l'entité et apprécié le processus de collecte visant à la sincérité de ces indicateurs ;
 - mis en œuvre des contrôles et des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - mis en œuvre des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres méthodes de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés s'il y a lieu par des vérifications sur site et au siège de l'entité et couvrent entre 20% et 100% des données utilisées pour le calcul des indicateurs ;
 - apprécié la cohérence d'ensemble du rapport du comité de mission au regard de notre connaissance de l'entité et du périmètre concerné par la qualité de société à mission.
- dans le cas où un ou des objectifs sociaux et environnementaux ne sont pas atteints, nous avons pris connaissance des raisons le justifiant, présentées dans le rapport du comité de mission. Au regard du contexte de la société, nous avons apprécié si ces raisons sont liées à des circonstances exceptionnelles, extérieures à l'entité, ne pouvant pas être anticipées au moment où les objectifs opérationnels ont été définis.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance modérée⁴ sont moins étendues que celles requises pour une assurance raisonnable ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Clamart, le : 28/05/2024

L'Organisme Tiers Indépendant,
Aupeam



Marie Sabadie-Benoit
Associée

⁴ L'assurance modérée est le niveau d'assurance requis pour la vérification des objectifs sociaux et environnementaux des sociétés à mission.