



RAPPORT CSR

2009 Responsabilité Sociale d'Entreprise

옷을 바꾸고, 의식을 바꾸고, 세계를 바꿔나간다.

Changing clothes. Changing conventional wisdom.
Change the world.

► Profession de foi du groupe FAST RETAILING

Changer la façon de s'habiller, sortir des sentiers battus, et proposer une autre vision du monde

Le groupe FAST RETAILING s'engage à faire connaître à tous le plaisir, le bonheur de porter de bons vêtements grâce à la création de vêtements d'une authentique qualité porteurs de valeurs inédites. Nous contribuons à l'enrichissement de la qualité de vie de chacun, à travers nos activités originales orientées vers un développement en harmonie avec la communauté.

服を変え、常識を変え、世界を変えていく

改变服装, 改变常识, 改变世界

Table des matières

Profession de foi du groupe FAST RETAILING	1
Message du Président	3
Faits Saillants des Activités de CSR d'UNIQLO	7
Thème 1 Système de contrôle de la qualité et de la sécurité d'UNIQLO Mesures pour la Sûreté, la Sécurité et la Haute Qualité	9
Thème 2 Conduite avec éthique et intégrité en tant que citoyenne du monde Mettre le plus possible les vêtements en valeur Activité de Recyclage de Tous les Produits UNIQLO	13
Pour nos clients	17
Pour nos entreprises partenaires	21
Pour nos employés	25
Pour la communauté et l'environnement	29
Gestion et Observance de la CSR	35
Profil et Activités du groupe FAST RETAILING	39

Politique rédactionnelle

Le « rapport CSR 2009 » de FAST RETAILING est publié sur base de sa philosophie d'entreprise, FAST RETAILING WAY, afin de montrer clairement sa responsabilité sociale accompagnée de ses activités d'entreprise.

Dans la partie relative à chaque partie prenante, nos administrateurs et nos employés présentent non seulement les activités en progression mais aussi les domaines pour lesquels nous n'avons pas encore suffisamment pris de mesures pour pouvoir accueillir les avis francs de toutes les parties prenantes pour une amélioration future.

Veuillez consulter nos rapports annuels et notre site web (<http://www.fastretailing.com>) pour obtenir des renseignements sur l'entreprise et des données supplémentaires.

Durée objective du rapport

- De septembre 2007 à août 2008
- Les chiffres cités dans le rapport sont les résultats de l'exercice, sauf mention contraire.
 - Concernant les points particulièrement importants, nous avons mis dans la mesure du possible la dernière information dans ce rapport.

Date de publication

Janvier 2009 (Publication annuelle, la publication de la prochaine version est prévue en janvier 2010.)

Demande de renseignements sur ce rapport

Service Responsabilité Sociale d'Entreprise
FAST RETAILING CO., LTD.
E-mail : FR_G_frgcsr@fastretailing.com

FAST RETAILING WAY
(Philosophie d'entreprise du groupe FR)

Profession de foi
Changer la façon de s'habiller,
sortir des sentiers battus,
et proposer une autre vision du monde

Notre mission

Le groupe FAST RETAILING s'engage :
• à faire connaître à tous le plaisir, le bonheur de porter de bons vêtements grâce à la création de vêtements d'une authentique qualité porteurs de valeurs inédites ;
• à contribuer à l'enrichissement de la qualité de vie de chacun, à travers nos activités originales orientées vers un développement en harmonie avec la communauté.

Nos valeurs

- Se mettre toujours à la place du client
- Le goût de l'innovation et du défi
- Respecter l'individu et l'aider à favoriser l'épanouissement de l'entreprise et de la personne
- Le souci d'intégrité

Nos principes

- Toutes nos activités visent la satisfaction des clients
- La quête de l'excellence et de la perfection
- Valorisation de la diversité et du travail d'équipe en vue des meilleurs résultats
- Agir vite
- Mener une action efficace, en phase avec la réalité du terrain
- Une éthique exigeante en tant qu'entreprise citoyenne du monde



Tadashi YANAI

Président-directeur général
FAST RETAILING CO., LTD.

Qui sommes nous ? Nous nous croyons responsables de le montrer clairement.

Nous avons institué la philosophie d'entreprise du groupe « **FAST RETAILING WAY (FR WAY)** » et respectons « **nos engagements sociaux** » afin de demeurer une entreprise nécessaire au monde et de changer le monde en mieux.

FR WAY : Philosophie d'entreprise commune du groupe FR

« Changer l'habillement, sortir des sentiers battus et changer le monde en mieux ». C'est la première phrase de « FR WAY », la philosophie d'entreprise du groupe FAST RETAILING définie en 2008. Cela exprime nos désirs de changer non seulement l'habillement mais aussi de sortir des sentiers battus et de changer le monde en mieux.

Lorsqu'une entreprise lance ses activités au niveau mondial, on se demande de quel type d'entreprise il s'agit, quels desseins a cette entreprise. Nous devrions donc montrer clairement qui nous sommes ainsi que nos valeurs, notre éthique standard, nos compétences de base. Sinon, les gens ne peuvent pas porter un jugement sur notre société.

Il faut d'abord arborer notre bannière. Il faut placer notre enseigne à l'extérieur et à l'intérieur. Nous avons défini FR WAY afin d'exprimer clairement dans quelle direction nous allons avancer dans l'avenir.

FR WAY correspond à « l'esprit » de l'homme, qui est essentiel pour vivre. Sans l'esprit, ce n'est qu'une coquille vide, soit l'entreprise ou l'homme. Une fois que la société fait partie du groupe FAST RETAILING, n'importe quelle entreprise dans n'importe quel pays, elle doit se conformer à ces principes. Dans ce sens, ce sont des principes absolus, et aucun compromis n'est possible.

Toutes les entreprises sont des membres de la communauté. La CSR* signifie tenir la promesse à l'égard de la communauté. FR WAY est notre « promesse à l'égard de la société ». Je crois que le plus important est d'effectuer toutes les activités en tenant compte de ces engagements.

*CSR : Corporate Social Responsibility = Responsabilité sociale d'entreprise

Fournir des vêtements d'une authentique qualité à tous nos « clients »

« Toutes nos activités visent la satisfaction des clients ». Nous avons placé cette phrase comme premier phrase de « Nos principes » de FR WAY, car nous visons les meilleures boutiques pour nos clients, voire la meilleure entreprise pour nos clients.

Nous développons nous-même les produits, nous sommes impliqués profondément dans la fabrication et la distribution des produits, et nous les vendons nous-mêmes dans nos boutiques. Nous pouvons donc bien contrôler et connaître toutes les procédures, quel produit est fabriqué, par qui, quand, où et comment.

Malheureusement, malgré ce système, il n'est pas possible de réduire à zéro les erreurs pendant le travail et les produits défectueux. Cependant, si jamais il y a un problème, nous pouvons identifier tout de suite la cause et prendre des mesures appropriées. De plus, nous communiquons rapidement toutes ces informations au public. Comme nous saisissons tous les parcours des produits nous-mêmes, nous croyons que nous pouvons assumer notre responsabilité à l'égard de nos clients.

Dans les boutiques également, nous faisons toujours l'effort d'écouter avec attention les avis des clients. Comme les vendeurs et le gérant de boutique dialoguent avec les clients tous les jours, ce sont eux qui connaissent le mieux les avis des clients. Nous établissons un système dans lequel les avis des clients sont transmis directement à la direction et aux services concernés par le personnel sur place, et les mécontentements et les réclamations sont résolus rapidement sur place par le gérant de la boutique et son personnel en les rapportant à la direction.

La libre circulation d'informations est très importante. Comme nous n'abandonnons pas la solution des problèmes, nous résolvons chaque problème de façon sincère et établissons un système afin de réduire le problème proche de zéro. Nous pensons qu'il s'agit d'assumer ainsi notre responsabilité à l'égard des clients.

Nous visons à nous développer avec toutes les parties prenantes à commencer par les clients, les entreprises partenaires, les actionnaires, les employés, ainsi que la communauté et l'environnement.

Mise en place du meilleur partenariat avec nos « entreprises partenaires »

« Le souci d'intégrité ». C'est ce à quoi nous accordons de l'importance dans « Nos valeurs » dans le FR WAY. Nous respectons toujours nos principes de ne pas faire de transaction avec des entreprises qui n'ont pas l'intention et la volonté de « fabriquer des produits d'une authentique qualité ». Nous ne sommes donc pas en relation d'affaires avec des entreprises ayant ne fût-ce que la moindre velléité de négliger quelque chose pour le profit. C'est notre principe de base.

FAST RETAILING demande à ses entreprises partenaires de ne pas penser seulement à sa propre entreprise mais d'essayer de se développer avec ses partenaires et de contribuer à la communauté. Aujourd'hui, nous étendons nos unités de production hors de Chine, et nous demandons toujours à nos nouveaux partenaires d'accepter nos idées. Nous arrêtons tout de suite la transaction avec un de nos partenaires existants si l'entreprise viole ce principe. L'entreprise qui ne comprend pas nos principes ne peut pas être notre partenaire et il n'est pas possible non plus de se développer ensemble.

Si nos partenaires sont relativement peu nombreux par rapport à l'envergure de nos affaires, c'est parce que nous accordons de l'importance à un tel partenariat fort. Comme nous souhaitons sérieusement devenir une des meilleures entreprises dans le monde, nous devons choisir comme partenaires les entreprises qui partagent le même dessein et qui nous choisissent également pour une prospérité mutuelle.

Le respect et l'épanouissement de chaque « employé »

« Respecter l'individu et l'aider à favoriser l'épanouissement de l'entreprise et de la personne » est également une des valeurs importantes de FR WAY. Il est important d'avoir la même valeur sur la vie et le travail pour réaliser le « respect de l'individu ». Comme nous partageons la même valeur fondamentale, les gens ayant différentes personnalités peuvent travailler ensemble. Il est nécessaire de connaître la façon de penser de chacun pour développer sa personnalité.

Afin de faire développer la personnalité de chaque employé et faire apparaître le bon côté de sa personnalité, nous encourageons la diversité, et nous prenons des mesures de promotion de l'emploi des personnes handicapées, du soutien au développement des carrières des femmes, de la promotion de l'emploi des étrangers, etc. Nous prenons également des mesures, telles que la mise en place du Système d'Emploi Régulier Régional, l'application scrupuleuse du principe de quatre jours sans heures supplémentaires par semaine, la promotion d'utilisation des congés payés et la formation du personnel qui peut travailler au niveau mondial. Tous ces efforts viennent de l'idée qu'il faut reconnaître la personnalité de chaque employé pour qu'il puisse travailler dans son domaine adéquat en faisant valoir sa personnalité.

Si quelqu'un éprouve des difficultés à travailler à cause d'un handicap quelconque, nous reconnaissons ce problème et réfléchissons ensemble à la façon de le résoudre. On reconnaît d'abord que chacun est différent, puis on trouve la solution. Nous pensons qu'une telle discussion concrète est importante.

Ce que nous pouvons faire maintenant pour l'avenir de « l'environnement » et de « la société »

Comme l'économie est mondialisée et les répercussions des entreprises deviennent de plus en plus grandes, la contribution sociale d'une entreprise devient de plus en plus importante. Les entreprises contribuent à la communauté bien sûr par la création d'emploi et le paiement des impôts, mais c'est loin d'être suffisant. Il faut faire « ce que les autres ne peuvent pas faire » et « ce que nous devrions faire » à notre façon, de plus, de façon continue. C'est absolument important.

« Le développement en harmonie avec la communauté » est stipulé clairement dans FR WAY. Lorsque nous avons lancé des affaires dans une région d'une autre culture dans le contexte de la mondialisation, nous étions convaincus qu'il était nécessaire de faire comprendre que notre entreprise fait quelque chose de bien et de profitable pour cette région.

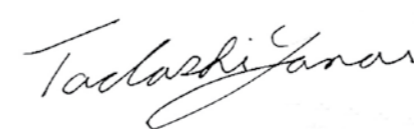
Nous allons étendre notre champ d'activité au niveau mondial sur base de notre programme d'action sociale effectué déjà au Japon. Cela comprend le Recyclage de Tous les Produits UNIQLO, le soutien à des organisations telles que la Fondation Setouchi Olive et Special Olympics, et les activités bénévoles des employés.

Quant à la question écologique, nous établissons un système de réduction d'impact environnemental de nos affaires quotidiennes autant que possible conformément au Code de Conduite de FR WAY, « Conduite avec éthique et intégrité en tant que citoyenne du monde ». Plus concrètement, nous favorisons les économies d'énergie et de ressources dans les boutiques, en réduisant les matières d'emballage lors de la livraison de l'usine et lors des ventes des produits, et en améliorant l'efficacité de la distribution. Nous encourageons notre Activité de Recyclage de Tous les Produits que nous avons déjà lancée au Japon, en élargissant également dans d'autres pays.

Les affaires d'une entreprise et son activité de CSR étant les deux faces d'une même médaille, l'entreprise ne sera pas appréciée si une des deux faces manque. On peut dire, en ce sens, que ce sont les deux piliers qui soutiennent l'entreprise. Nous continuerons donc nos efforts sérieux pour la CSR afin de devenir véritablement « une bonne entreprise » et « une entreprise nécessaire » dans le monde entier.

Nous vous serions très reconnaissants de bien vouloir continuer à nous accorder votre soutien et votre coopération.

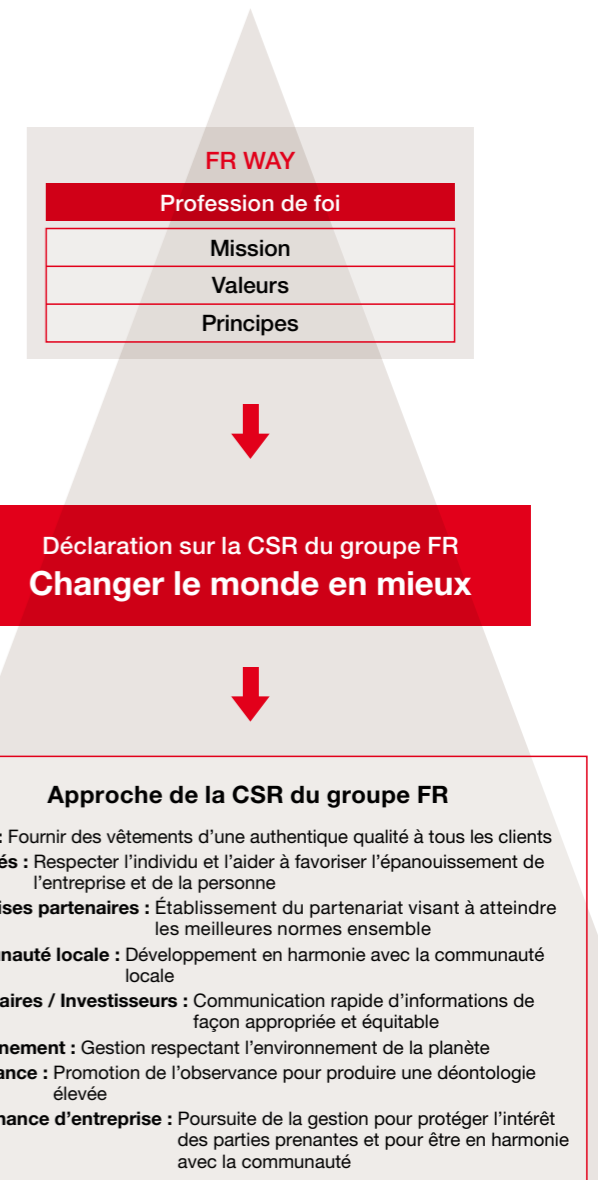
Janvier 2009



Tadashi YANAI
Président-directeur général
FAST RETAILING CO., LTD.



Approche de la CSR conformément à FAST RETAILING WAY



Incorporer la perspective de la CSR à toutes les activités

Faits Saillants des Activités de CSR d'UNIQLO

Pour « changer le monde en mieux », le groupe FAST RETAILING dialogue toujours avec toutes les parties prenantes et incorpore la perspective de la CSR à toutes les activités du développement des produits et de la vente jusqu'à la mise au rebut.

Vêtements d'une authentique qualité à tous les clients

Nous disposons du système et de la capacité de développer les produits dont les clients sont vraiment à la recherche, et de fournir des vêtements sûrs et fiables.



Collecte d'informations du monde entier

Les tendances mondiales de la mode de Tokyo, New York, Paris et Milan ainsi que les avis des clients, dont nous recevons environ 100.000 par an, sont reflétés dans le développement des produits.

Planning

Takumis qui assurent la fabrication de produits sûrs, fiables et de haute qualité



Les Takumis (Maîtres Artisans) ayant une expérience de plus de 30 ans dans le secteur textile japonais donnent des instructions aux lieux de fabrication, vérifient la gestion de la sécurité et assurent les niveaux de qualité les plus élevés.

Fabrication

Déclaration sur la CSR
Changer le monde en mieux

Mise au rebut

Vente

Partenariat fort avec les entreprises partenaires

Nous croyons que l'amélioration du milieu de travail sur les lieux de fabrication est indispensable.

Mise en œuvre du monitoring le milieu de travail dans les usines de fabrication



Comme nous essayons de fabriquer les produits dans un milieu adéquat en coopération avec les usines partenaires, nous confions régulièrement le monitoring du milieu de travail à un organisme tiers.

Entrepôt réservé au recyclage des matières d'emballage et des équipements

Nous avons un entrepôt pour recycler les cartons et les matières d'emballage utilisés lors de la distribution et pour réutiliser les équipements qui ne sont plus nécessaires à la suite de la clôture d'une boutique ou du changement d'agencement.



Distribution

Réduire l'impact écologique et protéger l'environnement de façon continue

Apporter un soutien à la vie quotidienne et à l'indépendance financière des gens des camps de réfugiés à travers notre Activité de Recyclage de Tous les Produits

Nous récupérons les produits dont les clients n'ont plus besoin tous les ans en mars et septembre dans les boutiques UNIQLO et les envoyons aux camps de réfugiés.



UNIQLO s'occupe des activités originales dans le cadre de ses activités d'entreprise.



Le respect et l'épanouissement de chaque employé

Chez UNIQLO, les différents employés déploient leurs capacités dans le monde entier.

Viser à l'emploi d'au moins une personne handicapée dans chaque boutique



UNIQLO encourage l'emploi des personnes handicapées dans ses boutiques depuis 2001. Aujourd'hui son taux d'emploi des personnes handicapées dépasse largement le minimum légal.



Respecter le développement de diverse carrière et les différents mode de travail

Les Employés Réguliers Régionaux n'ont pas de possibilité de mutation accompagnée de déménagement et jouent un rôle principal pour faire des boutiques appréciées par les gens de la communauté locale.

Produire une déontologie à travers l'observance

Non seulement nous respectons les lois et les règlements en tant qu'entreprise équitable, mais nous poursuivons également une conduite d'éthique et d'intégrité de nos employés.

Mise en place du Code de Conduite (CdC) pour tous les employés du groupe FR

Nous faisons des efforts pour sensibiliser tous les employés de notre groupe à l'observance.

Développement en harmonie avec la communauté locale

Nous lançons un programme d'action sociale pour la communauté locale afin de demeurer une entreprise fiable et indispensable.

Apporter de la verdure et le sourire à l'île de Téchima

Nous encourageons l'activité bénévole de plantation d'arbres dans l'île de Téchima dans la mer intérieure de Seto au Japon et à travers le soutien financier à la Fondation Setouchi Olive, et nous soutenons également l'éducation écologique pour faire réfléchir sérieusement sur la question de l'environnement.





Thème
1

Système de contrôle de la qualité et de la sécurité d'UNIQLO



Toutes les matières tissées sont contrôlées pour détecter des égratignures ou des trous avant et après la teinture et avant la coupe.



Le port de gants en métal est obligatoire lors de la coupe d'un tissu pour la sécurité des employés.



Détection d'aiguilles bidirectionnelles (vertical et horizontal).



La couture rapide et minutieuse est cruciale pour la qualité.



La décision appropriée des Takumis est le fruit de l'expérience et de l'intuition acquises au cours de nombreuses années.

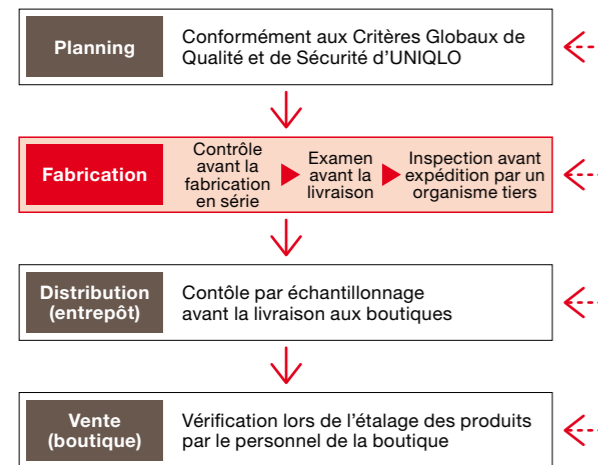


Le personnel d'UNIQLO visite régulièrement les usines.

Mesures pour la Sûreté, la Sécurité et la Haute Qualité

UNIQLO poursuit vigoureusement la sûreté et la sécurité des produits dans toutes les procédures de SPA*. Nous mettons ici en lumière les lieux de fabrication qui attirent de plus en plus l'attention du public.

Réaliser la sûreté, la sécurité des produits dans le flux de la SPA



En cas de remarques ou de réclamations de la part d'un client, nous remontons chaque étape de la SPA pour identifier la cause.

Les produits sûrs et fiables naissent d'un partenariat transcendant les frontières

Les produits d'UNIQLO sont fabriqués dans environ 70 usines partenaires principalement dans les pays asiatiques à commencer par la Chine. Ce chiffre est extrêmement peu élevé par rapport à d'autres SPA mondiales. Cela nous permet de saisir toute la procédure : comment les produits sont fabriqués dans quelle usine. Cela est possible grâce à un partenariat fort avec les usines de fabrication.

Le bureau à Shanghai a été fondé en 1999 afin de surveiller les lieux de fabrication en Chine. Tetsuya ABE, qui est Directeur depuis la fondation du bureau, déclare :

« Au début, je me suis souvent déplacé à Shanghai pour surveiller la fabrication. Ensuite, le volume de fabrication a pris un essor considérable et il est devenu difficile de suivre tous les détails de près. Alors la présence de quelqu'un sur place est devenu indispensable pour assurer la qualité et le délai de livraison qui sont les deux artères vitales des lieux de fabrication ».

Lorsque le bureau à Shanghai a été inauguré, il n'y avait que 3 employés, y compris ABE, Directeur de bureau. Le bureau était responsable de 30 ou 40 usines partenaires. Les employés de bureau se sont tout d'abord déplacés à chaque usine pour voir de leurs propres yeux, écouter avec leurs propres oreilles, et discuter directement avec les gens sur place.

« Nous avons réparti les usines en charge, et chacun a visité chaque usine toutes les semaines afin de faire accepter notre visite régulière à toutes les usines. Autrefois, le personnel du fabricant visitait très rarement l'usine à l'étranger. Naturellement, nous avons rencontré la résistance de la part de certaines usines au début, mais la visite de notre personnel a engendré une tension positive sur les lieux de fabrication. En visitant l'usine, ils écoutent attentivement nos exigences, et nous pouvons écouter directement leurs soucis. L'esprit de coopération à travers le dialogue face à face avec les usines partenaires est significatif et joue un grand rôle pour le contrôle de la qualité d'UNIQLO ».

Les expériences et la maîtrise des Takumis assurent la procédure de la fabrication et la qualité d'UNIQLO

En 2008, il y avait environ 120 employés qui travaillaient à notre bureau au centre-ville de Shanghai. La plupart travaillaient le lundi et le vendredi au bureau, et se déplaçaient aux usines qui leur étaient assignées du mardi au jeudi, afin de vérifier le délai de livraison et la qualité des produits sur place. Kiyoshi YAMANAKA, qui a été nommé Directeur adjoint de bureau en septembre 2008, explique les mesures concrètes pour le contrôle de la qualité. « Pour fabriquer des produits sûrs, fiables et de haute qualité, non seulement des machines et un système adéquats sont indispensables mais également la maîtrise de techniciens expérimentés. L'Équipe de Takumis mise en place en 2000 condense toutes les idées d'UNIQLO sur la qualité. Il s'agit d'un système consistant à envoyer les Takumis ayant une expérience de plus de 30 ans dans le secteur textile japonais de réputation

mondiale à chaque usine, et à les impliquer dans toutes les procédures. Leurs rôles et responsabilités sont très larges et importants. Ils surveillent non seulement la sécurité des produits et du lieu de travail, mais aussi les matières, les fils, les plis, la teinture, la couture, la touche et la finition. Ils vérifient des échantillons pour contrôler la qualité et donne instruction avant de passer à la fabrication en série ».

Aujourd'hui, environ 90 % des produits UNIQLO sont fabriqués en Chine, mais les lieux de fabrication sont en train de s'étendre au Viêt-nam, au Bangladesh et autres au fur et à mesure de l'expansion mondiale de ses points de vente. Dans n'importe quel pays, nous allons maintenir le niveau le plus élevé au monde du système de fabrication et du contrôle de la qualité.



Tetsuya ABE
Directeur de bureau à Shanghai,
Division de fabrication UNIQLO CO., LTD.



Kiyoshi YAMANAKA
Directeur adjoint de bureau à Shanghai,
Division de fabrication UNIQLO CO., LTD.

*SPA est l'abréviation de « Speciality store retailer of Private label Apparel » c'est-à-dire le fabricant et détaillant. Il s'agit d'une entreprise qui s'occupe de toutes les procédures d'achat des matières, du planning et du développement des produits, de la fabrication, de la distribution, de la vente et de la gestion du stock. Beaucoup de SPA confient la fabrication à une autre entreprise.

Fournir aux clients des vêtements sûrs et fiables et d'une authentique qualité

Lieux de Fabrication d'UNIQLO

La maîtrise des Takumis du secteur textile japonais de réputation mondiale joue un grand rôle dans le contrôle de la qualité dans les étapes de fabrication.

Matières

Il n'y a pas de façon plus rapide de contrôler la qualité et la sécurité. Il faut effectuer les contrôles et les inspections selon les procédures déterminées

Pendant le tissage, chaque machine de tissage est couverte d'une housse en plastique afin d'éviter la dispersion des particules de coton dans l'air. Le nom de l'employé chargé de chaque machine est marqué sur une plaque suspendue au-dessus de chaque machine afin de permettre de saisir



l'état de contrôle et de maintenance. Chaque matière tissée est entièrement contrôlée pour vérifier s'il n'y a pas d'irrégularité de tissage, d'égratignures ou de taches.

Contrôle et vérification à plusieurs reprises pour garantir la sécurité et la qualité

Les machines de teinture sont équipées d'un dispositif de sécurité qui empêche la porte de s'ouvrir quand la pression interne est élevée et qui fait sortir l'air lorsque la pression interne devient trop élevée afin d'assurer la sécurité des employés. Les tissus teints sont contrôlés attentivement pour voir s'il n'y a pas d'égratignure ou d'irrégularité de teinture. Ainsi les produits sont soumis au contrôle, à l'inspection et à la vérification à plusieurs reprises à chaque étape.



Vérification de l'état de la teinture dans la machine de teinture.



Non seulement le contrôle par la machine mais aussi la vérification visuelle sont indispensables.

Couture

Contrôle unifié de toutes les aiguilles dans l'usine pour éviter le risque qu'elles soient mélangées dans les produits

Il va sans dire que ce sont les aiguilles qui posent le plus grand risque de sécurité dans l'étape de la couture. C'est pourquoi UNIQLO contrôle complètement la distribution et la récupération des aiguilles utilisées dans chaque usine. Par exemple, une aiguille cassée ne sera pas remplacée tant que l'on ne trouve pas toutes les pièces correspondant à l'aiguille complète. S'il manque ne fût-ce qu'une partie, on contrôle les produits et les matières qui se trouvent dans un rayon de 3 m autour du lieu de fracture de l'aiguille, et les produits ou les matières affectés sont jetés afin d'éviter le mélange de l'aiguille dans les produits. L'aiguille à coudre à la main est remplacée uniquement dans une salle vitrée, dont il n'existe qu'une seule par étage, et seulement 2 aiguilles à coudre à la main sont fournies par étage. Si jamais une aiguille est découverte dans une boutique, le façonnage original de l'aiguille inventé par nos Takumis permet d'identifier l'usine d'origine dudit produit.



Pièce par pièce, les produits sont contrôlés rigoureusement

Tous les produits cousus sont soumis entièrement au premier contrôle, suivi par le deuxième contrôle de tous les produits après avoir été repassé pour la finition. Le contrôle final est effectué lors de l'emballage. Jusqu'à ce stade, le contrôle est visuel mais au stade final, tous les produits sont soumis au contrôle en passant par le détecteur d'aiguille bidirectionnelle (vertical et horizontal). De plus, 2,5 % des produits sont soumis au contrôle par échantillonnage aléatoire effectué par un organisme tiers.

Critères plus exigeants pour assurer la sûreté et la sécurité des vêtements pour bébés

Des critères particulièrement élevés sont appliqués pour les vêtements pour bébés. Les usines sont équipées du système maintenant la quantité de formaldéhyde au-dessous du critère ainsi que de l'équipement pour détecter l'utilisation éventuelle de couleurs fluorescentes. Tous les vêtements pour bébés sont emballés pièce par pièce pour éviter qu'ils soient contaminés par le formaldéhyde flottant dans l'air de la boutique.



Kazuaki IIDA

Chef de l'Équipe de Takumis
Service Technologie de Fabrication
Bureau de Shanghai, UNIQLO CO., LTD.



Entré dans la société en 2000. Il a travaillé dans des entreprises de teinture et de filature en tant que responsable de l'installation d'usines de teinture à l'étranger et de l'instruction technique des entreprises étrangères.

En fabriquant des produits UNIQLO, beaucoup d'usines ont amélioré leur fiabilité et ont obtenu des commandes de fabrication de la part d'autres entreprises. C'est dire si la méthode UNIQLO a contribué à l'amélioration du niveau général du secteur du textile chinois. Cependant, au Japon, il y a de moins en moins d'experts qui peuvent transmettre leur maîtrise car ils ont vieilli. Il faudrait donc s'assurer de bien transmettre la technologie spéciale et minutieuse du Japon à la prochaine génération.

Takahiro SHIRAISHI

Équipe de Takumis
Service Technologie de Fabrication
Bureau de Shanghai, UNIQLO CO., LTD.



Entré dans la société en 2005 après avoir travaillé pour un grand fabricant de vêtements. Il est inventeur d'une idée novatrice sur le mécanisme d'identification de l'aiguille et sur le détecteur d'aiguille qui a apporté une grande amélioration de l'efficacité.

Lorsque les produits arrivent chez les clients, il faut en assurer au moins la sécurité. C'est pour cela qu'il faut toujours réviser et améliorer chaque étape. Cela est possible grâce à la relation de confiance que nous avons établie avec nos usines partenaires en achetant des matières comme convenu dans le contrat et en ajustant la fabrication comme convenu. UNIQLO tient toujours sa promesse avec ses usines partenaires bien que les matières à acheter et les produits à fabriquer soient très nombreux.

Après-vente

Notre responsabilité n'est pas terminée avec la vente. Nous répondons rapidement aux demandes des clients

Même le contrôle de sécurité le plus exigeant pendant la fabrication ne peut éliminer complètement les défauts de produits. C'est pourquoi UNIQLO maintient un système de vérification et de dépistage de la date et du site de fabrication ainsi que les détails de transport de chaque produit. Si jamais un défaut est découvert par un client, notre siège et notre bureau local vérifient la situation et peuvent identifier immédiatement l'usine de fabrication dudit produit. Le système permet de dépister, de trouver la cause rapidement et de communiquer ces informations, et donc joue un rôle principal pour assurer la fabrication de produits sûrs et fiables.



Des produits sont étirés lors de contrôles par échantillonnage suite au signalement par un client d'un rétrécissement.

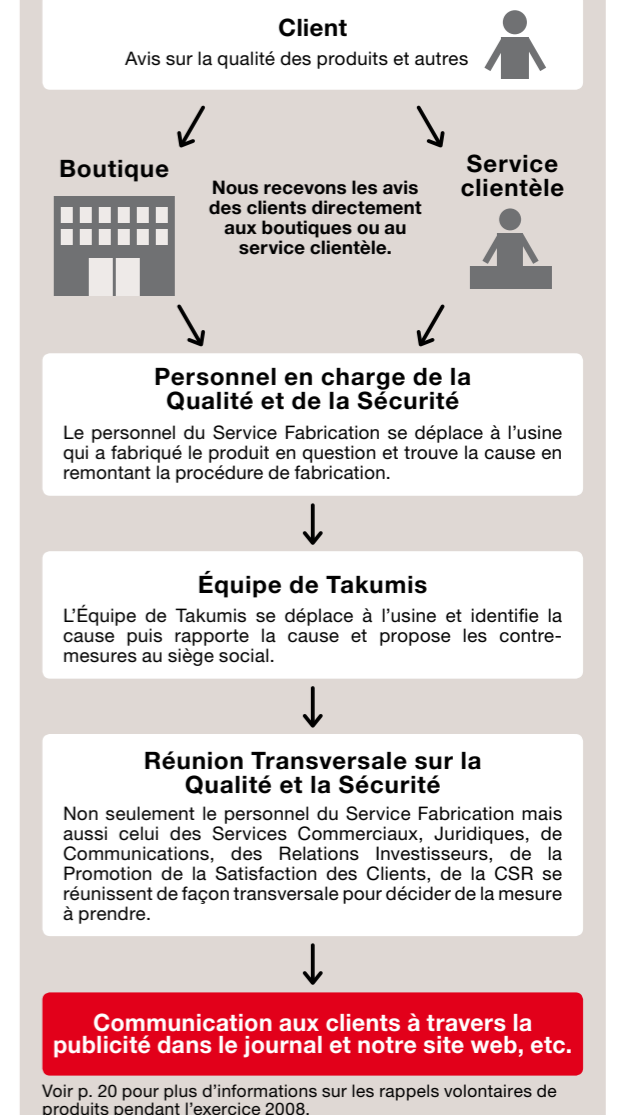
Les produits sûrs et fiables proviennent des usines qui fonctionnent de façon sûre et en sécurité

UNIQLO confie à un organisme tiers le monitoring du milieu de travail des usines partenaires afin de prévenir le travail des enfants et le travail forcé, etc. dans nos usines partenaires et afin d'améliorer les conditions de travail. En cas de problèmes, le personnel d'UNIQLO qui est chargé de l'usine en question visite ladite fabrique et demande d'améliorer la situation en fixant un délai. Si on ne trouve pas de signe d'amélioration, nous diminuons ou arrêtons les commandes avec cette manufacture (voir p. 23 pour plus d'informations).



Interview des ouvriers pendant le monitoring.

Parcours de l'apparition d'un défaut jusqu'à l'identification de la cause et la prise de mesures





©Shinsuke Kamioka

Thème 2

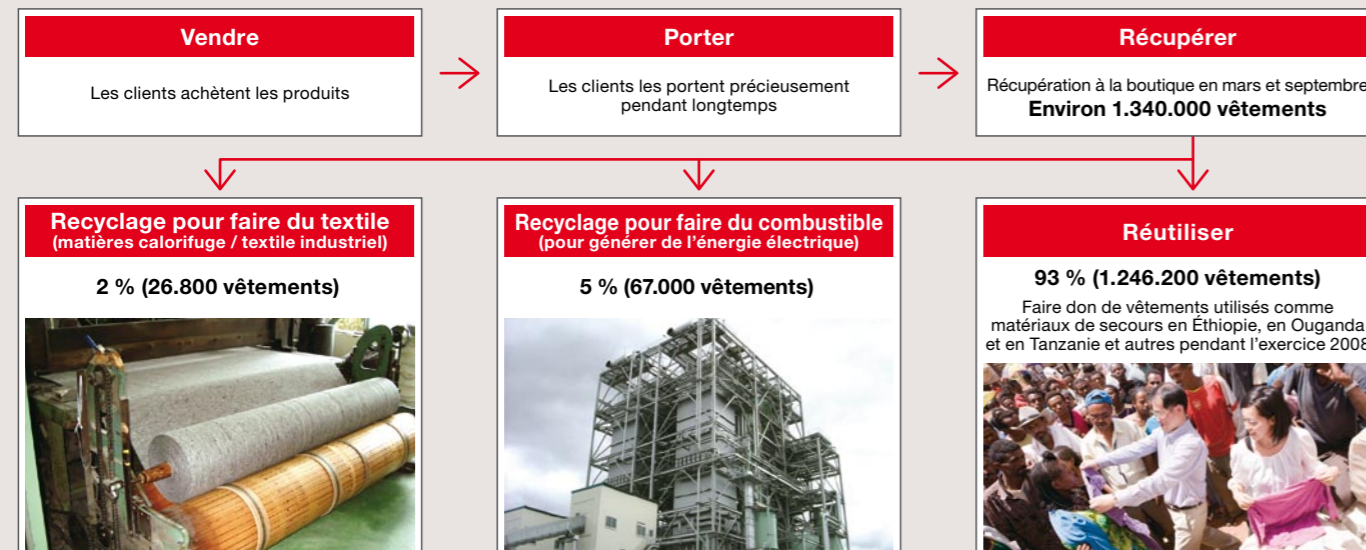
Conduite avec éthique et intégrité en tant que citoyenne du monde

Mettre le plus possible les vêtements en valeur

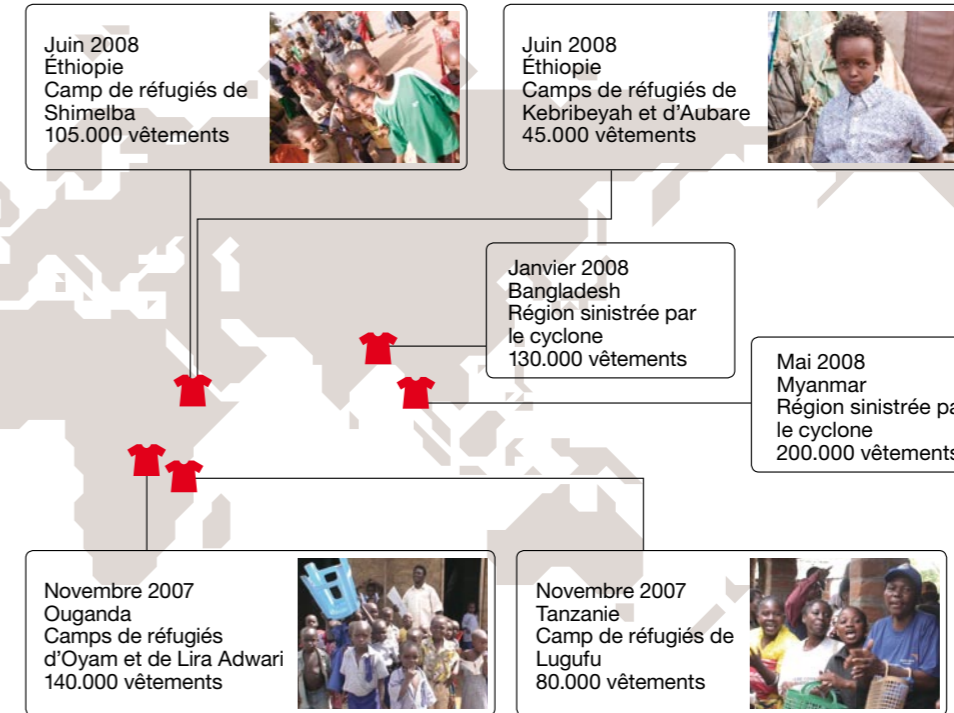
Activité de Recyclage de Tous les Produits UNIQLO

UNIQLO encourage l'activité de récupération à la boutique des produits dont les clients n'ont plus besoin, et les réutilise comme matériaux de secours ou les recycle pour en faire du combustible.

Parcours du Recyclage de Tous les Produits et les résultats de l'exercice 2008



Pays auxquels nous avons apportés notre soutien pendant l'exercice 2008



Nombre total de vêtements récupérés pendant l'exercice 2008
Approximativement 1.340.000 vêtements
y compris le nombre de vêtements pour lequel la destination est en cours d'examen.

Tous les produits UNIQLO font l'objet de cette activité de récupération directement à la boutique à des fins de réutilisation ou de recyclage

En tant qu'entreprise qui s'occupe de toutes les procédures de développement des produits, de la fabrication jusqu'à la vente, UNIQLO croit que sa responsabilité n'est pas seulement la fabrication de « vêtements d'une authentique qualité ». Nous nous croyons également responsables de la récupération et la réutilisation des produits dont les clients n'ont plus besoin.

Sur base de cette idée, nous avons commencé l'Activité de Recyclage de Fleece lancée en 2001, et celle de Recyclage de Tous les Produits, élargissant les objets à tous les produits UNIQLO à partir de 2006. Il s'agit de l'activité de récupération des vêtements d'occasion par nos boutiques et de les réutiliser ou de les recycler afin d'utiliser efficacement nos produits jusqu'au bout. Nous récupérons les vêtements deux fois par an, en mars et septembre. Nous demandons aux clients de bien laver les vêtements avant de les apporter, et nous faisons don des vêtements en bon état aux camps de réfugiés dans le monde entier. Les autres vêtements sont recyclés pour générer de l'énergie électrique ou fabriquer du textile industriel.

La plupart de vêtements récupérés sont donnés aux camps de réfugiés dans le monde

90 % de vêtements récupérés sont envoyés aux camps de réfugiés en Tanzanie, en Ouganda ou en Éthiopie et autres. Comme les gens arrivent aux camps de réfugiés en emportant dans leur fuite seulement les vêtements qu'ils portent, il y manque non seulement de l'eau, de la nourriture mais aussi des vêtements. L'atmosphère de mauvaise hygiène est une des causes de la propagation des maladies infectieuses. Nous avons prévu au début de recycler les vêtements pour en faire du combustible, mais apprenant les besoins en vêtements dans les camps de réfugiés par l'intermédiaire de l'UNHCR*, nous avons changé notre objectif principal de recyclage pour en faire du combustible à la réutilisation en tant que vêtements.

Nous allons élargir notre champ d'activité en coopération avec l'UNHCR et d'autres organisations pour faire parvenir le plus de vêtements possible non seulement aux camps de réfugiés mais aussi aux gens qui en ont besoin.

*UNHCR : Haut-commissariat des Nations unies pour les réfugiés qui protège et apporte un soutien à plus de 31,7 millions de réfugiés et de personnes déplacées dans le monde entier et cherche une solution pour eux.

Commentaire 01



Eiko KOSHIBA
Service Responsabilité Sociale d'Entreprise
FAST RETAILING CO., LTD.

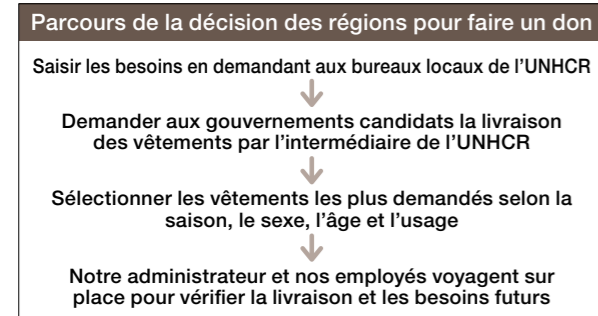
Promouvoir continuellement les activités basées sur notre secteur d'activité principal

Comme ce sont des vêtements précieux que nous avons reçu de la part des clients, notre équipe voyage sur place pour vérifier s'ils sont livrés sans faute aux personnes qui en ont besoin. Moi-même, lorsque je me suis rendue dans un camp de réfugiés en Éthiopie, j'ai vu les jeunes femmes choisir joyeusement les vêtements en disant « moi, j'aime cette couleur », « toi, cette couleur te va très bien », et je me suis rendue compte que les vêtements procurent de la joie, ne fût-ce qu'un peu, à la vie enfermée du camp de réfugiés. Sur base de ce que j'ai senti sur place, je voudrais continuer à promouvoir cette activité.

Du soutien par les vêtements au soutien à l'indépendance financière Expansion de l'Activité de Recyclage de Tous les Produits

Pour faire parvenir sans faute les vêtements aux gens qui en ont vraiment besoin

Les pays et les régions qui reçoivent les vêtements UNIQLO sont à chaque fois différents, car nous étudions chaque fois les besoins et choisissons les pays et les régions pour leur apporter un soutien, afin de faire parvenir sans faute les vêtements aux gens qui en ont vraiment besoin. La sphère de l'étude des besoins est très diverse. Nous tenons compte non seulement de l'état de manque de vêtements mais aussi des besoins spécifiques selon la saison, des tailles les plus demandées et de la culture locale telle que les couleurs non souhaitées pour raison religieuse. Comme nos employés se déplacent eux-mêmes sur place pour faire une étude, il est possible de prendre les détails en considération.



Nos employés assument la responsabilité de la livraison des vêtements que nos clients nous ont confiés

Les employés d'UNIQLO voyagent eux-mêmes sur place et aident à livrer les vêtements, en coopération avec l'UNHCR, afin de faire parvenir sans faute les vêtements récupérés grâce à la bienveillance de nos clients aux camps de réfugiés sans être volés ni être vendus en cours de route.

Le rôle des vêtements n'est pas seulement de protéger le corps sur le plan de la sécurité et de l'hygiène mais ils enrichissent la vie quotidienne et offrent le moyen de s'exprimer, ce sont des désirs qui ne sont pas satisfaits seulement avec de l'eau et de la nourriture. Le rôle et les besoins en vêtements sont légèrement différents selon le pays, la région ou la saison. Avant de visiter les camps de réfugiés, nous étudions minutieusement la situation sur

place en coopération avec l'UNHCR et en consultant les niveaux de sécurité établis par le Ministère des Affaires Etrangères. Mais il y a beaucoup de choses que nous découvrons en arrivant et en voyant la situation sur place. Nous croyons que la visite de nos employés sur place permet d'assumer notre responsabilité de faire parvenir de façon sûre les vêtements que nos clients nous ont confiés, et d'avoir des expériences précieuses qui contribueront à la prochaine activité.

Offrir les technologies et les outils pour l'indépendance financière

A travers notre soutien de faire parvenir les vêtements d'occasion pour les réutiliser, nous avons appris que le soutien à l'indépendance financière est également très demandé.

C'est pourquoi nous projetons d'offrir « des machines à coudre » et « des tissus » en 2009. Outre le soutien matériel, nous sommes en train d'examiner la possibilité de transmettre « les techniques » de base concernant la fabrication des vêtements telle que « la couture ».

Organisation de « l'exposition des photos des camps de réfugiés en Asie et en Afrique » dans les boutiques UNIQLO

« L'exposition des photos des camps de réfugiés en Asie et en Afrique » s'est tenue à la boutique UT STORE HARAJUKU. et à la boutique Kobe Harborland, afin de présenter la façon dont les vêtements qui ne sont plus nécessaires au Japon sont récupérés, sélectionnés, livrés et utilisés aux camps de réfugiés.

Cette exposition a présenté des photos de gens portant des produits UNIQLO bien assortis, et celles montrant la vie difficile dans les camps de réfugiés, telles que les gens faisant une longue queue à l'hôpital. L'exposition a montré visiblement les efforts qu'UNIQLO fait actuellement, et ce que la société va faire à l'avenir.

Nous allons continuer différentes activités pour relier nos clients à l'Activité de Recyclage de Tous les Produits.



Les accessoires traditionnels vont très bien avec un T-shirt UNIQLO.



On remet directement les vêtements apportés du Japon.



L'administrateur chargé de la CSR de FAST RETAILING a également participé.



Ils nous ont accueilli avec une danse traditionnelle.



Les jeunes ont retrouvé le sourire en portant un T-shirt UNIQLO.



Une femme qui fait de la broderie avec une machine à coudre et ses œuvres.

Pour « changer le monde en mieux »

Nous récupérons actuellement un peu plus de 1,3 millions de vêtements par an dans nos boutiques. Le nombre de vêtements UNIQLO fabriqués par an étant de 400 millions, les vêtements récupérés ne représentent que 0,3 % des vêtements fabriqués. Nous souhaiterions lancer différentes activités pour relier nos clients à l'Activité de Recyclage de Tous les Produits, tout en envisageant le meilleur moyen de réutiliser ou de recycler nos produits. Actuellement, les

vêtements sont récupérés dans les boutiques UNIQLO au Japon, et nous envisageons de faire participer également nos boutiques à l'étranger, vu que nos points de ventes sont en expansion au niveau mondial.

Nous visons à prolonger la durée de vie des produits et à examiner le moyen de bien utiliser les vêtements sous tous leurs aspects, afin de « changer le monde en mieux ».

Commentaire 02



M. Hajime KISHIMORI
Délégué adjoint
Bureau de l'UNHCR au Japon

Nous comptons sur le soutien qui est difficile à réaliser pour les organisations internationales mais qui peut être réalisé par une entreprise privée

Nous essayons actuellement de faire changer l'image des réfugiés ou celle de l'aide aux réfugiés. L'Activité de Recyclage de Tous les Produits UNIQLO apporte « un plaisir » dans la vie quotidienne ou « le moyen de s'exprimer » aux réfugiés à travers les dons de vêtements. Ce genre de soutien est difficile à réaliser pour les organisations internationales. Je pense que c'est un soutien familial comme le fait de passer des vêtements à quelqu'un de votre famille.

Ce n'est ni le soutien diplomatique réalisé en portant une grande tenue, ni les travaux de creusement d'un puits effectués en portant une tenue de travail, mais c'est une « aide aux réfugiés en portant les habits de tous les jours ». L'image positive et à la mode d'UNIQLO est très significative pour les réfugiés. Nous comptons sur UNIQLO pour continuer cette bonne initiative.

Commentaire 03



M. Zarny SHIBUYA
Créateur de mode

Les vêtements sont précieux et enrichissent l'esprit

Comme mon père a été réfugié politique du Myanmar, je suis venu au Japon à l'âge de 8 ans en quittant mon pays natal. Je travaille actuellement comme créateur de mode et participe aux programmes d'aide aux réfugiés de l'UNHCR. Bien que l'eau et la nourriture soient importantes pour les réfugiés, les vêtements sont également très précieux dans le sens où ils permettent de protéger le corps dans la dignité et d'exprimer sa propre richesse spirituelle. J'ai caché autrefois que j'étais aussi un réfugié, mais je parle maintenant de mes origines en espérant qu'un peu plus de gens s'intéressent à la question des réfugiés.

Pour nos clients

Pour fournir des produits sûrs, fiables et de haute qualité aux clients dans le monde entier

Notre principe est de répondre rapidement et sincèrement aux demandes des clients. Nous avons plusieurs voies pour écouter les différents avis des clients afin d'améliorer leur satisfaction.



Attitude de FAST RETAILING à l'égard de ses clients

Toutes nos activités visent la satisfaction des clients



Akihito TANAKA
Directeur de la Promotion de
Satisfaction des Clients
FAST RETAILING CO., LTD.

« Comment réagissez-vous aux avis des clients ? »

▼
« Nous partageons les informations avec tous nos employés, et les services concernés réagissent rapidement »

Le groupe FAST RETAILING, à commencer par UNIQLO, reçoit environ 100.000 avis de clients par an par carte postale, par téléphone ou par e-mail. Nous avons introduit depuis quelques années un système où le service clientèle centralise tous les avis des clients et les diffuse à tous les employés tous les jours par e-mail afin de partager les informations. Concernant les messages auxquels il faut répondre, les services concernés examinent rapidement et transmettent au client les résultats. Nous croyons que le premier pas pour assumer notre responsabilité à l'égard de nos clients est d'établir un système où tous les employés peuvent partager ce que les clients ont ressenti.

Nous pouvons classer les avis des clients en 3 catégories : (1) Compliments, (2) Réclamations, (3) Requêtes ou Demandes de renseignements. Bien sûr, la solution des réclamations des clients étant prioritaire, nous essayons tous les jours d'améliorer nos services afin d'atteindre « zéro réclamations ».

« Y a-t-il un système qui permet de refléter les avis et les propositions des clients à l'activité d'entreprise ? »

▼
« Oui, nous sommes en train de renforcer ce système »

Il n'y a aucun avantage pour les clients à nous transmettre une proposition ou un avis. Toutefois, nous recevons chaque année quelques dizaines de milliers d'avis. Cela indique que les clients attendent beaucoup de FAST RETAILING, et notre mission est de répondre sincèrement à leurs attentes.

Bien que nos mesures pour répondre à la réclamation des clients aient réussi jusqu'à certain point, il reste encore beaucoup à faire pour refléter suffisamment les demandes des clients à l'activité d'entreprise. Nous essayons de renforcer le système qui permet de classer et d'analyser les demandes et les avis des clients, et de les refléter dans le développement des produits, dans le marketing ou dans l'amélioration du service, en coopération avec chaque service.

« Pourriez-vous expliquer les mesures concernant la SC d'autres entreprises du groupe FR ? »

▼
« Nous projetons d'appliquer nos expériences acquises à UNIQLO aux mesures pour la SC d'autres entreprises »

Un autre enjeu concernant la SC (Satisfaction des Clients) est l'adaptation à la mondialisation et à l'expansion mondiale de notre groupe. Le théâtre de nos affaires s'étend rapidement au niveau mondial, et le nombre d'entreprises appartenant au groupe FR augmente suite aux fusions et aux acquisitions. Dans ce contexte, il est important de réfléchir à la manière dont nous pouvons réagir aux avis des clients et les refléter dans nos affaires. Actuellement, notre activité de SC est principalement destinée à nos affaires UNIQLO au Japon. Nous venons de commencer à envisager la façon dont nous pouvons utiliser les savoir-faire et les expériences acquises à UNIQLO dans d'autres affaires au Japon et à l'étranger. Bien que les cultures de chaque entreprise de notre groupe et de chaque pays soient différentes, nous visons à appliquer l'activité pour la SC dans toutes les entreprises du groupe FR dans n'importe quel pays, conformément aux valeurs de FAST RETAILING, à « nous mettre toujours à la place du client ».

Politique de base

« Les clients » sont les plus importants pour FAST RETAILING. Toutes nos activités visent le plaisir et la satisfaction des clients. Nous essayons toujours de « nous mettre à la place du client » non seulement pour la vente, le développement et la gestion des produits, la gestion d'une boutique, les services, la communication, mais aussi pour le développement de notre structure, l'élaboration de la gestion prévisionnelle et d'autres mesures relatives à la gestion d'entreprise.

Pour refléter les avis des clients dans les activités d'entreprise

Refléter les avis des clients pour l'amélioration du service ou pour le développement des produits

UNIQLO maintient le Bureau du Service Clientèle ouvert toute l'année pour répondre aux demandes des clients par e-mail, téléphone ou télécopie. De plus, les boutiques UNIQLO distribuent aux clients des « questionnaires de satisfaction sur le service » afin d'obtenir directement les avis des clients.

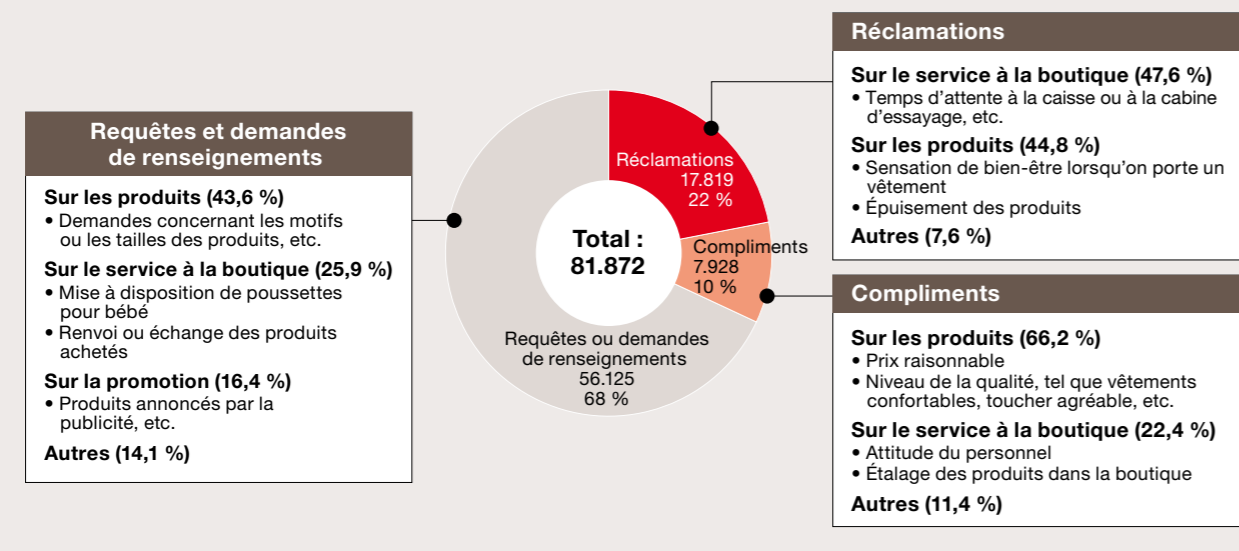
Notre Service Promotion de la Satisfaction des Clients centralise les avis des clients et rapporte rapidement à la direction et aux services concernés. Pendant l'exercice 2008, nous avons reçu de nombreux avis sur le temps d'attente à la caisse et à la cabine d'essayage particulièrement pendant la période la plus occupée. Nous avons attiré l'attention de toutes les boutiques à cet égard pour améliorer les services en révisant la répartition du personnel et en partageant les cas pratiques.

Mesures pour améliorer la SC

UNIQLO a mis en place le Système de Préposé aux Services visant à placer des spécialistes qui s'occupent à la fois du service clientèle et de la vente en boutique. Nous avons également mis en place le Prix de la Meilleure Boutique en SC et le Prix du Meilleur Personnel en SC pour récompenser les personnels et les boutiques tout en utilisant le système de points qui reflète les compliments reçus dans le travail de tous les jours. Nous prenons également des mesures dans certaines de nos boutiques telles que l'installation de pentes et de toilettes accessibles aux fauteuils roulants, la mise à disposition de poussettes pour bébé, l'autorisation des chiens d'aveugle pour que tout le monde puisse prendre plaisir à faire les courses dans nos boutiques.



Aperçu des avis des clients de l'exercice 2008



Pour fournir des produits sûrs et fiables

Système pour une gestion rigoureuse de la qualité et de la sécurité pour faire parvenir sans faute chez les clients

UNIQLO a adopté les critères de sécurité les plus stricts dans les pays et les régions où l'entreprise est présente, y compris aux Etats-Unis ou dans les pays membres de l'Union européenne, et les a incorporés dans les Critères Globaux de Qualité et de Sécurité d'UNIQLO qui sont mis en vigueur dans le monde entier. Le Personnel chargé de la Gestion de la Qualité et de la Sécurité du Service Fabrication au siège social et au bureau à Shanghai vérifie en coopération avec les usines de fabrication si tous les produits d'UNIQLO remplissent ces critères. Les informations obtenues dans ce processus seront partagées entre les services concernés, et en principe, le Service Clientèle sur la Qualité des Produits répond efficacement aux questions des clients. En outre, le Rapport Mensuel sur la Sécurité est mis à la disposition de tous les employés pour informer le personnel chargé des produits et de l'amélioration de la qualité.

Assurer la sécurité à travers les contrôles de qualité à plusieurs reprises par un organisme tiers

Toutes les matières utilisées pour les produits sont soumises au « contrôle par échantillonnage aléatoire », y compris le contrôle de la stabilité de la teinture*1 et le contrôle du formaldéhyde résiduel*2, etc., par l'agence tierce d'inspection pour assurer la sécurité. Le « contrôle avant la fabrication en série » et « l'examen avant livraison » de tous les produits sont également effectués. En outre, « l'inspection avant livraison » est effectuée, en coopération avec l'agence tierce d'inspection, pour vérifier si les contrôles sont bien effectués par les usines partenaires.

*1Contrôle de stabilité de teinture : Il s'agit du contrôle de la résistance de la teinture des produits.

*2Contrôle du formaldéhyde : Le formaldéhyde est utilisé pour entretenir la fibre naturelle comme les adoucissants contre le rétrécissement et le froissement. Les personnes ayant une peau fragile peuvent avoir de l'eczéma, de la rougeur, ou de l'allergie dermatologique.

La maîtrise et l'expérience des Takumis assurent la qualité et la sécurité des produits

UNIQLO place dans chaque bureau à l'étranger, à commencer par la Chine, des Takumis qui s'occupent de l'instruction technique, de la gestion de la procédure de fabrication et de la formation du personnel sur lieux de fabrication (voir pp. 9-12 pour plus d'information sur les Takumis).

Rappels volontaires des produits

Nous avons effectué deux rappels volontaires dus aux défauts découverts dans les produits en septembre et novembre 2008. Nous reconnaissons sérieusement l'inquiétude et les ennuis que les clients ont eus suite aux rappels de produits à plusieurs reprises, et nous faisons un maximum d'efforts pour renforcer le système de contrôle et d'inspection d'UNIQLO à travers la restructuration de notre système de gestion de contrôle de la qualité et de la sécurité afin d'éviter que cela ne se reproduise.

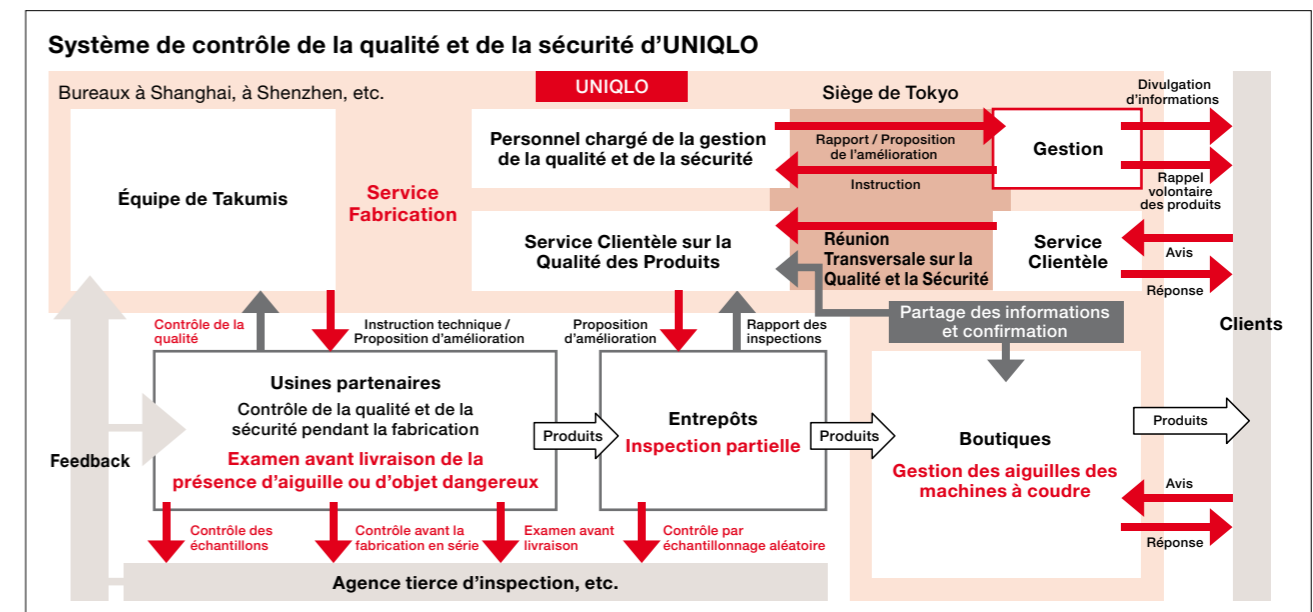
Aperçu des rappels volontaires de produits en 2008

Septembre 2008

- **Produits rappelés :** Couvertures de voyage + sac en fleece
Pantoufles en fleece
- **Raison du rappel :** Présence de particules métalliques de l'aiguille de la brosse
- **Nombre d'articles défectueux :** 17 (1 sur 16.184 articles vendus / 16 sur 63.189 parmi le stock)

Novembre 2008

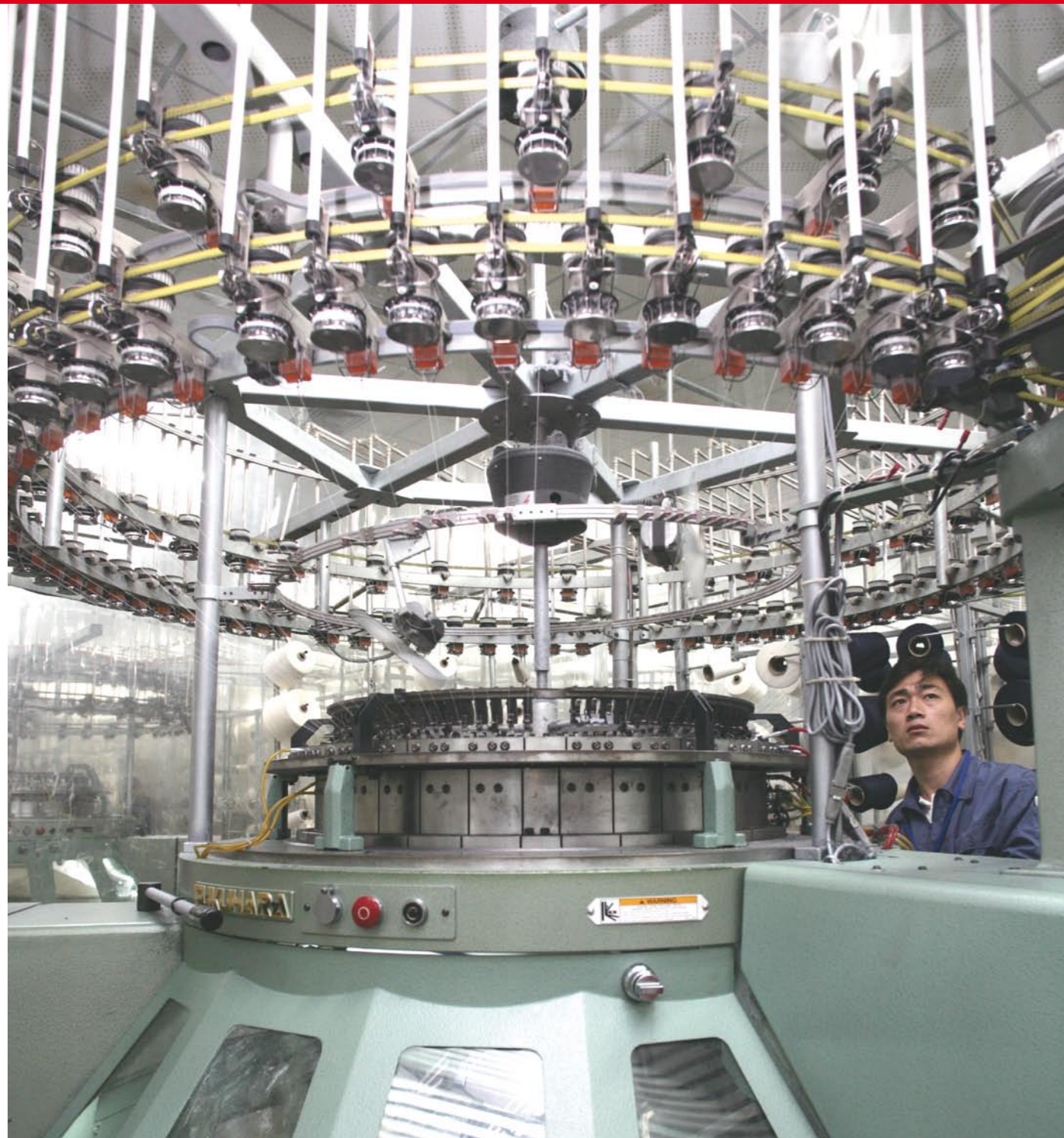
- **Produits rappelés :** « KIDS (GIRLS) Stretch Slim Straight Jeans »
- **Raison du rappel :** La ferrure à l'intérieur était proéminente, à cause d'une mauvaise fixation du rivet en forme de cœur (ferrure décorative).
- **Nombre d'articles défectueux :** 11 (2 sur 64.998 articles vendus / 9 sur 16.145 parmi le stock)



Pour nos entreprises partenaires

Établir une relation de confiance avec les usines partenaires pour réaliser une haute qualité

Afin de fournir des produits de bonne qualité, nous prenons différentes mesures relatives à la gestion de la qualité et de la sécurité et à l'observance chez les partenaires.



Attitude de FAST RETAILING à l'égard de ses entreprises partenaires

Le véritable partenariat naît en poursuivant ensemble « l'intégrité »



Hiroshi NAGAI
Vice-président
Division de la Fabrication
FAST RETAILING CO., LTD.

Se creuser la tête ensemble pour se développer ensemble

Lorsque nous travaillons face à face avec nos entreprises partenaires, il faut réaliser des bénéfices mutuels puisqu'il s'agit d'affaires. Le partenariat ne s'établit pas seulement avec de bons sentiments. Mais en même temps, le véritable partenariat ne naît pas simplement de l'accord sur le cahier des charges des produits, le délai de livraison et les prix.

Je crois que nous ne faisons pas simplement des transactions avec nos usines partenaires en Chine et dans d'autres pays, mais que nous avons une mission commune : fournir un vêtement de qualité pour rendre les clients heureux dans le monde entier. A cette fin, nous nous creusons la tête ensemble et nous nous développons ensemble. C'est vraiment ce que nous essayons de faire. Je crois que seuls ceux qui travaillent avec nous en partageant cette philosophie peuvent être appelés de vrais partenaires.

FR WAY est une pierre angulaire pour construire une relation de confiance

Nous fabriquons des produits principalement en Chine depuis plus de dix ans. La mise en place de l'Équipe de Takumis a amélioré largement la qualité de fabrication, et nous avons récemment élargi nos unités de fabrication au Bangladesh et au Viêt-nam. Comment trouvons-nous les entreprises qui travaillent avec nous dans ces nouvelles régions ? Nous faisons des efforts depuis 1 an pour développer la solution à ce défi.

Chaque partenaire potentiel réagit différemment. Certains responsables d'usine pensent que s'ils font des efforts sérieux et continuels pour travailler avec nous, cela permet d'améliorer leur capacité technique et de se développer ensemble en fabricant des produits de meilleure qualité. FR WAY est une pierre angulaire pour construire une relation de confiance, ce qui constitue une base importante pour

établir une relation de confiance et pour que nos partenaires pensent que notre société est fiable.

En cas de problème sur le milieu de travail chez une de nos usines partenaires, par exemple, il faut travailler ensemble à trouver une solution. Il n'y aurait pas le problème des heures supplémentaires si on pouvait fabriquer chaque semaine et chaque mois la même quantité.

Mais la fluctuation des commandes de produits est inévitable dans les affaires. Comment peut-on résoudre cette contradiction ? Bien que nous ne puissions rien faire quant aux fluctuations des commandes, nous devrions réviser notre procédure si les usines ont plus de charges à cause de notre façon de travailler ou à cause des commandes. Nous devrions discuter ensemble de la façon dont on peut améliorer l'efficacité, dont on peut stabiliser le volume de fabrication, et il faudrait réviser toutes les procédures de travail pour poursuivre « l'intégrité » et « des standards plus élevés ».

Notre point fort est la relation de confiance face à face

La fabrication est un processus logique. Tant que nous suivons la bonne procédure comme il faut, nous devons fabriquer des produits exempts de défauts. Si les produits ne sont pas fabriqués correctement, il doit y avoir un problème quelque part. A ce moment-là, il faut que tous les employés se creusent la tête ensemble et révisent chaque étape de la procédure. Il n'y a pas d'autres moyens que de le faire à plusieurs reprises.

Comme nous travaillons face à face avec nos partenaires de cette façon, nous pouvons identifier la cause d'un problème éventuel sur place et trouver la solution rapidement. Un tel système ne sera pas établi en restant sans rien faire. Cela exige une solide relation de confiance avec les entreprises partenaires. Je crois que c'est notre point fort et notre responsabilité à l'égard de nos clients.

Politique de base

FAST RETAILING poursuit « l'intégrité », dans tous les aspects de ses activités d'entreprise, y compris la gestion, l'attitude à l'égard de ses entreprises partenaires et la façon de penser. Non seulement nous respectons les lois et les règlements et essayons d'être « équitables » en tant qu'entreprise, mais nous poursuivons également la conduite « avec éthique et intégrité » de nos employés et de nos entreprises partenaires.

Monitoring du milieu de travail des usines de fabrication

Mise en œuvre du monitoring et ses points importants

UNIQLO essaye d'améliorer le contrôle de la sécurité des produits, l'efficacité de la fabrication et la qualité des produits, en coopération avec environ 70 usines partenaires en Chine et dans d'autres pays asiatiques. Nous effectuons également un contrôle régulier pour assurer que nos produits sont fabriqués dans un milieu de travail adéquat sans travail des enfants ni travail forcé, et prenons des mesures pour améliorer la situation, tout en assurant la communication adéquate d'informations. Plus concrètement, nous avons défini « le Code de Conduite pour nos usines partenaires (Ci-après, le Code de Conduite / CdC) » en 2004, et confions le monitoring à un organisme tiers principalement sur le milieu de travail des principales usines de couture qui ont signé préalablement le contrat d'observance.

Suivi sur base des résultats de monitoring

Les résultats de monitoring sont notés suivant une évaluation sur 4 niveaux de A à D conformément au critère d'UNIQLO. Selon la gravité du problème, le partenariat sera révisé immédiatement. La priorité numéro un pour UNIQLO est l'interdiction du « travail des enfants » et celle du « travail forcé ». Les usines qui ne se conforment pas à ces points seront notées en « D », le niveau le plus bas. Dans ce cas, la personne chargée de visiter ladite usine, demande l'amélioration immédiate, et vérifie l'état de l'amélioration lors du monitoring de suivi. Si la situation ne s'est pas améliorée même après le monitoring de suivi, les transactions avec l'usine en question seront arrêtées ou réduites.

Révision du critère de monitoring

Nous avons révisé le critère d'évaluation de monitoring, afin que le cadre du monitoring défini en 2004 soit mieux appliqué à la situation actuelle. Durant l'exercice 2009, nous allons d'abord expliquer le nouveau critère aux usines partenaires pour qu'elles comprennent bien la vision de FAST RETAILING, puis lancer un monitoring utilisant le nouveau critère. Nous allons élargir progressivement l'objet du monitoring pour inclure les usines partenaires d'autres entreprises de notre groupe outre celles d'UNIQLO.

Thèmes couverts par le monitoring et les résultats de l'exercice 2008

(81 usines ont été suivies)

Niveau d'évaluation	Problèmes remarqués	Exercice 2008
A	Protection de l'environnement Sécurité et hygiène du foyer Incorporation dans les règlements internes	2 %
B	Oppression ou harcèlement Discrimination Sécurité et hygiène du milieu de travail Liberté de former un syndicat Salaires et différentes allocations et indemnités Heures de travail	67 %
C	Acceptation du monitoring (manque de dossiers importants) Contrat de travail, enregistrement des heures de travail, etc.	27 %
D	Travail des enfants Travail forcé	4 %

Cas pratiques des évaluations D dans le monitoring au cours de l'exercice 2008

- Lors de l'interview des ouvriers effectuée dans le cadre du monitoring, le fait que « le responsable avait dit des paroles blessantes aux ouvriers » a été révélé, et ladite usine a été évaluée D. Nous avons averti sévèrement les responsables de l'usine de s'abstenir de le faire, et nous avons constaté une amélioration lors du monitoring de suivi.
- Une clause stipulant qu'« il faut payer un dédit de 500 yuans pour démissionner » s'est trouvée dans les règlements de l'usine, et il est possible qu'il s'agisse de travail forcé. Nous avons donc demandé de réviser ce système. L'amélioration sera confirmée lors du prochain monitoring de suivi.
- L'investigation des dossiers du passé a révélé le fait qu'un ouvrier avait été embauché à l'âge de 15 ans, un mois avant l'anniversaire de ses 16 ans. Ledit ouvrier avait déjà 16 ans lors du monitoring. Cela est dû au fait que la vérification de la carte d'identité lors de l'embauche n'était pas toujours effectuée. Nous avons donc demandé une vérification systématique et complète, et avons constaté l'amélioration lors du monitoring de suivi.



Pour des transactions équitables et honnêtes

Mise en place du Comité d'Éthique d'Affaires

Pour établir un partenariat égal et amical avec ses entreprises partenaires, UNIQLO CO., LTD. a mis en place le Comité d'Éthique des Affaires et stipulé la Directive pour la Prévention de l'Abus de Position Dominante en 2004. Nous essayons de sensibiliser nos employés aux règles des transactions entre les entreprises sur base de cette directive.

Mise en œuvre de la cinquième enquête auprès des entreprises partenaires

FAST RETAILING CO., LTD. et UNIQLO CO., LTD. font une enquête une fois par trimestre auprès de tous leurs services afin de vérifier s'il y a eu des problèmes avec les entreprises partenaires. Nous faisons aussi une enquête auprès des entreprises partenaires une fois par an pour voir si notre personnel n'a pas eu de comportement inapproprié.

Suite aux enquêtes effectuées pendant l'exercice 2008, nous avons reçu les avis sur le savoir-vivre ou l'attitude de nos employés lors de la réunion et ceux sur la condition des transactions. En cas de problème, le Comité d'Éthique d'Affaires examine les détails, puis prend des mesures pour améliorer la situation.

Résultats des enquêtes auprès de nos entreprises partenaires de l'exercice 2008

- Mise en œuvre :** Une fois par an (en juillet-août 2008)
- Objet :** principales entreprises partenaires de FAST RETAILING et d'UNIQLO
- Nombre d'enquêtes retournées :**
202 entreprises au Japon sur 258 (taux de réponse : 78 %)
51 entreprises à l'étranger sur 73 (taux de réponse : 70 %)
- Exemples de commentaires suite aux enquêtes :**
 - Demande concernant le délai de livraison différent de la condition prévue dans le contrat
 - Réponse peu appropriée lors de l'entretien téléphonique ou de la réunion
 - En respectant strictement l'anonymat de l'entreprise partenaire et avec son accord, nous avons renvoyé un retour d'information à notre personnel chargé de ladite entreprise et lui avons donné instruction d'améliorer la situation. De plus, la réunion des cadres a pris des mesures de prévention.

Le Comité d'Éthique des Affaires

- Objectif :** UNIQLO CO., LTD. a mis en place ce comité afin de prévenir une pression inadéquate sur les entreprises partenaires (usines de fabrication, fournisseurs, etc.) en abusant de la position dominante.
- Fréquence :** Une fois par mois en principe. Convocation extraordinaire en cas de sujets à examiner.
- Membres :** Présidé par l'Administrateur chargé de la CSR. Les membres sont composés du vérificateur interne, les vérificateurs externes ayant la qualité d'avocat ou d'expert-comptable, et l'avocat-conseil, etc.
- Sujets de délibération :** La pertinence de la diminution / l'arrêt des transactions, de la réclamation de dommages-intérêts et autres.
- Nombre de dossiers examinés au cours de l'exercice 2008 :** 32 dossiers



Pour nos employés

Promouvoir un lieu de travail sécurisé et confortable pour l'épanouissement collectif de « l'entreprise » et de « chaque employé »

Nous créons un lieu de travail où les diverses ressources humaines peuvent déployer leurs capacités, et nous poursuivons les affaires qui sont possibles grâce à la diversité de nos ressources humaines.



Attitude de FAST RETAILING à l'égard de ses employés

Respecter « l'individu » et réaliser l'épanouissement de l'entreprise et de l'individu



Hirotugu WADA
Vice-président chargé
des Ressources Humaines
FAST RETAILING CO., LTD.

La « diversité » est un mot-clé

Je pense que le mérite de FAST RETAILING est un climat d'entreprise comprenant une structure très plate et transparente, dans laquelle tous les employés sont évalués de façon équitable et expriment leur avis sans hésitation quel que soit l'âge, le sexe et la nationalité.

Cependant, il n'y a pour l'instant que trois administrateurs non japonais et une administratrice. Il sera difficile de devenir une entreprise véritablement globale, voire numéro 1 mondial, sans qu'au moins la moitié de nos administrateurs et de nos directeurs soient des non-Japonais et des femmes. Je pense que ceci est une partie de notre responsabilité sociale d'entreprise.

Il est extrêmement important de créer un cycle dans lequel l'entreprise accomplit sa responsabilité à l'égard de la communauté, gagne le respect du public et attire des ressources humaines compétentes. A cette fin, la « diversité » des ressources humaines est un mot-clé.

Réfléchir à la façon de concilier le bonheur de l'individu avec le développement de l'entreprise

Il va de soi que la promotion de la diversité est importante, mais ce qui la rend possible est le « respect de l'individu ». Il serait difficile de former des leaders qui peuvent travailler au niveau mondial avec un esprit transcendant les différences culturelles sans chercher le moyen de concilier le bonheur personnel et le développement de l'entreprise.

Désormais FAST RETAILING souhaite établir un système qui est appliqué de façon équilibrée dans l'ensemble de l'entreprise pour que tout le monde soit évalué selon le même critère et traité de façon égale pour les mêmes compétences et la même performance. Nous nous dirigeons vers un système dans lequel les personnes compétentes de notre groupe peuvent être délocalisées librement, ont beaucoup d'opportunités pour déployer leur activité et prennent le leadership dans les affaires mondiales de FAST RETAILING.

Accomplir quelque chose de juste sur base d'une idée simple

Concernant l'emploi des personnes handicapées, nous l'encourageons activement depuis longtemps, et notre attitude est appréciée du public. Notre idée de base est très simple : il y a des personnes sans handicap et des personnes avec handicap dans la communauté, et aussi parmi nos clients. Alors notre lieu de travail doit refléter la même réalité. Sur base de cette idée, chaque boutique UNIQLO au Japon emploie au moins une personne handicapée, et elles déploient leur capacité dans les boutiques. Nous accomplissons quelque chose de juste sur base d'une idée simple. C'est la caractéristique positive de FAST RETAILING de s'attacher résolument aux choses essentielles.

Nous prenons également des mesures pour augmenter l'opportunité des femmes à déployer leur capacité. Par conséquent, de plus en plus de femmes travaillent en tant que gérantes de boutique et elles travaillent plus d'années chez nous. Nous organisons une formation de carrière pour que les femmes changent leur point de vue à l'égard du travail et font des efforts pour se former elles-mêmes d'une part, et nous prenons des mesures pour leur permettre de prendre des congés plus facilement ou d'appliquer strictement le principe des journées sans heures supplémentaires afin d'éliminer les éléments empêchant les femmes de travailler, d'autre part.

Ces approches ne sont pas simplement destinées à certains employés. Pour s'épanouir en tant que travailleur, il est nécessaire de réduire le temps de travail et de prendre du temps pour se former, pour passer du temps avec sa famille ou pour ouvrir de nouveaux horizons en rencontrant des gens en-dehors de l'entreprise. Nous devrions prendre des mesures pour améliorer les conditions de travail également de ce point de vue. Finalement, c'est aussi un enjeu qui aboutit au « respect de l'individu ».

On ne peut pas faire une bonne équipe si on ne respecte pas la vie privée et l'épanouissement de chaque employé. Je crois que la création d'une équipe en respectant « l'individu » et la diversité entraînera finalement l'épanouissement de l'entreprise et de l'individu tel que décrit dans le FR WAY.

Politique de base

FAST RETAILING vise à réaliser des milieux de travail où les employés peuvent travailler de façon confortable et à améliorer continuellement la satisfaction des employés. Nous aménageons différents environnements qui permettent de respecter chaque employé et d'encourager l'épanouissement collectif de l'entreprise et de l'individu, et essayons de former les personnes qui peuvent faire un travail innovateur du point de vue mondial.

Mode de travail divers pour que chacun puisse déployer sa capacité au maximum

Mise en place du Système d'Emploi Régulier Régional

UNIQLO a mis en place le Système d'Emploi Régulier Régional en 2007, et aujourd'hui, environ 2.000 employés travaillent dans ce cadre dans tout le territoire du Japon. Le terme Employé Régulier Régional signifie un employé à plein temps qui travaille cependant dans une zone déterminée et qui n'a pas de possibilité accompagnée de déménagement. Ils ont l'opportunité de jouer un rôle principal pour faire en sorte qu'une boutique soit aimée par les gens de la communauté locale ou pour assister le gérant de boutique. Je crois que la mise en place de ce système contribuera non seulement à la stabilité de la gestion à travers l'emploi des personnes compétentes et l'emploi permanent du personnel mais aussi à la solution des problèmes sociaux sur l'emploi des jeunes.

Encourager les femmes à faire une carrière

FAST RETAILING a pris différentes mesures pour aider les femmes à concilier le travail et la vie privée, et a établi un milieu de travail où l'entreprise et l'individu peuvent s'épanouir de façon continue. Dans ce but, nous avons révisé le système de congé parental et de congé pour soigner les personnes dépendantes en décembre 2007, pour que les employés puissent travailler pendant une période plus longue. De plus, l'Équipe du Développement de Carrière du Service Ressources Humaines a lancé le

« Projet de Gérantes de Boutique » pour appuyer le développement de carrière des femmes en tant que gérante de boutique à long terme tout en respectant la vie de chacun. La société publie pour ses employés une brochure trimestrielle intitulée « Style » qui présente ses employés féminins travaillant à divers endroits au Japon, et organise régulièrement la formation « Women's Forum » à laquelle les employés masculins participent également. Aujourd'hui, environ 20 % de boutiques UNIQLO sont gérées par les gérantes qui travaillent de façon active.

Emploi de personnel multinational

Des personnes de différentes nationalités telles que des Japonais, des Américains, Français, des Chinois et des Coréens travaillent pour FAST RETAILING suite à l'expansion mondiale de ses activités (Le nombre total des employés du groupe est de 8.055). Trois administrateurs sur vingt sont non-Japonais. Désormais, nous allons établir un milieu de travail visant à accueillir les employés non-japonais en donnant aux cadres une formation en communication multiculturelle et en attachant une version anglaise lors de la diffusion d'un document à tous les services de la société.



En tant qu'employé régulière ayant des racines dans la région, je vais créer une boutique qui sera aimée des clients

Kumiko SHIBANO
Employée Régulière Régionale
Boutique UNIQLO à Shinsaibashi

Je suis chargée du VMD* à la boutique de Shinsaibashi depuis son inauguration en 2004. Je pensais que je voulais travailler dans les boutiques pour longtemps, et j'ai senti en même temps la nécessité d'avoir l'esprit plus ouvert et de faire des progrès dans mes compétences de VMD. Le Système d'Emploi Régulier Régional m'a permis de réaliser mes deux désirs en même temps. J'ai pu développer les échanges avec d'autres boutiques et le siège social, et j'ai actuellement plus de responsabilité qu'avant. Je voudrais maîtriser le VMD pour que les clients qui viennent à la boutique à Shinsaibashi disent que l'étalage de cette boutique est très bien.

*VMD (Visual Merchandising and Display) : Réaliser des boutiques attirantes à travers la présentation et l'assortiment des marchandises.

Promotion de l'emploi des personnes handicapées

UNIQLO encourage l'emploi des personnes handicapées depuis 2001 en se fixant l'objectif « au moins une personne handicapée par boutique ». Il est naturel chez nous que plusieurs employés soutiennent un employé handicapé, ce qui a contribué à améliorer le travail en équipe dans les boutiques. Aujourd'hui, environ 80 % des boutiques emploient au moins une personne handicapée, et le taux moyen d'emploi de personnes handicapées de l'entreprise est de 8,06 % dépassant largement le minimum légal.

Nous allons désormais promouvoir l'emploi de personnes handicapées au siège social et dans d'autres entreprises du groupe.

Équilibre entre travail et vie privée

UNIQLO encourage ses employés à prendre leurs congés payés, à réduire leurs heures supplémentaires et maintient leur santé afin de créer un milieu de travail sûr et confortable.

Plus de congés

Depuis septembre 2007, à UNIQLO, nous attribuons à nos employés réguliers 16 jours de congés spéciaux par an outre les congés payés normaux, et préconisons de les planifier à l'avance.

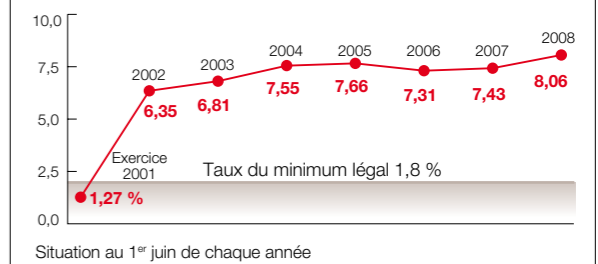
Application du principe de quatre jours sans heures supplémentaires par semaine

Nous fixons quatre jours sans heures supplémentaires par semaine à notre siège social afin de réduire les heures supplémentaires. Nous les rappelons à tous les employés et donnons des conseils au personnel ou aux services qui font beaucoup d'heures supplémentaires pour les réduire.

Gestion de la santé physique et mentale

Nous sensibilisons régulièrement nos employés à la santé en diffusant tous les mois des informations sur la santé par e-mail. Concernant la question de la santé mentale, nous avons mis en place un service de consultation extérieure à la société.

Évolution du taux d'emploi des personnes handicapées



Yôta FUKUDA
(droite)
Boutique UNIQLO à
Yodobashi Kichijoji

Je voudrais un jour dessiner un T-shirt

J'ai choisi la filière vêtements et décoration intérieure à l'école professionnelle, et je travaille à UNIQLO depuis 1 ans. Je suis chargé de la retouche des pantalons en utilisant mes compétences en machine à coudre que j'ai apprises à l'école. Comme je sais que je travaille sur les produits pour les clients, je travaille très méticuleusement, mais je suis très heureux de travailler en utilisant une machine à coudre. Comme je travaille à UNIQLO, j'espère avoir l'occasion un jour de dessiner un T-shirt.

Shigehiko MATSUDA (gauche)

Gérant de boutique UNIQLO à Yodobashi Kichijoji

Comme M. Fukuda est très ponctuel et attentif dans son travail, je peux lui confier des tâches en toute confiance. Je suis content de voir que chaque employé est prévenant et que ses collègues lui donne un peu plus d'espace en enlevant des obstacles pour qu'il puisse mieux travailler.

Formation du personnel / développement des compétences

Mise en place de l'Université UNIQLO

UNIQLO CO., LTD. a mis en place « l'Université UNIQLO » en 2000 pour le développement des ressources humaines et la formation du personnel. Cet établissement offre différentes formations en tenant compte de l'image du personnel souhaité par les boutiques et le siège social et soutient systématiquement le développement de carrière des employés.

Programmes de Franchise par l'Employé et Gérant Vedette de Boutique

Le Programme de Franchise par l'Employé permet aux employés de fonder leurs propres entreprises indépendantes et de gérer des boutiques franchisées d'UNIQLO. Jusqu'à présent, 8 gérants de boutique UNIQLO sont devenus indépendants. Il est attribué plus de compétences et de responsabilité aux Gérants Vedettes de Boutique qu'aux gérants de boutique ordinaires, et ce titre est attribué aux employés compétents qui peuvent servir d'exemple à toutes les boutiques et à l'ensemble de l'entreprise.

Pour la communauté et l'environnement

Nous allons continuer notre programme originel d'action sociale sur base de nos activités d'entreprise

Pour demeurer une entreprise fiable et appréciée par les clients, nous avons commencé petit à petit divers programmes d'action sociale dans les domaines que nous pouvons faire.



Attitude de FAST RETAILING à l'égard de la communauté locale

« Conduite avec éthique et intégrité en tant que citoyenne du monde »



Toshiyuki UEKI
Président du Club de Bénévoles d'UNIQLO
Directeur des Affaires Générales
FAST RETAILING CO., LTD.



Tomokazu KUROSE
Leader, Service Développement des Grandes Boutiques
UNIQLO CO., LTD.

Le bénévolat nous donne l'occasion de nous épanouir

Je garde une vive impression de ma première expérience de bénévolat à l'occasion du tournoi national de Special Olympics en 2002, et depuis, j'y participe activement. Aujourd'hui, j'encourage le bénévolat en tant que président du Club de Bénévoles d'UNIQLO. A la fois nos entreprises et nous les individus vivons grâce à la communauté. Alors, que pouvons-nous faire pour la communauté en retour ? L'engagement à l'activité de CSR au niveau de l'entreprise et la participation aux activités bénévoles au niveau particulier peut être la solution.

Je croyais au début que le bénévolat est ce que la personne spéciale faisait lors d'une manifestation spéciale. Mais en fait, j'ai compris que c'est quelque chose de quotidien. Il y a différentes sortes de personnes dans le monde et on vit ensemble en se soutenant mutuellement. Le bénévolat n'est pas seulement l'aide aux autres mais elle nous donne l'occasion de nous épanouir en fin de compte. Je pense que le bénévolat est un bon moyen de découvrir de façon naturelle les autres valeurs que nous ne pourrions pas connaître si nous restions seulement dans notre entreprise.

Cela nous permet de regarder notre travail sous un angle différent

Outre que nous fournissons des vêtements de haute qualité à des prix raisonnables pour satisfaire la clientèle, il y a d'autres façons de contribuer à la communauté. Une fois que j'ai connu le rôle des activités des Special Olympics, je me suis rendu compte que ma façon de regarder le monde du point de vue des « clients » avait été, en fait, assez limitée et peu profonde. Ma première expérience en bénévolat s'est déroulée lorsque j'étais gérant de boutique à Ginza. Les employés de ma boutique ont dit qu'ils souhaitaient participer aux activités bénévoles et j'y ai participé aussi avec eux.

Bien qu'il soit formidable de travailler à la boutique et de voir les clients satisfaits, il se peut que l'on devienne moins sensible en répétant la même chose pendant longtemps. Il est très significatif de regarder son travail sous un angle différent en participant aux manifestations sportives avec les personnes handicapées et en les accueillant à la boutique comme clients. Si nous pouvons voir les choses sous différents angles, je pense que cela nous aidera à changer le monde en mieux.

Commentaire du personnel qui a participé à une activité bénévole de plantation d'oliviers*



Hiroyuki GOSHIMA
Service Conception de Boutique
FAST RETAILING CO., LTD.

Raison pour laquelle UNIQLO participe à cette activité

En parlant avec les habitants de l'île pendant une activité bénévole, je me suis rendu compte que la position d'UNIQLO en tant qu'entreprise qui fait des activités au niveau mondial permet de faire connaître à plus de gens le problème des rejets illégaux de déchets industriels auxquels l'île de Teshima de la mer intérieure de Seto au Japon est confrontée et d'attirer l'attention du public sur la question de l'environnement.



Kazuko KAWAKAMI
(gauche)
Employée de Boutique à Atsugi Hayashi
UNIQLO

Je présente les projets aux autres employés avec mon « cahier éco »

Mon mari et moi participons aux activités bénévoles toujours ensemble. A notre retour, je me suis demandée s'il y avait pas plus de choses que nous pourrions faire. Alors j'ai commencé à faire mon « cahier éco » dans lequel je colle des coupures d'articles de journaux sur l'environnement et écris mes expériences de bénévolat, et je le montre à mon équipe.



Haruka HASEGAWA
Gérante de boutique à Tokushima-Aizumi
UNIQLO

J'ai été stupéfaite de voir les montagnes de déchets industriels

Lorsque j'ai participé à une activité bénévole pour la première fois, j'ai visité le centre de documentation à côté de l'endroit où beaucoup de déchets industriels ont été jetés illégalement, et j'ai perçu l'indignation et la colère des habitants de l'île. Depuis, j'encourage le personnel de la boutique à la visiter et à participer au programme au moins une fois.

*Voir p. 31 pour plus d'information sur cette activité.

Politique de base

Conformément à notre Code de Conduite qui nous demande une « Conduite avec éthique et intégrité en tant que citoyenne du monde », FAST RETAILING essaye de se comporter en tenant compte des enjeux de la communauté internationale et de l'environnement de notre planète, et vise au développement de l'entreprise en harmonie avec la communauté.

Principaux programmes d'action sociale

Soutien à la Fondation Setouchi Olive

La Fondation Setouchi Olive est une organisation à but non lucratif fondée en 2000 à l'initiative de Tadao ANDO et Kohei NAKABO afin de régénérer la nature riche des îles et du littoral de la mer intérieure de Seto au Japon à commencer par l'île de Teshima qui était confrontée au problème de rejets illégaux de déchets industriels. UNIQLO a donné son adhésion à l'activité de la Fondation et a commencé la collecte dans ses boutiques à partir de 2001. De plus, le Comité d'Administration pour la Fondation Setouchi Olive a été créé en 2007, et notre administrateur et nos employés chargés de la CSR en font partie. Le comité examine les demandes de soutien financier de la part des organisations à but non lucratif au littoral de la mer intérieure de Seto pour les activités telles que la plantation d'arbres, et discute également des mesures pour promouvoir les activités de la Fondation Setouchi Olive.

Montant total des dons reçus de la part de nos clients et résultats d'activités

Le montant total des dons : 103.637.519 yens
 Nombre d'arbres plantés : 57.144
 Nombre d'organisations bénéficiaires de notre soutien pendant l'exercice 2008 : 22

(Situation au 31 août 2008)



Naoki OTOMA, COO (Directeur d'exploitation) d'UNIQLO CO., LTD. a également participé à la plantation d'arbres.

Soutien à l'activité de Special Olympics Japan

Special Olympics (SO) est une organisation internationale sans but lucratif qui offre l'occasion aux personnes souffrant de handicaps mentaux de s'entraîner et de participer à des compétitions sportives. En tant que partenaire officiel de SO Nippon depuis 2002, UNIQLO fait don d'uniformes aux bénévoles et apporte un soutien au déroulement des activités. Pendant l'exercice 2008, la société a fait don de 3.650 uniformes aux bénévoles impliqués dans le National Winter Game qui s'est tenu à Yamagata et le Sports Experience Caravan qui s'est tenu à plusieurs endroits au Japon. 80 employés de notre siège et de nos boutiques ont participé en tant que bénévoles.

De plus, des distributeurs automatiques de charité de SO ont été mis en place dans les salles de repos pour les employés du siège social et de 172 boutiques UNIQLO dans l'ensemble du Japon. Une partie des bénéfices provenant de ces machines est donnée aux organisations régionales de SO Nippon.

Promotion de l'activité bénévole des employés

UNIQLO CO., LTD. a créé en 2004 le Club de Bénévoles d'UNIQLO pour encourager la participation volontaire des employés au programme d'action sociale. La sphère de participants s'est étendue aux employés de toutes les entreprises du groupe FR à partir de 2008. Le Club communique les informations et apporte un soutien financier aux frais de l'activité bénévole, afin de permettre plus facilement à plus d'employés du groupe de participer à l'activité bénévole.

Aperçu du Club de Bénévoles d'UNIQLO

- **Nom** : Club de Bénévoles d'UNIQLO
- **Cible** : Tous les employés qui travaillent pour le groupe FAST RETAILING
- **Soutien au bénévolat** :
 - Communication d'informations sur le bénévolat (sur le site web d'intranet ou par e-mail)
 - Soutien financier aux frais du bénévolat
 - Soutien financier aux frais de transport pour les bénévoles
- **Exemples d'activités** :
 - Nettoyage du quartier autour de la boutique UNIQLO : participation d'environ 180 personnes
 ⇒ Effectué en 7 zones telles qu'Aichi et Shizuoka au cours de l'exercice 2008
 - Activité bénévole organisée par la Fondation Setouchi Olive : Participation d'environ 200 personnes au total
 ⇒ Outre la plantation d'arbres effectuée deux fois par an, les employés de la boutique de la région de Kagawa ont travaillé en bénévoles à l'entretien des oliviers plantés et au désherbage.



L'image de UNIQLO Football Kids ! organisé en octobre 2008

Soutien au UNIQLO Football Kids !

Le « Programme JFA Kids (U6) » organisé par la Fédération Japonaise de Football (JFA) vise à la popularisation du football et à la formation du caractère des enfants, en donnant l'occasion aux enfants de six ans et au-dessous de comprendre le bénéfice de faire du sport. UNIQLO CO., LTD. organise un UNIQLO Football Kids ! à plusieurs endroits au Japon tous les ans depuis 2003 en tant que partenaire officiel de ce programme. Pendant l'exercice 2008, la manifestation s'est tenue à 9 endroits (Hokkaido, Iwate, Ibaragi, Tokyo, Osaka, Okayama, Kagawa, Fukuoka et Kumamoto), et environ 14.000 enfants au total y ont participé.

Aide d'urgence aux sinistrés

FAST RETAILING effectue une action pour aider les sinistrés à travers les donations de vêtements depuis 2001. Ce que nous pouvons faire est limité, mais nous apportons une aide d'urgence aux sinistrés petit à petit en comprenant les besoins sur place.

Résultats des soutiens accordés au cours de l'exercice 2008

- **Janvier 2008**
 Don d'environ 130.000 vêtements récupérés dans le cadre du Recyclage de Tous les Produits aux victimes du cyclone qui a frappé le Bangladesh par l'intermédiaire du PNUD (Programme des Nations Unies pour le Développement).
- **Mai 2008**
 Don urgent d'environ 33.000 vêtements (équivalent à environ 50 millions de yens) comme matériel de secours aux victimes du grand séisme de Sichuan, Chine.
- **Mai 2008**
 Don d'environ 200.000 vêtements récupérés dans le cadre du Recyclage de Tous les Produits à la région sinistrée du cyclone Nargis qui a frappé le Myanmar. Les vêtements sont donnés à l'Association de Bien-être des Mères et Enfants du Myanmar par l'intermédiaire de la Fondation JOICFP.



La filiale chinoise a joué un rôle principal pour apporter une aide d'urgence aux sinistrés du grand séisme du Sichuan, Chine

Ning PAN
 Vice-président, FAST RETAILING CO., LTD.
 General Manager & CEO,
 FAST RETAILING (CHINA) TRADING CO., LTD.
 et UNIQLO HONG KONG, LIMITED

UNIQLO a inauguré sa première boutique en Chine en 2002. En tant qu'entreprise visant à créer une boutique aimée dans la région, nous avons fait don de produits d'UNIQLO d'un montant de 3,3 millions de yuans (environ 50 millions de yens) aux sinistrés du grand séisme qui a frappé Sichuan, Chine en mai 2008. Le matériel de secours d'urgence a été livré par l'intermédiaire de la Croix-Rouge de Shanghai, afin de faire parvenir sans faute les produits à la région sinistrée désorganisée. De plus, une boîte de collecte a été placée à côté de la caisse de la boutique UNIQLO en Chine. Nous avons reçu une lettre de remerciement de la part de la Croix-Rouge Chinoise pour nos efforts et notre prise de décision rapide. Ce que nous pouvons faire est limité, mais notre action est sûrement un pas en avant pour la communauté locale.



Le Recyclage de Tous les Produits a reçu le Prix Entreprise Citoyenne d'Asahi

L'activité de Recyclage de Tous les Produits UNIQLO a reçu le Prix Entreprise Citoyenne d'Asahi le 23 octobre 2008. Ce prix a été créé, il y a 5 ans, pour encourager les entreprises à devenir de bonnes entreprises citoyennes et pour rendre hommage au programme d'action sociale effectué par une entreprise privée. L'Activité de Recyclage de Tous les Produits que UNIQLO lancée depuis 2006 a été récompensée car elle a mis en place une méthode de recyclage de tous les produits UNIQLO dans toutes les boutiques afin de bien utiliser les vêtements d'occasion, et elle a contribué à l'aide aux réfugiés et au recyclage pour produire des ressources.



Photo : Journal Asahi

Politique de base

FAST RETAILING respecte les lois et les règlements relatifs à l'environnement et agit en tenant compte des enjeux de la communauté internationale et de l'environnement de notre planète. Nous croyons que la première chose que FAST RETAILING peut faire pour réduire au maximum l'impact environnemental est l'amélioration de l'efficacité de la gestion. Nous essayons toujours de détecter les opérations inutiles et les moyens de fournir les valeurs ajoutées maximums avec les ressources minimums.

Réduire l'impact environnemental dans toutes les procédures

Défi sur l'environnement de FAST RETAILING

Les mesures que FAST RETAILING doit prendre pour l'environnement se résument en 3 points comme précisé à droite. Nous allons essayer de réduire l'impact environnemental dans toutes les procédures sur la base de ces 3 points.

- (1) Amélioration de l'efficacité de la gestion pour obtenir un effet maximum et des valeurs maximums avec des ressources minimums.
- (2) Promouvoir l'activité visant à une société de recyclage à travers nos activités d'entreprise avec nos clients, nos entreprises partenaires, nos employés, les entreprises de notre groupe ainsi que la communauté.
- (3) Fournir un vêtement d'une authentique qualité porteurs de valeurs inédites que les clients recherchent.

Mesures prises pour réduire l'impact environnemental dans le cadre des affaires UNIQLO

A Considérations écologiques à travers les produits

UNIQLO croit qu'il est également possible de contribuer à l'écologie rendant la vie confortable aux gens à travers les vêtements en utilisant les matières de pointe. Par exemple, nos produits Heat Tech, qui sont dotés d'une propriété de rétention de chaleur et d'humidité, et nos produits Dry, qui absorbent tout de suite la transpiration et qui sont secs tout de suite. Nous développons des matières et des produits qui nécessitent moins de climatisation ou de chauffage.

B Mesures prises lors du départ de l'usine

UNIQLO essaye de supprimer l'utilisation des sacs en polyéthylène utilisés pour maintenir la qualité des produits lors du départ de l'usine. Plus concrètement, la société a révisé la méthode et emballé actuellement plusieurs pièces dans un même sac au lieu d'emballer pièce par pièce. Par conséquent, la société a réussi à supprimer 10,8 millions de sacs en polyéthylène au cours de l'exercice 2008, ce qui représente plus de 5 fois plus que l'exercice 2007.

2 millions de sacs ont été supprimés au cours de l'exercice 2007.

C Économies d'énergie et de ressources dans la distribution

UNIQLO vise à établir un système de distribution à haut rendement, et s'occupe toujours de la révision ou de l'amélioration du flux de la distribution. La société a également révisé et allégé le poids de cartons utilisés lors de la livraison des produits afin d'améliorer le rendement de charge lors de la distribution.

De plus, en révisant et concentrant les points de distribution depuis 2008, la société a réussi à supprimer un réseau inutile et par conséquent à réduire les émissions de CO₂.

D Économies d'énergie et de ressources au bureau

Aux bureaux de notre siège social, nous appliquons la politique du libre choix de bureau, afin de réduire les ustensiles et les équipements qui ne seront plus nécessaires après un changement d'agencement suite à la mutation ou l'augmentation du personnel. Concernant la photocopie, nous encourageons l'utilisation moindre de papiers pour la photocopie par l'impression recto verso ou la photocopie réduite.

E Économies d'énergie et de ressources dans les boutiques

Nous distribuons le « manuel d'économie d'énergie et de ressources dans les boutiques » à toutes les boutiques UNIQLO et vérifions régulièrement la réduction de consommation d'électricité, etc. De plus, nous révisons également la structure de la boutique, y compris la mise en place de climatiseurs à haute rendement et d'appareils d'éclairage, pour améliorer l'efficacité énergétique.

F Mise en place d'un entrepôt réservé au recyclage

UNIQLO centralise dans un entrepôt de recyclage les ustensiles et les équipements qui sont devenus inutiles suite à la clôture d'une boutique ou suite au changement d'agencement, et les conserve pour que l'on puisse les réutiliser immédiatement lorsque l'on en a besoin dans une boutique existante ou lors de l'inauguration d'une boutique. Ce système a permis à UNIQLO de se débarrasser de moins d'équipements, de créer de nouvelles valeurs par le recyclage, et d'inaugurer rapidement ou de gérer efficacement des boutiques.

Expansion de notre activité de recyclage

Activité de recyclage*1 dans le cadre du Tokyo Girls Collection*2

UNIQLO a participé pour la première fois à la 7^{ème} Tokyo Girls Collection (TGC) qui s'est tenue le samedi 6 septembre 2008. Nous avons donné notre adhésion au thème « Travailler pour l'environnement », un des thèmes de TGC cette fois-là, et mis en place le stand de recyclage d'UNIQLO à l'intérieur du lieu de festival pour récupérer les vêtements dont les clients n'ont plus besoin. Ce jour-là, nous avons accepté non seulement les vêtements UNIQLO mais exceptionnellement ceux d'autres marques, 1.136 vêtements au total pour une journée. Nous allons les trier selon les besoins et recycler une partie en les transformant en calorifuge ou combustible, et réutiliser les vêtements en bon état comme matériaux de secours. A travers une telle activité, UNIQLO souhaite étendre son activité de recyclage et de réutilisation avec ses clients.



*1 Voir pp. 13-16 pour plus d'informations sur l'Activité de Recyclage de Tous les Produits UNIQLO.

*2 Tokyo Girls Collection (TGC) est un des plus grands festivals de mode qui réunit plus de 20 000 jeunes femmes passionnées par la mode. Ce festival a pour but de présenter les marques japonaises les plus créatives au monde entier. Il s'est déroulé deux fois par an depuis 2005, et attire l'attention du public tant au Japon qu'à l'étranger en tant que grande manifestation en ligne, puisque les produits présentés dans le défilé peuvent être commandés en temps réel par téléphone portable ou ordinateur.

		A Planning				B Fabrication		C Distribution		E Ventes		F Utilisation / Rejet	
Entrée	Énergies, etc.	D Siège social		Consommation d'électricité : 5.351.822 kWh		Consommation de gaz : 7.936 m ³							
		D Siège social		Consommation de papiers photocopie : 8.005.025 feuilles									
	Matières, etc.			Distribution au Japon		Consommation d'énergie (calorie) : 164.489 GJ		Boutiques		Consommation d'électricité : 141.574.579 kWh			
								Emballage : 7.898 t					
Sortie	Rejet dans l'atmosphère	D Siège social		Émissions de CO ₂ (électricité, gaz) : 2.826 t-CO ₂									
				Distribution au Japon		Émissions de CO ₂ : 11.257 t-CO ₂		Boutiques		Émissions de CO ₂ (électricité) : 64.133 t-CO ₂			
	Déchets / Recyclage	D Siège social		Déchets combustibles (papier, etc.) : 206 t		Déchets non combustible (déchets en plastique, etc.) : 3 t							
						Boutiques		Ordures ordinaires : 190.405 t		Clients			
												Produits récupérés à travers le Recyclage de Tous les Produits : 195 t	

N.B.

- En principe, ce sont les chiffres de l'exercice 2008.
- « Entrée » et « Sortie » font respectivement référence à l'utilisation d'énergie, de matières premières, etc. et aux émissions de CO₂ et de déchets.
- Les données de certaines boutiques locataires ne sont pas incluses.
- Concernant les données du siège social, la consommation de gaz concerne uniquement le siège de Yamaguchi, les autres chiffres concernent les sièges de Yamaguchi et de Tokyo.

Partager notre philosophie de la CSR avec tous les employés pour créer les valeurs continues pour le monde

L'activité de CSR est encouragée par le Comité CSR composé du PDG, du Vice-président chargé de la CSR et de spécialistes externes et autres ainsi que l'équipe CSR composée de façon transversale.



Hideo MAJIMA
Directeur du Marketing
et de la Communication
Internationale

Hirotsugu WADA
Vice-président chargé des
Ressources Humaines

Kenji SHIRATSUCHI
Dentsu Inc.

Masumi MIZUSAWA
Directeur des
Relations Investisseurs

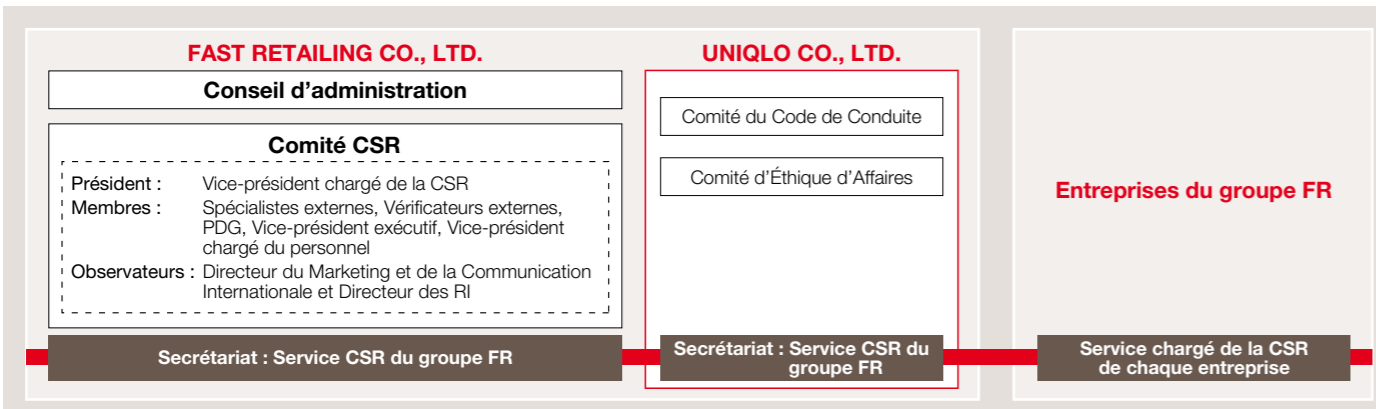
Masa MATSUSHITA
Vice-président exécutif

Takaharu YASUMOTO
Vérificateur externe

Yukihiro NITTA
Vice-président
Président du Comité CSR

Tadashi YANAI
Président-directeur général

Structure pour la promotion de la CSR



Attitude de FAST RETAILING à l'égard de ses parties prenantes

« Changer le monde en mieux »



Yukihiro NITTA
Vice-président, FAST RETAILING CO., LTD.
Président du Comité CSR

Regard sur nos activités au cours de l'exercice 2008

La CSR du groupe FAST RETAILING exige une activité concrète et efficace dans des domaines plus vastes que jusqu'à présent, tels que la communication active et rapide d'informations et la communication interactive, les réponses sincères aux demandes des clients, l'établissement de relations saines avec les entreprises partenaires, les mesures respectant l'environnement de la planète.

En revoyant nos activités au cours de l'exercice 2008, je pense que l'activité de CSR tirant le meilleur parti de la caractéristique du groupe FAST RETAILING a été réalisée petit à petit principalement dans les domaines de la fabrication de vêtements à commencer par UNIQLO.

Par exemple, nous avons promu activement le programme d'action sociale à travers l'Activité de Recyclage de Tous les Produits UNIQLO, l'emploi des personnes handicapées, le soutien aux diverses organisations, etc. En tant qu'entreprise SPA qui fabrique et vend environ 400 millions de vêtements par an, nous nous occupons de la gestion de la qualité et de la sécurité de l'ensemble de la chaîne de distribution et de l'activité pour la protection de l'environnement. Pour nos employés, nous favorisons la gestion de santé et le développement de carrière. Pour nos entreprises partenaires y compris les usines partenaires, nous demandons le respect des lois et règlements relatifs aux conditions de travail, à l'environnement et aux droits de l'homme. Ainsi l'activité de CSR est en train d'être charpentée.

Vers des activités mondiales qui engagent l'ensemble du groupe

Les activités de CSR du Groupe FAST RETAILING de l'exercice 2009 doivent être quelque chose de mondial pour l'ensemble du groupe. Qu'est-ce que FAST RETAILING souhaite atteindre dans ses activités de CSR ? Tout d'abord, nous allons montrer clairement notre but, le diffuser et partager dans l'ensemble du groupe. Plus concrètement, nous visons l'implication des boutiques à l'étranger et des autres entreprises du groupe à l'Activité de Recyclage de Tous les Produits et l'augmentation du volume de vêtements que nous allons récupérer. Nous encourageons également une augmentation plus forte qu'actuellement du nombre de participants aux activités bénévoles. En ce qui concerne l'emploi des personnes handicapées, nous allons faire des efforts pour atteindre un taux d'emploi plus élevé tant à notre siège social et que dans les autres entreprises du groupe sur base des résultats des boutiques UNIQLO.

Nous allons montrer le parcours de ce que nous voudrions devenir sur base d'une perspective à long terme de trois à cinq ans. Nous allons élargir notre champ d'activités de CSR pour que les employés des entreprises du groupe dans le monde entier participent aux activités bénévoles et que les clients à l'étranger puissent également coopérer à l'Activité de Recyclage de Tous les Produits.



Takaharu YASUMOTO
Vérificateur externe,
FAST RETAILING CO., LTD.
Président, Yasumoto CPA Office

Je pense que ces activités sont durables car elles se basent sur leurs affaires principales

La CSR représente l'entreprise et permet de comprendre l'orientation de l'entreprise. C'est pourquoi il est important de continuer l'activité de CSR sur base de ses principales affaires. Je pense qu'une entreprise doit déterminer sa position non seulement selon son chiffre d'affaires et son profit mais aussi selon son niveau de CSR, et s'engager à l'objectif fixé en tenant compte de ce niveau. Notre défi désormais est de déterminer comment le groupe FAST RETAILING, y compris ses filiales, peut assumer sa responsabilité sociale d'entreprise en tant qu'entreprise mondiale.



M. Kenji SHIRATSUCHI
Directeur du Centre de
Communication Design
Dentsu Inc.

Je m'attends à des activités que seule cette entreprise peut réaliser

Je pense que la caractéristique de la CSR de FAST RETAILING est de faire des choses à la hauteur de ses capacités. Ce n'est pas s'adapter à la tradition ou aux sentiers battus, mais la qualité de FAST RETAILING est d'essayer d'établir sa propre manière à partir de zéro. J'espère que l'excellent exemple de l'Activité de Recyclage de Tous les Produits sera suivi par d'autres résultats positifs provenant de propositions « bottom up » faites par le personnel local.

Politique de base

La CSR de FAST RETAILING vise à « changer le monde en mieux » à travers le développement, la fabrication et la vente de vêtements, un des objets nécessaires à la vie quotidienne. Pour demeurer une entreprise qui crée des valeurs continues pour le monde, nous allons poursuivre une gestion appropriée, développer avec la communauté et créer la prochaine génération de normes internationales. Telle est notre CSR.

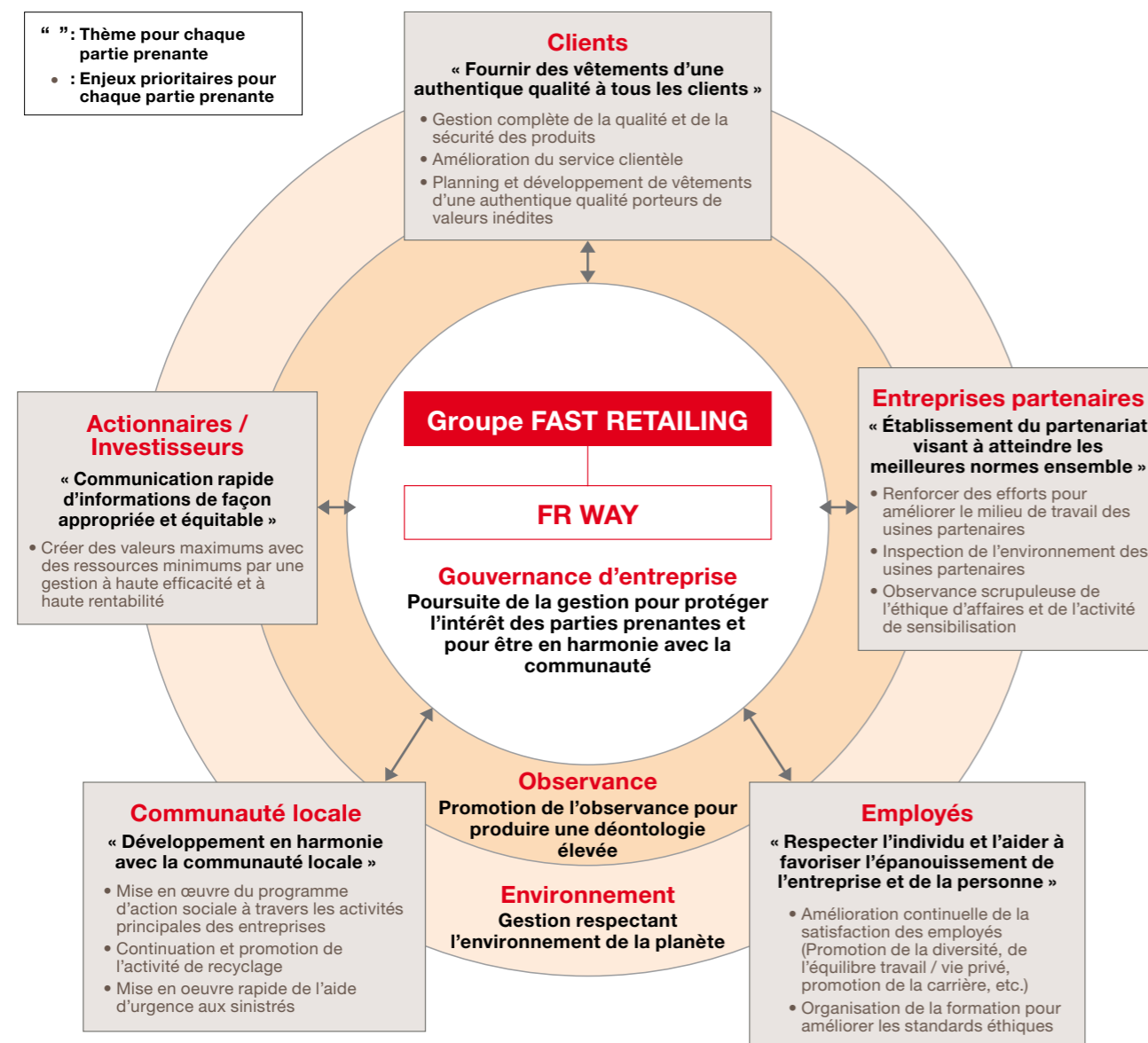
Responsabilité Sociale du groupe FAST RETAILING

Enjeux prioritaires pour chaque partie prenante

Le groupe FAST RETAILING fixe différents enjeux prioritaires pour chaque partie prenante, afin d'assumer sa responsabilité sociale d'entreprise. En particulier, nous considérons la gouvernance d'entreprise*, l'observance et

l'environnement comme des thèmes prioritaires communs pour toutes les parties prenantes.

*Voir nos rapports annuels ou notre site web pour plus d'information sur la gouvernance d'entreprise.



Politique de base

Pour assumer sa responsabilité sociale d'entreprise, FAST RETAILING a établi une structure pour souligner l'importance de l'observance et pour faire suivre scrupuleusement l'observance dans l'ensemble de l'entreprise. Nous essayons de sensibiliser les employés des entreprises du groupe FAST RETAILING à l'observance en définissant le Code de Conduite pour les employés.

Introduire et répandre l'observance à l'ensemble du groupe

Mise en place du Code de Conduite (CdC)*1

Le Code de Conduite (CdC) est appliqué à UNIQLO et à toutes les autres entreprises du groupe FAST RETAILING*2. Lors de l'application du code, tous les employés ont lu et compris le contenu du CdC, et ont signé le serment écrit déclarant leur intention de se conformer au CdC. De plus, nous faisons des efforts pour faire suivre scrupuleusement l'observance, en organisant régulièrement une formation sur le CdC basée sur la situation particulière de chaque entreprise.

*1Le Code de Conduite (CdC) est traduit en 5 langues – japonais, anglais, chinois, coréen, français – et ils sont publiés sur notre Intranet.

*2Le code ne s'applique pas à LINK THEORY HOLDINGS CO., LTD. qui est une société affiliée de méthode d'équité.

Mise en place du numéro de téléphone spécial

FAST RETAILING a installé dans chaque entreprise du groupe un numéro de téléphone spécial pour que les employés puissent demander conseil dans l'anonymat sur les soucis concernant leur travail ou pour rapporter un soupçon de la dérogation au CdC. Dans ce dernier cas, la personne chargée du numéro spécial fait une enquête sur la situation en respectant l'anonymat du dénonciateur. De plus, le Comité du CdC discute et détermine la solution concrète du problème.

Système pour promouvoir l'observance

Nous considérons que l'observance est non seulement de respecter les lois et les règlements mais aussi de répandre un comportement avec éthique morale, et nous établissons un système interne pour le réaliser.

• Comité CSR de FAST RETAILING

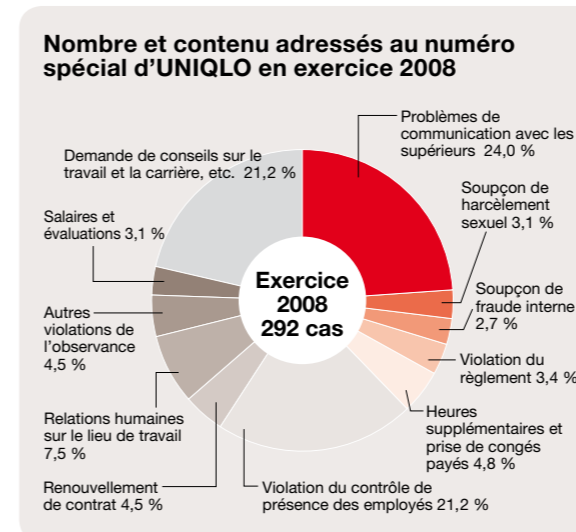
C'est un comité pour discuter du système de promotion de l'observance et des activités sociales et environnementales pour l'ensemble des entreprises du groupe FAST RETAILING, etc. Le comité est présidé par l'Administrateur chargé de la CSR, et composé du PDG, des administrateurs et ses spécialistes externes. Le comité se tient tous les deux mois.

• Comité du Code de Conduite d'UNIQLO

C'est un comité pour discuter du moyen de diffuser le CdC. Le comité discute également des questions de l'observance interne adressées par les employés en appelant le numéro spécial, et examine et propose une solution concrète pour améliorer la situation. Le comité est présidé par l'Administrateur chargé de la CSR, et le vérificateur et les avocats externes sont également membres.

• Comité d'Éthique d'Affaires d'UNIQLO

Il s'agit du comité pour discuter des mesures préventives contre le comportement consistant à exercer une pression inappropriée sur nos entreprises partenaires et prendre des mesures pour résoudre le problème (voir p. 24 pour plus d'informations).



Protection des données personnelles

UNIQLO souligne l'importance du traitement attentif des données personnelles et traite de cette question dans le programme de formation sur le CdC. Nous prenons des mesures telles que l'application de la Directive sur la Gestion des Données Personnelles, la reconnaissance d'empreintes digitales et autres pour contrôler l'entrée à la salle du service traitant les données personnelles importantes, l'accès limité aux données personnelles.

FAST RETAILING CO., LTD.

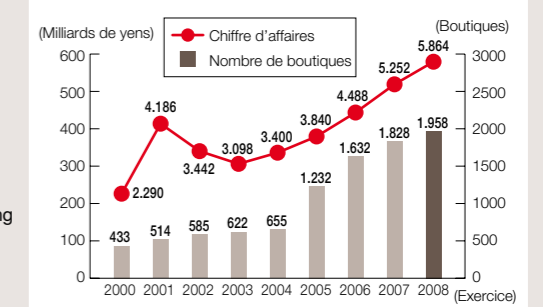
FAST RETAILING est un groupe de fabricant-détaillant de vêtements qui déploie ses activités non seulement au Japon mais aussi sur le marché mondial avec sa principale marque de tenue décontractée UNIQLO. Ses affaires principales UNIQLO dispose de 759 points de vente au Japon et 54 à l'étranger, et établit un modèle d'affaires à haute rentabilité en tant qu'entreprise SPA qui contrôle toutes les procédures du développement des produits, jusqu'à la fabrication et la vente.

Ses principales lignes d'affaires sont les activités d'UNIQLO qui se développent au Japon et à l'étranger, les activités concernées au Japon qui sont les ventes au détail de vêtements et de chaussures, telles que GOV RETAILING et CABIN, ainsi que les activités à l'étranger qui développent des marques étrangères de vêtements.

Profil (situation au 31 août 2008)

Raison sociale : FAST RETAILING CO., LTD.
Date de fondation : le 1^{er} mai 1963
Siège social : 717-1 Sayama, Yamaguchi-shi, Yamaguchi 754-0894, JAPON
Siège à Tokyo : Kitano Square, 1-13-12, Kudan-kita, Chiyoda-ku, Tokyo 102-0073, JAPON
Capital : 10.273,95 millions yens
Activités : Contrôle et gestion de l'ensemble des activités des entreprises du groupe FR en tant que propriétaire ou holding
Effectifs totaux du groupe : 8.055
Chiffre d'affaires consolidé : 586,4 milliards de yens
Date de règlement : le 31 août

Chiffre d'affaires consolidé / Nombre de boutiques du groupe



Activités d'UNIQLO au Japon



UNIQLO CO., LTD.

Date de Fondation : le 2 septembre 1974
Nombre de boutiques : 759 (dont 19 sont franchisées)

Chaîne de tenues décontractées la plus grande au Japon qui fournit des produits de haute qualité à prix raisonnable ayant un chiffre d'affaires de plus de 460 milliards de yens.

Activités concernées au Japon

CABIN CO., LTD.

Date de fondation : August 1971
Nombre de boutiques : 190

L'entreprise SPA de vêtements féminins se concentre sur ses marques qui sont très populaires parmi les couches de clients très larges, telles que ZAZIE, Real Riche, enraciné, é.a.p.

GOV RETAILING CO., LTD.

Date de fondation : September 1, 2008
Nombre de boutiques : 457

Fondée en septembre 2008 suite à la fusion de 3 sociétés : G.U., ONE ZONE, VIEW COMPANY. La société fournit des vêtements et des chaussures à prix raisonnable mais à la mode.

Activités UNIQLO à l'étranger



ETATS-UNIS

UNIQLO USA, Inc.

Date de fondation : le 22 novembre 2004 **Siège :** New York, États-Unis
Nombre de boutiques : 1

La première boutique aux États-Unis a été inaugurée dans l'État du New Jersey en septembre 2005. La boutique phare mondiale de plus de 3.300 m² a été inaugurée dans le quartier de SoHo de New York en novembre 2006.

ROYAUME-UNI

UNIQLO (U.K.) LTD.

Date de fondation : le 7 août 2003 **Siège :** Londres, Royaume-Uni
Nombre de boutiques : 13

La première boutique UNIQLO à l'étranger a été inaugurée à Londres en septembre 2001. La boutique phare mondiale a été inaugurée à Oxford Street, Londres en novembre 2007.

FRANCE

UNIQLO FRANCE S.A.S.

Date de fondation : le 28 avril 2005 **Siège :** Paris, France
Nombre de boutiques : 1

La première boutique en France a été inaugurée à la Défense à la périphérie de Paris en décembre 2007. L'inauguration d'une boutique phare mondiale rue Scribe, Paris, est prévue en automne 2009.

CHINE

FAST RETAILING (CHINA) TRADING CO., LTD.

Date de fondation : le 26 décembre 2006 **Siège :** Shanghai, République populaire de Chine
Nombre de boutiques : 13

La première grande boutique en Chine (boutique à Shanghai Zengda) de plus de 2.300 m² a été inaugurée en décembre 2006.

CORÉE

FRL Korea Co., Ltd.

Date de fondation : le 16 décembre 2004 **Siège :** Séoul, République de Corée
Nombre de boutiques : 18

FRL Korea Co., Ltd. a été fondée en décembre 2004 en tant que coentreprise avec le principal distributeur coréen Lotte Shopping Co., Ltd. La société a inauguré trois boutiques en même temps en septembre 2005, au grand magasin de Lotte et Lotte Mart.

HONG KONG

UNIQLO HONG KONG, LIMITED

Date de fondation : le 31 mars 2005 **Siège :** Hong Kong, République populaire de Chine
Nombre de boutiques : 8

La société a inauguré sa première boutique à Hong Kong en septembre 2005 au Centre commercial Miramar à Tsim Sha Tsui, un des quartiers les plus animés de Hong Kong.

Affaires des marques mondiales et principales mesures de la CSR

COMPTOIR DES COTONNIERS

Créations Nelson S.A.S.

Marque de (prêt-à-porter) féminin créée en 1995 en France. Comptoir des Cotonniers a notamment fondé son identité en mettant à l'honneur dans sa communication des couples anonymes de mères et filles. Aujourd'hui, il y a environ 350 points de ventes dans 12 pays, à commencer par la France.

PRINCESSE tam•tam

PETIT VEHICULE S.A.S.

Marque de lingerie française, chic, libre et créative, créée en 1985, Princesse tam.tam propose ses collections dans plus de 150 boutiques et corners de grands magasins, majoritairement en France ainsi qu'en Belgique et en Allemagne. Hors de ses frontières, la marque est également distribuée dans 45 pays et 1500 points de vente.

LTH

LINK THEORY HOLDINGS CO.,LTD.

Theory est une marque de vêtements quotidiens qui a été créée en 1997 à New York et est devenue tout de suite une marque mondiale. Ses produits sont basés sur le concept des vêtements New Basic agréables à porter, à l'apparence sophistiquée et un peu à la mode. Aujourd'hui, la société dispose de 216 points de ventes. La société est cotée au marché Mothers (marché émergent) de la Bourse de Tokyo en juin 2005.

Lancement d'une ligne Homewear en coton organique respectueuse de l'homme et de l'environnement

Comptoir des Cotonniers commercialise en été 2008 une collection de homewear utilisant du coton organique, matière écologique. Cette matière est cultivée en agriculture biologique et teinte par un procédé écologique. Les produits utilisent un coton de haute qualité et sont naturels et confortables à porter. Par ailleurs, Comptoir des Cotonniers vend des produits issus du commerce équitable en partenariat avec la marque écologique Veja, et fait don d'une partie des recettes à des oeuvres de charité. La marque transmet à travers ses collections des valeurs de naturel, d'équité, de proximité et d'authenticité, et s'engage chaque année un peu plus dans des actions éthiques et sociales.



En tant que partenaire bénévole des Frimousses de Créateurs

A l'initiative de sa fondatrice Loumia Hiridjee, Princesse tam.tam soutient plusieurs causes et associations caritatives liées en particulier aux femmes et à l'enfance telles que l'UNICEF, Enfance et Partage ou l'IGR. Depuis 5 ans, la marque participe à l'action de l'UNICEF « Frimousses de Créateurs ».

Elle crée aux côtés de marques mondialement connues, une poupée unique et originale, destinée à être vendue aux enchères. Les fonds recueillis lors de cette vente permettent chaque année de vacciner les enfants du monde.



Lancement d'une campagne de lutte contre le cancer du sein en tant que sponsor de FTBC

À la demande de l'Association des Créateurs de Mode Américains (CFDA), Theory a lancé une campagne de lutte contre le cancer du sein en tant que sponsor de Fashion Targets Breast Cancer (FTBC) au Japon, afin de promouvoir la beauté et la bonne santé chez les femmes japonaises. Le FTBC soutient différentes activités visant à faire disparaître le cancer du sein, telles que la sensibilisation du public au dépistage précoce et au traitement précoce du cancer du sein.

Les recettes de cette activité sont utilisées pour améliorer les soins médicaux y compris la sensibilisation du public à la prévention du cancer du sein et pour la communication d'informations aux patients à travers la donation aux organisations telles que la Fondation Sourire de la Lutte contre le Cancer du Sein.



CLAUSES DE LIMITATION DE RESPONSABILITÉ

Ce rapport contient non seulement les informations factuelles du passé et du présent relatives à FAST RETAILING CO., LTD. et ses filiales du groupe, mais aussi les plans et les projets réalisés au moment de la préparation de ce rapport, ainsi que les perspectives d'avenir basées sur la politique et la stratégie de gestion. Ces perspectives d'avenir sont des suppositions ou des jugements faits sur base des informations disponibles à ce jour. Les résultats et les circonstances réels des futures activités d'entreprise peuvent être différents dus aux changements de plusieurs conditions. Nous vous remercions de votre compréhension.





FAST RETAILING

FAST RETAILING CO., LTD.
www.fastretailing.com