



# Rendre le monde meilleur en créant des vêtements



## Tadashi Yanai

Président Directeur Général  
Fast Retailing Co., Ltd.

### Un monde où chacun peut réaliser son potentiel

Le global est local, le local est global.

Notre monde est de plus en plus mondialisé et tout passe par le numérique, l'information défile sous nos doigts. Les gens peuvent interagir via internet comme s'ils étaient face à face et chacun peut faire partie de n'importe quel groupe, chercher à atteindre ses rêves où qu'il se trouve. Cela illustre notre croyance principale : le global est local, et le local est global. Avec cela, l'interdépendance devient plus forte. Qu'il s'agisse de l'effondrement tragique d'une fabrique de vêtements au Bangladesh, d'un nouveau produit révolutionnaire développé par une start-up de l'autre côté de la planète, de la flambée des prix du maïs à cause du mauvais temps en Amérique du Sud, les nouvelles sont diffusées instantanément, et ces événements impactent directement chacun d'entre nous.

### Relier les quatre coins du monde

Le monde est connecté, et de nombreuses personnes ont agi pour nous permettre d'avoir le mode de vie que nous avons actuellement. Il est important de reconnaître cela et de travailler de manière responsable afin de contribuer à améliorer la vie des autres. La mission de Fast Retailing est de :

- Créer des vêtements vraiment beaux et de qualité, et de permettre à tous les habitants de la planète de connaître la joie, le bonheur et leur permettre de porter des vêtements d'une telle qualité.
- D'enrichir la vie des gens en leur proposant des activités uniques, en développant notre entreprise en harmonie avec la société

Nous sommes en lien avec des personnes du monde entier justement parce que toutes nos actions sont motivées par notre mission principale. Nous nous battons pour conserver une culture d'entreprise où les bénéfices permettent à chacun des employés de grandir et de se développer. C'est la responsabilité que nous avons envers la société.

### Éliminer les discriminations

#### Mettre en avant les Droits de l'Homme

Voici l'essence de la philosophie de nos managers, notre engagement pour éliminer la discrimination, mettre en avant

les Droits de l'Homme et aider les autres à se développer et à bâtir leur bonheur. L'initiative de recyclage intelligent est un exemple concret de notre engagement. Nous récupérons les vêtements d'occasion donnés par nos clients et nous les distribuons à ceux qui en ont besoin, avec l'aide du Haut-Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés (UNHCR) et diverses associations.

Fin août 2014, Fast Retailing a employé 1 372 personnes handicapées dans 12 pays ou régions différentes, et notre équipe au Japon avait le plus important ratio de travailleurs handicapés parmi toutes les grandes entreprises du pays, avec 6,36 % du personnel. Nous souhaitons créer un environnement de travail qui convienne à tous nos employés, et qui mette en avant la diversité et le progrès.

### Des magasins tenus par des locaux, pour les locaux

Chez Fast Retailing, nos employés sont des stars. Les employeurs ont la responsabilité de fournir à leurs employés des opportunités qui leur permettront de développer leur entreprise et de réaliser leur plein potentiel. En embauchant des travailleurs issus des communautés locales, notre système de management permet aux magasins de créer un vrai lien avec les clients locaux. Nous voulons que nos employés se sentent impliqués et qu'ils cherchent à réaliser leurs rêves. Nous soutenons des actions caritatives dans nos magasins même en dehors du Japon pour les personnes handicapées, comme les Special Olympics. Nous encourageons tous nos employés à accomplir leurs missions professionnelles avec fierté, et à contribuer à rendre le monde meilleur grâce à ces vêtements.

### Des achats responsables : Vérification de la provenance des matières premières

Ces derniers temps, nous avons assisté à plusieurs terribles tragédies comme des incendies dans des usines ou des effondrements comme au Bangladesh. Nous nous sommes engagés à travailler avec des produits qui sont parfaitement inoffensifs et ce tout au long de la chaîne de production. La sécurité est assurée tout au long de la chaîne de production.

Nous aidons à préserver la santé et la sécurité des travailleurs en travaillant avec nos partenaires en charge des installations sur les processus et en vérifiant attentivement les conditions de travail. Nous vérifions si les entreprises emploient des enfants ou ont recours au travail forcé, si les salaires sont corrects et si les horaires de travail sont raisonnables. Nous vérifions directement chacune des sources pour l'approvisionnement des matières premières comme le cachemire, le coton et la laine. Cet engagement concret à acheter de manière responsable et à créer une chaîne logistique plus sûre et plus efficace profite à tous.

### Les entreprises engagées dans le développement durable, l'aspect social et la protection de l'environnement

Nous souhaitons que les entreprises prennent les mesures nécessaires pour protéger l'environnement, et nous cherchons constamment de nouveaux moyens pour minimiser notre impact sur l'environnement. Nous travaillons directement avec les producteurs de tissus et d'ici à janvier 2020, notre objectif est de ne plus relâcher aucun produit chimique dangereux tout au long du cycle de vie des produits. Nous travaillons aussi pour créer les produits respectueux de l'environnement que nos clients demandent.

### Responsabilité et transparence

Tout ce que nous faisons repose sur un engagement clair, la responsabilité sociale et le respect des personnes, et nous souhaitons transmettre ces valeurs à tous nos employés. Fast Retailing est soumis à certaines règles éthiques, et un système de séparation des pouvoirs et de gouvernance juste a été mis en place. Nous écoutons tous nos partenaires et nous modifions rapidement nos pratiques commerciales lorsque c'est nécessaire. Nous mettons en avant un style de gestion global pleinement responsable et très transparent. Fast Retailing souhaite rendre le monde meilleur en fabriquant des vêtements et notre devise est la suivante : changer la façon de s'habiller, sortir des sentiers battus et proposer une autre vision du monde

## FAST RETAILING (Valeurs de l'entreprise et du groupe Fast Retailing)

### Déclaration de l'entreprise

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

### Notre mission

- Faire connaître à tous le plaisir, le bonheur d'être bien habillé, grâce à la création de vêtements de qualité
- Enrichir la vie des gens en leur proposant des activités uniques, et rechercher la croissance en développant notre entreprise en harmonie avec la société

### Nos valeurs

- Appréhender les problèmes du point de vue du client
- Encourager l'innovation et relever des défis
- Respecter et encourager les individus à s'améliorer au niveau professionnel et personnel
- Le respect des normes éthiques et de la justice

### Nos principes

Inspirés par la mission du groupe FAST RETAILING et par nos valeurs, nous allons :

- Donner le meilleur de nous-même pour nous clients
- Chercher l'excellence et atteindre le plus haut niveau de compétences possible
- Obtenir des résultats solides grâce à la diversité et au travail d'équipe
- Évoluer rapidement et de manière significative dans tout ce que nous entreprenons
- Diriger une entreprise de manière appropriée en tenant compte de l'emplacement, des produits et des différentes données
- Agir en tant que citoyens du monde, l'éthique et l'intégrité sont primordiales

## Rapports sur la RSE de Fast Retailing

### Rendre le monde meilleur

La mission du groupe Fast Retailing, comme le montrent les valeurs du groupe, est d'utiliser les vêtements comme un moyen permettant d'enrichir la vie des gens et d'améliorer la société.

L'entreprise pense qu'en permettant à des personnes de connaître la joie, le bonheur et leur donnant la possibilité de porter des vêtements exceptionnels, nous pourrions atteindre l'objectif annoncé dans ce rapport sur la responsabilité sociale : « rendre ce monde meilleur ».

### Défi n°1 La production

Un approvisionnement et un mode de production responsable



08

### Défi n°2 L'environnement

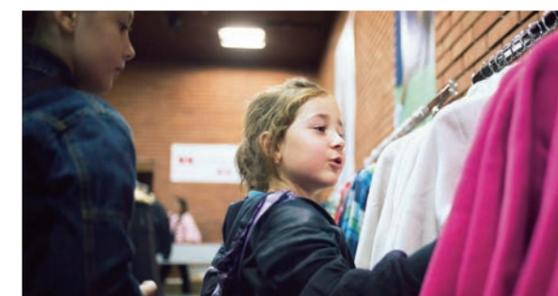
Réduire l'impact environnemental tout au long de la chaîne logistique



16

### Défi n°3 La communauté

Aider les communautés grâce à notre entreprise



24

### Défi n°4 Ressources humaines

Créer de la valeur grâce à la diversité



32

- 06 Rapport sur la responsabilité sociale 2014
- 40 Maximiser la satisfaction des clients
- 41 Gouvernance d'entreprise et conformité
- 42 Notre approche de la responsabilité sociale
- 43 Vue d'ensemble du groupe FAST RETAILING

Données 2014 sur la RSE

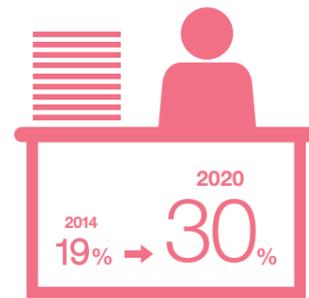
(30 septembre 2014)



Objets donnés dans 53 pays ou régions  
**14 200 000**

Objets collectés dans 11 pays ou régions 32 500 000

Pourcentage de managers de sexe féminin en 2020



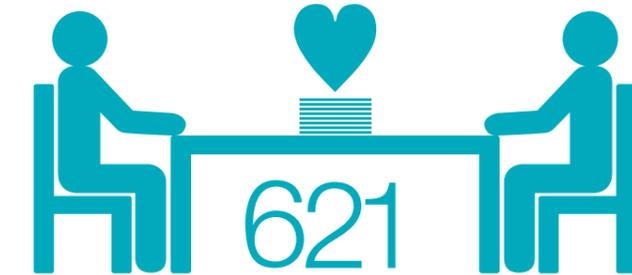
Vêtements donnés dans le monde entier grâce à notre initiative de recyclage intelligent



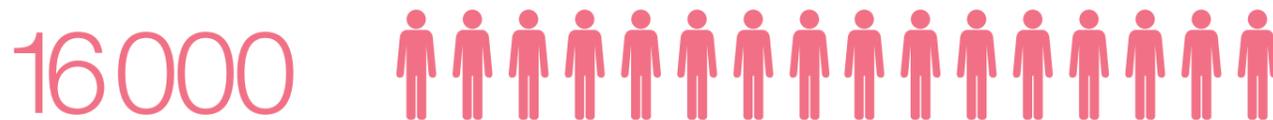
Nombre d'inspections environnementales menées



Nombre d'inspections menées sur le lieu de travail



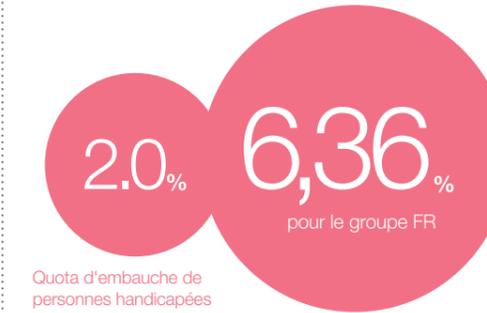
Nombre d'emplois à temps partiel transformés en contrats à temps plein chez UNIQLO Japon (Système régional pour les employés)



Nombre de personnes handicapées employées à travers le monde

**1372**

Pourcentage d'employés handicapés au Japon



Quota d'embauche de personnes handicapées requis par la loi japonaise

Partenariat mondial avec les Nations Unies Haut-Commissariat pour les réfugiés



Partenariat mondial avec les Nations Unies Fonds pour les enfants



Progrès consécutifs à des inspections indépendantes pour améliorer la prévention et la sécurité des bâtiments au Bangladesh



Nombre de magasins Grameen UNIQLO au Bangladesh



Pays qui organisent des événements dans leurs magasins afin de promouvoir l'intégration sociale des personnes handicapées, ou qui mettent en avant d'autres défis



Pays qui soutiennent les Special Olympics



Émissions de produits chimiques dangereux en 2020

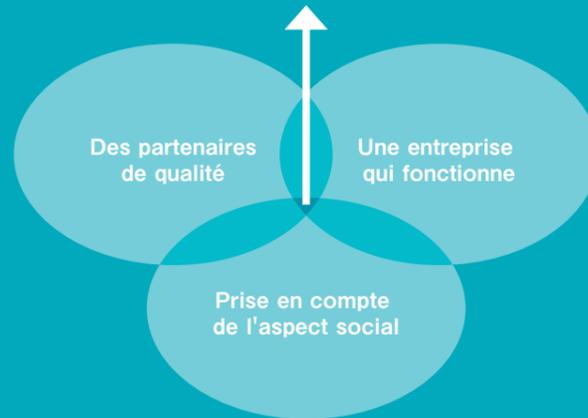


Nombre d'employés à travers le monde

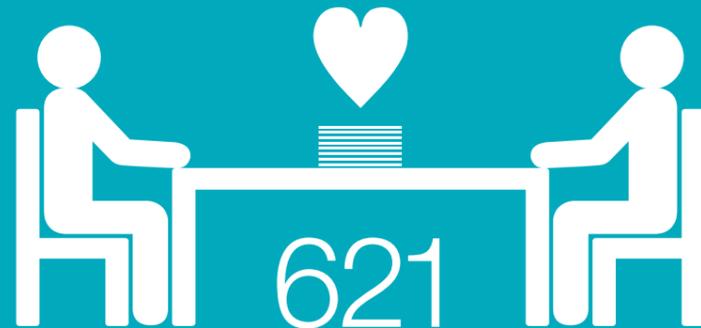


## Politique de production : Qualité dans trois domaines

Des vêtements qui répondent aux normes de qualité les plus exigeantes



## Nombre d'inspections réalisées sur le terrain



Progrès consécutifs à des inspections indépendantes pour améliorer la prévention des incendies et la sécurité dans les usines de nos partenaires au Bangladesh



# Défi n° 1

## La production

### Un approvisionnement et un mode de production responsables

Chez Fast Retailing, créer des vêtements qui répondent aux normes de qualité mondiales les plus exigeantes signifie qu'il faut assurer une qualité optimale tout au long de la chaîne logistique, tant pour les personnes qui portent nos vêtements que pour celles qui les fabriquent. Garantir des conditions de travail correctes et un mode de production responsable est l'une des nombreuses responsabilités que nous avons envers nos clients et envers les communautés avec lesquelles nous travaillons.

FR est très impliquée dans chacune des étapes de sa chaîne logistique afin de garantir constamment le respect des plus hauts standards. Nous privilégions les intérêts à long terme aux profits à court terme, nous travaillons avec des partenaires commerciaux qui partagent nos objectifs et nos idéaux, et nous avons des clients qui rêvent de rendre le monde meilleur.

## Notre engagement

## Être responsables à toutes les étapes de la chaîne logistique

Respecter les normes les plus exigeantes dans la confection de vêtements implique une recherche de qualité dans trois domaines : des partenariats de qualité, des modes de production de qualité et une qualité d'un point de vue social.

Nous souhaitons fabriquer des produits qui ne mettent pas en danger les employés de nos usines, qui nous permettent de relever les défis sociaux comme les problèmes environnementaux ou ceux liés au respect des animaux. Notre objectif est d'agir avec précision et efficacité, nous avons des objectifs à long terme comme une croissance durable avec nous voulons aider nos usines partenaires qui répondent aux normes les plus exigeantes. FR surveille les locaux de ses usines partenaires à travers le monde afin de répondre aux normes les plus exigeantes. Nous appliquons la « tolérance zéro » pour les cas de travail des enfants ou de travail forcé, et des contrôles stricts sont menés pour s'assurer que les salaires sont décents et que les horaires de travail sont respectés. Ces contrôles vont au-delà des évaluations qui débouchent sur des conseils pour effectuer des améliorations, nous faisons de ce mode de production un facteur clé de différenciation pour notre entreprise. La recherche de qualité dans ces domaines demande à notre équipe de production de travailler en étroite collaboration avec les départements en charge de la responsabilité sociétale et d'intégrer ces activités dans le planning quotidien. Dans nos bureaux de Shanghai, Ho Chi Minh, Dhaka, Jakarta, et Istanbul, FR emploie 400 personnes qui surveillent la qualité de la production et qui gèrent les processus et qui travaillent avec les usines partenaires afin de les aider à atteindre leurs objectifs. Nous faisons également des efforts pour minimiser notre impact environnemental. Nous agissons ainsi en collaboration avec les usines partenaires et nous dialoguons avec les ONG et les autres partenaires de l'entreprise. Des vérifications sont faites à chaque réunion mensuelle par les cadres supérieurs, nos progrès pour l'amélioration des émissions de produits chimiques toxiques sont constants — un engagement que nous avons pris en 2012. Nous gérons également les risques environnementaux tout au long de la chaîne logistique afin de déterminer sur quel problème environnemental FR devrait se concentrer.

En se plongeant dans chacune des étapes de la chaîne logistique et en collaborant avec des partenaires de confiance, FR assure une qualité optimale dans chacun des trois domaines mentionnés afin de fabriquer les vêtements de la meilleure qualité possible et de contribuer à rendre le monde meilleur.



Yoshihiro Kunii

Vice-président du groupe  
Responsable de la  
production et du contrôle  
Fast Retailing Co., Ltd.



## Collaboration entre le département en charge de la responsabilité sociétale et la production

### Intégrer la responsabilité sociétale chez nos fournisseurs

Le groupe Fast Retailing sait que le respect de la sécurité sur le lieu de travail dans ses usines partenaires est une condition essentielle pour une production responsable. FR a mis en place des équipes en charge de l'approvisionnement dans le département de la RSE au siège de Tokyo et dans plusieurs centres de production dont la mission principale est de travailler avec les usines partenaires afin d'identifier et de résoudre les problèmes. L'équipe en charge de l'approvisionnement dans le département qui s'occupe de la RSE dans les bureaux de Shanghai, le plus important centre de production de FR, rend quotidiennement visite aux usines partenaires afin de vérifier les conditions de travail, comme la sécurité et les horaires de travail, ainsi que la performance environnementale des équipements de production.

Le département de la production de FR est également

sensibilisé à la RSE. Environ 400 personnes surveillent la qualité de la production et gèrent les processus dans nos centres de production partout dans le monde, elles se rendent chaque semaine dans nos usines partenaires. Pour soutenir la croissance mutuelle chez FR et chez ses fournisseurs, ces équipes observent les conditions de travail sur le site et cherchent à réaliser des améliorations lorsque c'est nécessaire. En entamant une nouvelle relation commerciale, le département en charge de la production vérifie toujours le lieu de travail avant de décider si nous passons une commande.

En 2013, la politique de production de FR précise qu'aucun contrat ne sera conclu avec les entreprises qui ne répondent pas aux critères fixés pour le lieu de travail, quelle que soit la qualité ou le niveau de leurs prix. FR a également mis en place des formations sur la responsabilité sociétale pour le personnel en charge de la production afin d'améliorer leur compréhension et de leur faire prendre conscience des enjeux.

### Relever les défis du secteur

Après l'effondrement de l'usine Rana Plaza au Bangladesh en 2013, FR a de nouveau inspecté ses usines partenaires afin de s'assurer qu'il n'y avait aucun problème grave. Cet épisode a renforcé notre volonté de vérifier les conditions de travail des employés et de suivre les pratiques des managers chez nos fournisseurs pour réduire significativement le risque d'accidents mortels. Les vérifications faites par FR sont réalisées par les départements de la RSE et de la production, ils rendent régulièrement visite aux fournisseurs afin de réaliser des améliorations. Cela permet de bâtir des partenariats solides et de créer un climat de confiance entre FR et ses fournisseurs. FR est également bien conscient des défis du secteur auxquels nous devons faire face dans plusieurs zones de production, comme en Chine. Nous pensons qu'il est de notre devoir d'aider à la résolution des problèmes locaux, et pas seulement dans nos usines partenaires.

Pour les usines chinoises, la promotion d'un meilleur environnement de travail est indispensable pour se conformer aux lois et aux règlements qui sont de plus en plus stricts. Nous travaillons avec le département de la production afin de rendre visite aux fournisseurs et d'améliorer les conditions de travail avec eux.

Toshiyuki Tanaka  
Département RSE  
Fast Retailing (Shanghai) Enterprise  
Management Consulting Co., Ltd.



Du point de vue des risques commerciaux et de la qualité, des conditions de travail appropriées sont une exigence fondamentale. Grâce aux réunions quotidiennes, aux formations et aux visites des usines avec les équipes en charge de la RSE, nous nous efforçons de créer une meilleure prise de conscience et nous partageons les informations au sein de notre département.

Tomoya Utsuno  
Chef de service  
Département de la production  
Fast Retailing (Shanghai) Enterprise  
Management Consulting Co., Ltd.



## Vérification sur le terrain

# Sûreté des conditions de travail tout au long de la chaîne logistique

### Vérification du lieu de travail

Chez Fast Retailing, la vérification du lieu de travail est essentielle pour créer de la valeur pour FR et pour ses usines partenaires, et cela permet d'assurer la sûreté des travailleurs et le respect des conditions de travail tout en améliorant la productivité, la qualité et la satisfaction des employés. FR travaille avec des agences indépendantes qui vérifient que les usines partenaires respectent le Code de conduite des partenaires de production — un ensemble de normes établies en 2004 qui exigent que les travailleurs soient dans un environnement professionnel sûr et qui interdisent le travail des enfants et le travail forcé. Les sites qui doivent être améliorés reçoivent des conseils sur place de la part des employés du département en charge de la RSE. Les résultats des vérifications pour 2014 sont indiqués dans le tableau ci-dessous.

Les conseils fournis par FR sont adaptés aux problèmes particuliers qui peuvent survenir dans chaque usine. Des conseils pratiques sont prodigués pour obtenir les certifications relatives à la prévention des incendies et à la sécurité, à la validation des grilles de salaires ou à l'enregistrement des horaires de travail des employés. FR effectue des vérifications avant de signer un contrat avec de nouveaux partenaires commerciaux. En 2014, les normes pour les contrôles ont été élevées et les règlements ont été étoffés. Les améliorations rapides qui ont été apportées suite à ces vérifications préalables ont permis de réduire le pourcentage d'usines qui enfreignaient les règles après le début des opérations. La plupart des entreprises qui ont reçu des conseils ont aussi amélioré leurs résultats aux évaluations. FR a également rendu accessible son programme de formation et son programme scolaire aux

entreprises partenaires afin de s'assurer qu'elles intègrent parfaitement les normes de l'entreprise. La formation est avant tout pratique, donc les usines partenaires peuvent résoudre immédiatement des problèmes particuliers de leurs sites, comme un contrat qui est résilié à cause d'une fausse déclaration, ou des horaires de travail qui ne respectent pas les limites fixées.

### ● Les trois objectifs de la vérification du lieu de travail

Pour rendre plus efficace la vérification du lieu de travail, une équipe en charge de la RSE et de l'approvisionnement garantit la fiabilité des fournisseurs et propose des améliorations pour atteindre les objectifs suivants :

1. Identifier et résoudre les problèmes relatifs aux conditions de travail et à l'impact environnemental tout au long de la chaîne logistique.
2. Travailler avec le département de la production et les usines partenaires pour intégrer les bonnes pratiques du secteur.
3. Communiquer avec les clients, les usines partenaires, les ONG, les communautés locales et les autres parties prenantes de manière juste et appropriée

### Les employés en charge de la responsabilité sociétale dans les usines partenaires

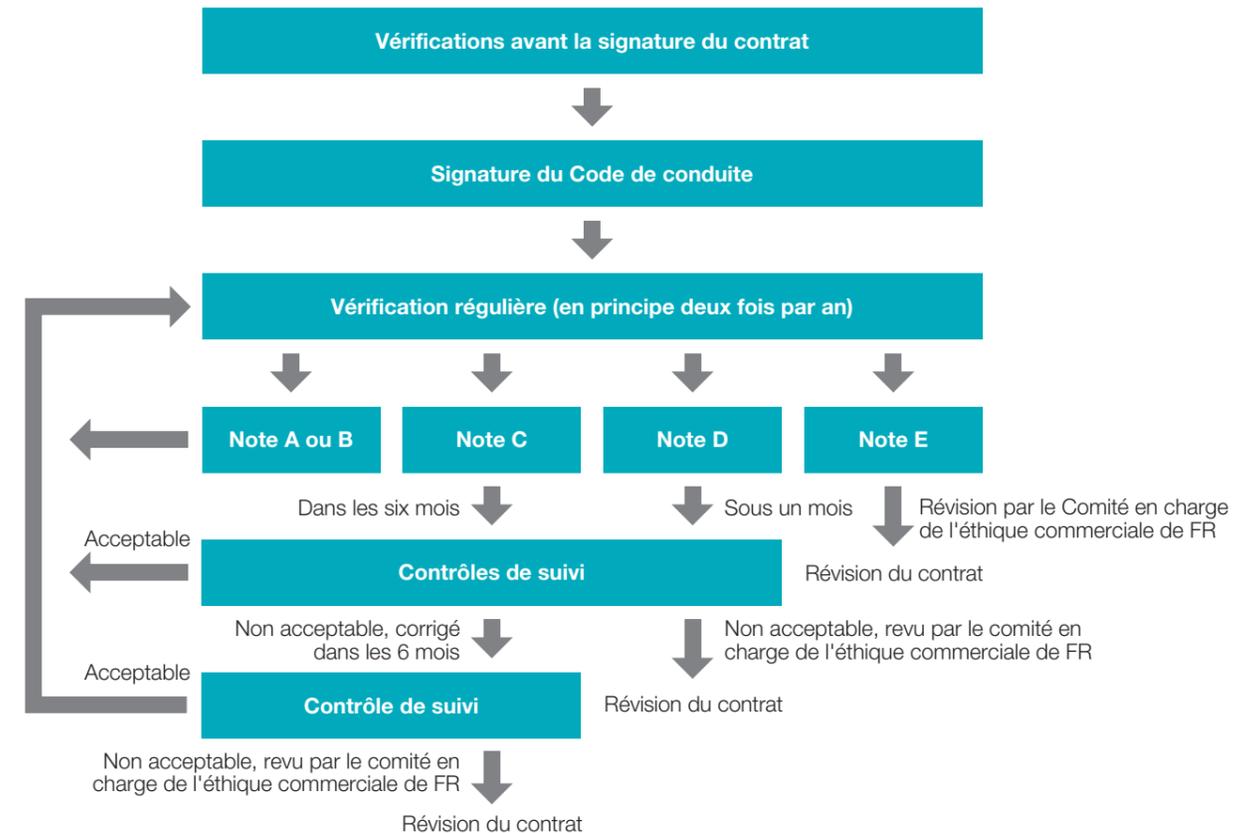
FR travaille aussi afin de permettre aux usines partenaires d'améliorer leurs capacités de gestion afin de contrôler plus efficacement leurs lieux de travail. Cela implique d'envoyer des employés en charge de la RSE sur place et de créer des systèmes d'audit internes. FR propose également des formations internes aux employés du département de la production sur la RSE pour des sujets généraux, sur les questions éthiques liées à l'approvisionnement et la surveillance du lieu de travail pour voir s'il est conforme aux normes et aux objectifs fixés. FR cherche aussi des moyens pour améliorer ses formations.

### ■ Résultat de la vérification régulière du lieu de travail (31 août 2014)

Notes	Description	Nombre d'entreprises vérifiées (UNICLO)		
		2012	2013	2014
A	Aucune infraction	9 (8)	11 (10)	1 (1)
B	Une infraction mineure ou plus	87 (59)	134 (95)	175 (115)
C	Une infraction majeure ou plus	69 (51)	97 (45)	72 (32)
D	Une infraction sérieuse ou plus	56 (34)	48 (19)	77 (17)
E	Aucun respect de l'éthique, infraction sérieuses conduisant à une remise en question immédiate du contrat	8 (7)	4 (1)	7 (3)
Total		229 (159)	294 (170)	332 (168)

- 332 usines ont été contrôlées au cours de l'exercice 2014
- Le nombre de « D » a augmenté au cours de l'exercice 2013 : la plupart ont été donnés à de nouveaux partenaires commerciaux. FR va veiller à prévenir les infractions en fournissant rapidement des instructions et des conseils.
- Le nombre de « E » a augmenté au cours de l'exercice 2013. Le nombre de contrats revus car aucune amélioration n'avait été apportée après un certain nombre d'inspections a également augmenté.
- Les contrats avec les usines qui ont été notées « E » sur l'exercice 2014 ont été révisés. Nous avons mis fin aux contrats avec les entreprises qui n'ont effectué aucune amélioration.

### ■ Cadre de vérification



### ● Vérification avant signature du contrat

Les vérifications qui ont lieu avant la signature du contrat permettent de vérifier si une usine peut travailler avec FR. Les procédures et les critères sont les mêmes que ceux qui sont utilisés pour les contrôles réguliers mais une attention particulière est portée sur certains points cruciaux, comme une infraction concernant le travail des enfants.

### ● Contrôles réguliers

Des audits externes sont effectués régulièrement sur les sites. Les inspections comprennent une réunion préalable, une visite de l'usine et des équipements, des cafétérias et des dortoirs, un entretien avec les employés de l'usine, l'examen des documents demandés et parfois l'analyse d'échantillons. Le contrôle se termine par une réunion de clôture durant laquelle les auditeurs passent en revue leurs conclusions avec les représentants de l'usine et donnent des conseils d'amélioration..

### ● Système de notation des usines

FR attribue une note entre A et E suivant les résultats du contrôle. Les usines qui ne respectent aucune éthique ou qui ont commis des infractions graves sont notées E et FR revoit immédiatement ses contrats avec ce fournisseur. Les usines notées C ou D reçoivent des conseils pour s'améliorer et des évaluations complémentaires sont faites afin de vérifier les résultats. Les usines qui n'arrivent pas à s'améliorer sont soumises à une surveillance stricte, y compris au niveau de l'examen de la relation commerciale par le comité en charge de l'éthique commerciale de l'entreprise. Quand de sérieuses infractions ont été constatées, FR envoie l'équipe en charge de la responsabilité sociétale qui mènera une enquête et révisera les termes du contrat. FR prend sa décision finale en fonction ses résultats de l'enquête, en prenant en compte les conditions de travail dans l'usine et la situation de l'emploi au niveau local. Après avoir effectué la vérification, FR travaille en lien avec l'usine afin que les infractions ne se reproduisent pas. Si les améliorations demandées sont apportées, FR réévalue la relation commerciale, éventuellement en reprenant les conditions du contrat initial.

Pour en savoir plus sur le Code de conduite de Fast Retailing, vous pouvez visiter notre site web sur la RSE : [www.fastretailing.com/eng/csr/business/supplier.html](http://www.fastretailing.com/eng/csr/business/supplier.html)

## Améliorations des efforts de surveillance

### ● Horaires de travail inappropriés (Chine)

Une première inspection de suivi en avril 2013 a permis de constater que des clefs avaient été empruntées au service de sécurité un jour qui était indiqué comme non travaillé sur l'emploi du temps de l'usine. Les rapports ont été considérés comme non fiables, ce qui a valu à l'entreprise un C. L'équipe de la RSE a visité l'usine pour faire ses recherches et a découvert qu'un employé avait emprunté les clefs pour ouvrir les portes à une équipe en charge de la construction. Comme le déplacement sur son lieu de travail afin de remettre les clefs aurait dû être comptabilisé dans les heures de travail, FR a demandé aux partenaires commerciaux de rappeler aux employés les règles de gestion des heures de présence. Avant la seconde inspection de suivi, les équipes de la RSE et de la production ont rencontré les partenaires de l'usine pour s'assurer que les améliorations avaient été apportées et que des instructions avaient été données. La seconde inspection de suivi a été réalisée en décembre 2013 afin de vérifier ces améliorations.

### ● Non-paiement des heures supplémentaires (Chine)

L'équipe de la RSE a constaté que les heures supplémentaires n'étaient pas toutes rémunérées, les horaires de travail étaient mal renseignés, et les produits chimiques étaient stockés dans de mauvaises conditions lors d'une visite dans l'usine d'un des partenaires, le contrôle étant mené afin de vérifier si les améliorations nécessaires avaient été apportées suite à l'inspection de suivi de mai 2013. Le non-paiement des heures supplémentaires était

dû à une incompréhension avec le comptable, qui avait par erreur converti ces heures en jours de repos. L'équipe de la RSE a prodigué des conseils afin de rectifier les modes de calcul pour le paiement des heures supplémentaires. Pour les autres infractions, dont la non-déclaration des heures travaillées, l'équipe de la RSE a encouragé l'entreprise à être plus vigilante, expliquant l'importance de rectifier les erreurs de gestion au début et à la fin de chaque journée de travail. Par la suite, toutes les heures non payées ont été réglées et les problèmes ont été résolus.

## Infractions sérieuses

### ● Fausses déclarations (Chine)

Une inspection de suivi en décembre 2013 a permis de mettre à jour une différence entre les registres de production et les registres de présence. En juin 2014, l'équipe de la RSE a visité l'usine pour vérifier les améliorations, mais de nouvelles contradictions ont été trouvées entre le registre de présence et ce que déclaraient les employés. En parlant du problème, lorsque FR a demandé pourquoi il y avait un écart entre ce qu'indiquaient les cartes de présence des employés et les registres de présence, nous nous sommes rendu compte que les cartes et les registres de présence qui avaient été fournis étaient falsifiés. Lorsque FR a insisté pour mettre en place des actions afin de corriger le système du registre des présences, aucune mesure n'a été prise par l'usine pour améliorer cela. FR a estimé que l'usine n'avait aucune envie de s'améliorer, et a mis fin au contrat.

## Relever les défis en Chine

### Nouvelle initiative avec un partenaire commercial de qualité

Le premier fabricant de vêtements chinois, le groupe Chenfeng, est l'un des meilleurs partenaires commerciaux de FR, nous travaillons ensemble depuis 21 ans. Dispensé des audits externes en raison de sa fiabilité et de la qualité de ses produits, le groupe Chenfeng est également un promoteur actif de la responsabilité sociétale — l'entreprise est le premier partenaire de La Fair Labor Association, une organisation internationale qui effectue des audits externes dans des usines du monde entier. Toshiyuki Tanaka, département de la RSE, directeur au centre de production de FR de Shanghai, donne son avis sur ce partenariat. « Le principal défi, pour nous et pour nos partenaires, c'est d'apprendre aux employés de l'usine l'importance de la RSE. Le groupe Chenfeng a un département en charge de la RSE et le personnel pour la RSE dans chaque région et dans chaque

usine met en place des activités différentes sur chaque site. L'entreprise accorde une importance particulière aux employés dans leurs trois premiers mois au sein de l'entreprise, on leur explique et on leur démontre l'utilité des règles afin de les sensibiliser aux problèmes éthiques comme de mauvaises conditions de travail ou des problèmes lors du calcul des salaires. Ils agissent en donnant aux employés des explications sur lesquelles ils peuvent se reposer pour agir. J'aimerais que d'autres entreprises partenaires agissent de même — en particulier au niveau de leur communication avec les employés. » FR et le groupe Chenfeng se sont mis d'accord pour mettre en place de nouvelles initiatives destinées à étendre ces bonnes pratiques dans d'autres usines. Pour commencer, le département de la RSE de FR a organisé des réunions en août 2014 avec le président du groupe Chenfeng,

le personnel de la RSE et d'autres membres du groupe dans l'une des usines du groupe Chenfeng à Jiangsu. Le président Yin Guoxin a déclaré : « la réputation que nous avons actuellement et le fait que nous servions de modèle est le résultat des améliorations que nous avons apportées avec FR au fil des années. Nous voulons aller plus loin dans ce partenariat particulier avec FR et montrer des exemples qui aideront tout le secteur à se développer et à croître. Nous pensons aussi que c'est notre responsabilité en tant que leaders dans ce domaine d'aider à relever les défis au niveau local, au niveau de l'emploi, de l'amélioration de la technologie et des normes de gestion, et de fixer la barre plus haut pour toute l'industrie chinoise ». FR et le groupe Chenfeng vont relever de nouveaux défis qui aideront à faire progresser toute l'industrie chinoise.



## Améliorer la prévention des incendies et la sécurité des bâtiments au Bangladesh

Suite à l'incendie dans l'usine de vêtements de Rana Plaza en novembre 2012 et à l'effondrement d'un bâtiment en avril 2013 au Bangladesh, Fast Retailing s'applique non seulement à proposer de nouvelles normes pour le secteur mais l'entreprise a aussi commencé à mener ses propres inspections en mai 2013 afin de garantir aux employés des usines des conditions de travail appropriées et d'améliorer la protection en cas d'incendie et la sécurité des bâtiments dans le pays. Suite aux visites sur le terrain menées par l'équipe de la RSE et les rapports d'amélioration des usines partenaires, FR a confirmé que sur les 351 infractions identifiées en décembre 2013, 190 problèmes avaient été résolus au 31 mars 2014. Des inspections pour la sécurité des bâtiments ont également été menées par une agence japonaise compétente et aucun problème n'a été détecté. En août 2013, FR a signé l'Accord pour la sécurité des bâtiments et en cas d'incendie au Bangladesh, un engagement pour la protection des travailleurs contre les accidents. Créé par IndustriALL Global Union et UNI Global Union, l'accord a été signé par des ONG internationales et plus de 190 entreprises en 2014. Depuis février 2014, 38 équipes mondiales composées d'experts ont commencé à mener des inspections pour la prévention des incendies, des systèmes électriques et au niveau de la sécurité des bâtiments. Ils ont prévu d'inspecter 1 500 usines afin de garantir un environnement de travail sûr.

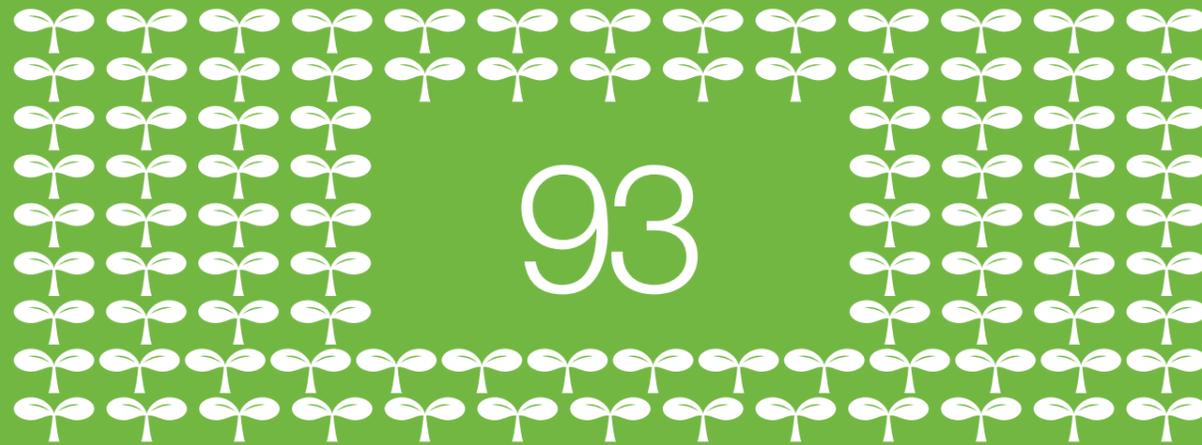
Pour suivre les dernières nouvelles au sujet de la sécurité au Bangladesh, vous pouvez visiter le site web de la RSE : [www.fastretailing.com/eng/csr/business/bangladesh.html](http://www.fastretailing.com/eng/csr/business/bangladesh.html)

Site de la RSE de Fast Retailing  
<http://www.fastretailing.com/eng/csr/>

Pour nos clients  
Pour nos partenaires  
commerciaux

- Système de contrôle des produits et de la sécurité d'UNIQLO
- Rappels volontaires de produits
- Un mode de production standardisé pour les vêtements
- Code de conduite de Fast Retailing
- Surveillance du lieu de travail
- Collaboration entre le département de la RSE et celui de la production
- Initiatives pour la sécurité au Bangladesh
- Des partenariats justes et équitables

Nombre d'inspections environnementales menées



Utilisation des vêtements collectés grâce à l'initiative pour le recyclage intelligent



Réunions de projet pour éliminer les émissions de produits chimiques dangereux



# Défi n° 2

## L'environnement

### Réduire l'impact environnemental tout au long de la chaîne logistique

Fast Retailing souhaite être une entreprise respectueuse de l'environnement et responsable. Nous nous appliquons à répondre aux problématiques environnementales et sociales dans le monde entier en réduisant notre impact tout au long de la chaîne logistique. Nous cherchons en particulier à trouver de nouveaux moyens d'améliorer notre rendement en utilisant moins de ressources. FR écoute également ses partenaires, ils nous aident à trouver des solutions et à protéger l'environnement pour créer une société plus durable.

Notre engagement

### Des politiques environnementales plus vertes

En tant que vendeurs de vêtements (Note), Fast Retailing s'efforce de trouver des solutions durables pour minimiser notre impact sur l'environnement — notre empreinte carbone est évaluée, ainsi que la consommation en eau et en énergie. Nous cherchons à mesurer et à réduire notre impact à chacune des étapes de notre chaîne logistique. En 2014, FR a mis au point une politique environnementale afin de préciser ses responsabilités pour mettre en place des actions plus respectueuses de l'environnement. (Cf. page 18 pour plus d'informations.) La production est l'étape qui a l'impact environnemental le plus important dans la chaîne logistique de FR. Nous effectuons un suivi sur le lieu de travail dans les usines de conception, chez nos principaux fournisseurs, et nous surveillons l'impact environnemental de nos fabricants de tissus, de nos fournisseurs secondaires et des plus gros consommateurs en énergie et en eau. Pour aller plus loin, nous avons aussi prévu de surveiller l'impact environnemental des fournisseurs de tissu pour les entreprises du groupe. À partir de 2015, nous allons évaluer l'importance des impacts spécifiques, décider sur quels points nous allons nous focaliser et nous allons prendre des mesures drastiques pour fixer des objectifs et réduire ces impacts. Nous nous sommes déjà engagés à éliminer complètement nos émissions de produits chimiques toxiques tout au long du cycle de vie de nos produits d'ici à janvier 2020. Nos points de vente sont aussi concernés par nos efforts de réduction de notre empreinte écologique. Nous avons défini des politiques et des mesures claires ainsi que des objectifs pour 2020 pour la réduction de la consommation d'énergie et des émissions de CO<sub>2</sub>. Grâce à la réutilisation et au recyclage des vêtements avec notre programme de recyclage intelligent, la durée de vie de nos produits est allongée, ce qui a un impact positif au niveau social (réutilisation) et environnemental (recyclage).



Yukihiro Nitta  
Vice-président du groupe  
En charge de la RSE  
Fast Retailing Co., Ltd.

Note : Un magasin qui vend des produits de marque (Specialty store retailer of Private label Apparel, SPA) est un fabricant et vendeur de vêtements qui gère toutes les opérations commerciales, de l'approvisionnement en matériel à la conception des produits en passant par le développement et la fabrication, la logistique, les ventes et le stockage.

## Réduire notre impact environnemental

# Travailler avec nos partenaires pour réduire l'impact environnemental de FR



### Créer une nouvelle politique environnementale

Fast Retailing travaille avec toutes les parties prenantes de l'entreprise — les clients, les partenaires commerciaux, les communautés locales, les ONG et les employés( ainsi que ceux qui travaillent dans nos usines partenaires) afin de réduire l'impact environnemental tout au long de la chaîne logistique. Au niveau de la production, cela implique le développement de processus plus efficaces et un meilleur rendement, il faut les mettre en place non seulement dans les principales usines de fabrication mais pour chacune des opérations au niveau du traitement des matières premières et des tissus. En 2014, FR a mis au point une politique environnementale afin de préciser ses objectifs et de s'améliorer à ce niveau.

### Politique environnementale

Fast Retailing cherche à respecter toutes les lois et tous les règlements et à respecter l'environnement tout en relevant les défis auxquels est confrontée la communauté internationale, son objectif est d'être une entreprise respectueuse de l'environnement. FR a pour objectif de limiter son impact et d'agir de manière efficace, d'éliminer les déchets et de chercher des moyens permettant de produire plus de valeur avec moins de ressources. Nous nous engageons également à :

- Travailler activement pour limiter l'impact environnemental à tous les niveaux, de la conception du produit à la production en passant par la logistique, les ventes et le recyclage
- Fixer des objectifs de réduction de l'impact environnemental pour les magasins, qui sont au cœur de notre entreprise
- Travailler avec des usines partenaires qui réduisent l'impact environnemental tout au long du processus de production
- Promouvoir activement le dialogue et la collaboration avec les clients, notre principal partenaire, les sensibiliser et les inciter à avoir un impact positif sur l'environnement.

## ■ Réduire l'impact environnemental du vendeur



### Conception du produit

FR conçoit et crée des vêtements tout en gardant en tête ses objectifs, comme la sécurité matérielle, un approvisionnement responsable, la réduction de l'impact environnemental, une production efficace, des produits qui sont sans cesse améliorés ( par exemple grâce aux technologies permettant l'isolation thermique ou les tissus qui séchent rapidement), et d'autres éléments qui sont bénéfiques pour les clients, tout en prenant en compte l'environnement.

### Matières premières

FR rend visite à ses fournisseurs de matières premières comme les producteurs de coton afin de mieux gérer l'utilisation de ces matériaux. En 2013, FR a vérifié si les entreprises travaillant dans les champs de coton en Chine, situées dans la région autonome de Xinjiang Uyghur, avaient des pratiques respectueuses de l'environnement, comme une consommation raisonnée en eau et en pesticides. FR continue d'ouvrir le dialogue avec les entreprises locales, tout en vérifiant régulièrement les conditions de production.

### Production

La production de tissu est l'étape qui a le plus fort impact environnemental en raison de la grande consommation en eau, en énergie et en produits chimiques nécessaires pour teindre et traiter les tissus. En juin 2013, FR a lancé un projet pilote consistant à envoyer des spécialistes du diagnostic énergétique dans les usines pour trouver des moyens de réduire l'impact environnemental et la consommation énergétique. Les résultats seront utilisés pour créer des projets pour d'autres usines.

### Logistique

L'approvisionnement est une autre source de stress environnemental dans la chaîne logistique, en particulier à cause des émissions de gaz carbonique. FR cherche à simplifier le réseau de distribution mondial et à réduire son impact en adoptant des modes de transport plus efficaces, en regroupant les livraisons entre les entrepôts et les magasins, en optimisant la configuration des entrepôts, en réutilisant les emballages et les réduisant, en créant des méthodes de chargement plus efficaces.

### Ventes

FR fixe des objectifs en termes de réduction de l'impact environnemental dans les magasins gérés par l'entreprise. FR a commencé par fixer un objectif pour les magasins UNIQLO au Japon, il était question de réduire les émissions de CO2 par mètre carré de 10 % entre l'exercice 2013 et fin 2020. Pour l'exercice 2015, FR va étendre cette règle au groupe entier.

### Réutiliser et recycler

L'initiative de recyclage intelligent permet de récupérer les vêtements d'occasion dans les magasins UNIQLO et GU dans 11 pays et régions à travers le monde. Environ 90 % des vêtements collectés sont donnés à des camps de réfugiés et à des personnes dans le besoin, les 10 % restants sont recyclés pour produire du carburant ou du textile. FR recueille et trouve des moyens pour utiliser de manière efficace les matériaux dont sont faits les emballages et les autres déchets produits par les magasins.

## Contrôle de l'impact environnemental

# Conseils pour une production de tissu respectueuse de l'environnement

### Contrôle de l'impact environnemental des fabricants de tissu

Fast Retailing comprend l'importance de réduire son impact environnemental tout au long de la chaîne logistique. La production de tissu (le filage, le tissage, le tricot, la teinture et le séchage) a un impact très fort sur l'environnement à cause des produits chimiques utilisés, des déchets, des émissions qui résultent de cette fabrication. En 2010, FR a commencé à surveiller l'impact environnemental des producteurs de tissus servant à fabriquer les produits pour UNIQLO. Le contrôle de l'impact environnemental est réalisé suivant les directives de FR pour une production de tissu respectueuse de l'environnement ; six points sont surveillés, avec pour chacun entre cinq et dix normes devant être respectées : 1. Système de gestion de l'environnement, 2. Gestion des substances chimiques, 3. Gestion des déchets, 4. Amiante et PCB, 5. Contrôle et mesure de la pollution, 6 La santé et la sécurité des employés. La surveillance de l'environnement commence par des inspections minutieuses menées sur le terrain par une agence externe. Les résultats sont transmis à FR et à l'usine partenaire, qui fera ensuite les efforts nécessaires pour s'améliorer dans le temps imparti. FR et l'agence pourront effectuer une vérification. Pour les usines qui ont commis de nombreuses infractions, FR donne des conseils, se rend sur place lorsque c'est nécessaire, et organise des inspections de suivi.

### Respect des directives pour l'environnement de FR pour la production de tissu

(Le 31 août 2014, FR avait contrôlé 62 fabricants de tissu depuis le début du programme lancé en juin 2010)

Catégorie	Taux	Exemples d'exigences
1. Système de gestion de l'environnement	90%	•Une personne est responsable du respect de l'environnement •Mise en place de formations aux systèmes de gestion de l'environnementt •Plan de gestion de l'environnement en place
2. Gestion des substances chimiques	35%	•Liste détaillée des restrictions sur les produits chimiques •Stockage des produits chimiques ( installation d'un second container pour la prévention des fuites, étiquetage des produits, nomination d'une personne en charge de la gestion des produits, recueil et publication d'informations sur la sécurité et les produits chimiques)
3. Gestion des déchets	34%	•Envoi des déchets aux fournisseurs qualifiés •Tri sélectif (comme les déchets chimiques ou non chimiques) et étiquetage •Stockage des déchets
4. Amiante et PCB	97%	•Vérification et gestion de l'amiante et des PCB
5. Contrôle et mesure de la pollution	74%	•Permis d'environnement obtenus auprès des autorités compétentes, tels que les permis d'émission de polluants •Contrôle et mesure des émissions provenant des équipements afin de se conformer à la législation
6. Santé et sécurité des employés	27%	•Équipement de protection individuel (masques, bouchons d'oreilles, gants) distribués et portés •Installation de sorties de secours et d'équipements pour la prévention des incendies •Mise en place de visites médicales professionnelles

### Directives environnementales de FR pour la production de tissu

#### 1. Système de gestion de l'environnement

Les dirigeants de l'entreprise ont exprimé publiquement leur engagement au sujet de la gestion de l'environnement et des employés ont été embauchés pour les missions relatives à ce sujet. Des systèmes de gestion servant à collecter des informations, à prendre des mesures et à suivre les progrès ont été mis en place. Ils sont indispensables pour assurer des efforts soutenus et efficaces.

#### 2. Gestion des substances chimiques

La gestion efficace et le traitement des colorants, des adjuvants de traitement et d'autres produits chimiques utilisés pour la production des tissus est primordiale pour assurer la protection de la santé des employés et de l'environnement.

#### 3. Gestion des déchets

Une gestion et un traitement approprié des déchets aide à réduire le risque de fuites, encourage le recyclage et permet d'utiliser les ressources de manière efficace. Le traitement des déchets amenés hors de l'usine pour être brûlés ou recyclés doit faire l'objet de vérifications.

#### 4. Amiante et PCB

L'amiante et les PCB sont particulièrement nocifs et peuvent avoir un impact négatif sur les employés et sur l'environnement.

#### 5. Contrôle et évaluation du niveau de pollution

Les eaux usées de la teinture et la fabrication, les évacuations d'air des chaudières et le bruit des grosses machines sont les principaux inconvénients liés à la fabrication de tissu.

#### 6. Santé et sécurité des employés

L'installation d'équipements sur le terrain, comme pour la prévention des incendies ou les systèmes d'évacuation, et une formation sur la prévention des blessures au travail et des maladies professionnelles sont nécessaires pour travailler dans un environnement sûr.

### Résultats de la surveillance de l'impact environnemental

Pour l'exercice 2014, FR a surveillé les usines de 62 fournisseurs qui avaient été contrôlées à partir de juin 2010. (Cf. page 20 pour les informations sur la conformité.) Les scores pour la conformité au sujet des systèmes de gestion de l'environnement, la gestion des substances chimiques et la gestion des déchets se sont améliorés après avoir appliqué les conseils donnés suite aux réunions et aux visites sur le terrain. Le taux de conformité au sujet de la santé et de la sécurité des employés a baissé, une inspection de suivi a permis de constater que les employés



avaient à leur disposition des gants et des équipements de protection mais qu'ils ne les utilisaient pas. FR travaille avec les directeurs des usines afin que le problème soit pris à la racine et que ces incidents ne se reproduisent pas.

### Exemple de problèmes identifiés et résolus

#### ● Produits chimiques et gestion des déchets (Thaïlande)

Une inspection de suivi en mars 2013 a permis de constater que les produits chimiques étaient mal stockés et que les déchets n'étaient pas triés. FR a discuté des améliorations possibles avec le fournisseur, et en décembre, l'équipe de la RSE a visité le site avec des experts afin d'évaluer les progrès. Une inspection de suivi a ensuite confirmé que les problèmes avaient été résolus.

#### ● Travail des enfants (Chine)

La surveillance de l'environnement comprend les mesures mises en place pour lutter contre le travail des enfants. Un premier audit en mai 2014 a permis de constater que deux personnes âgées de moins de 16 ans, l'âge légal pour commencer à travailler, avaient été embauchées par une usine partenaire. L'équipe de la RSE a visité l'usine et a appris que le département des ressources humaines n'avait pas réussi à vérifier leur âge et que les managers de l'usine avaient tout de même accepté de les embaucher. Suite aux commentaires de FR, l'usine partenaire s'est améliorée et a modifié son système de recrutement. L'équipe de la RSE a visité l'usine une nouvelle fois en juillet 2014. Cela a permis de confirmer que les systèmes de formation en ressources humaines avaient été proposés à tous les employés, des améliorations ont été constatées au sujet du processus de recrutement ce qui permet de vérifier l'âge des candidats, et des comparaisons sont faites trois fois par mois entre le salaire et le poste des employés par les RH. Il a également été constaté que les pratiques de gestion étaient plus strictes suite à des entretiens avec des employés. Néanmoins, compte tenu de la gravité du fait de travailler avec une entreprise qui a fait travailler des enfants par le passé, FR a réduit le volume de ses commandes sur les conseils du comité d'éthique commerciale.

Note : Depuis 2000, UNIQLO envoie des experts, des techniciens japonais spécialisés avec une grande expérience dans l'industrie textile et de renommée mondiale dans les usines afin de proposer une assistance technique et de développer les compétences des employés.

## Arrêter d'utiliser des produits chimiques dangereux

# Stopper les émissions de produits chimiques dangereux

### Travailler avec nos partenaires

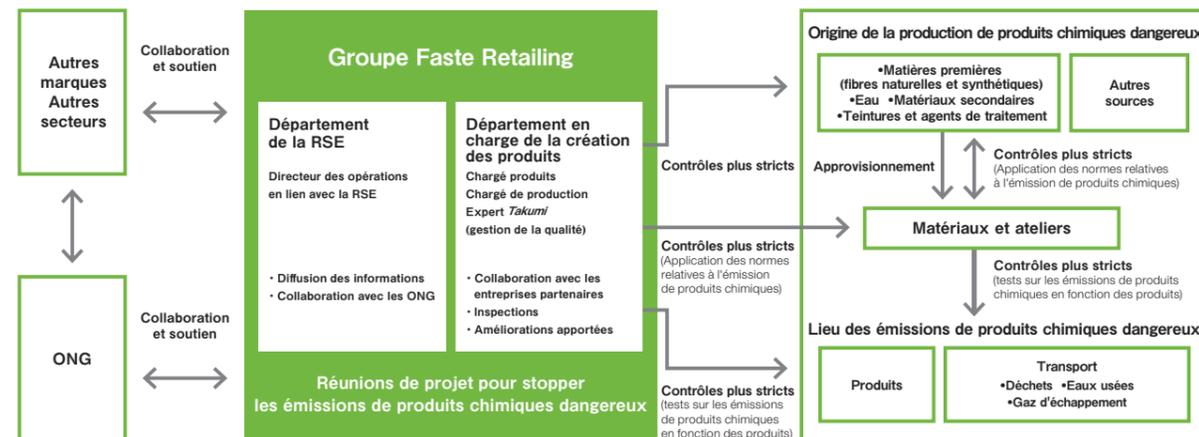
L'objectif de Fast Retailing est de ne plus créer aucune émission de produits chimiques toxiques tout au long du cycle de vie de nos produits d'ici à janvier 2020. L'élimination de tous les produits chimiques dangereux est un véritable défi, et nous participons à un projet qui touche tout le secteur, mais nous travaillons également avec nos partenaires commerciaux, les fabricants de produits chimiques, les ONG, les autres entreprises du secteur et de nombreux partenaires afin d'atteindre cet objectif. Par exemple, nous demandons à nos usines partenaires de suivre des directives de FR et de faire des tests sur les produits et les eaux usées. Des actions rapides sont mises en place en cas d'infraction. Cela nécessite de rencontrer les dirigeants des usines et les fabricants de produits chimiques, de se rendre sur place pour identifier les causes et proposer des solutions alternatives. Le projet de stopper les émissions de produits chimiques dangereux se divise en trois parties : 1. Test des produits, 2. Test sur les eaux usées, et 3. Communication avec les ONG.

### Réunions de projet régulières avec les dirigeants

FR organise des réunions mensuelles afin d'assurer l'efficacité de ce projet. Les dirigeants et les responsables des opérations en charge de la RSE, de la production et du développement des produits ainsi que les experts en teinture, les spécialistes de la production de tissu et

les chefs d'équipe chargés de la qualité y assistent en personne, et les dirigeants à Tokyo et les centres de production du monde entier participent à distance grâce aux vidéoconférences. La réunion porte en premier lieu sur les trois points principaux du projet : 1. Comparer la liste des produits chimiques dangereux détectés dans les produits avec les normes de FR et identifier les produits et les substances qui nécessitent que des mesures soient prises. Identifier les causes et trouver quelles mesures doivent être prises. 2. Rapport sur les eaux usées et les mesures prises en fonction des résultats. 3. Organisation de réunions régulières avec les ONG présentes. Les participants discutent des changements des directives environnementales en réponse aux modifications des lois dans chaque pays. FR reconnaît également la nécessité de fournir des informations exactes et transparentes relatives à la santé et à l'environnement aux clients locaux et aux communautés vivant dans les zones où les usines sont implantées. FR a créé un système de transmission de l'information permettant de garantir une certaine transparence au sujet de l'utilisation de produits chimiques dangereux dans sa chaîne logistique. En avril 2013, FR a publié la liste des substances dont l'utilisation devait être limitée. Cette liste est régulièrement revue et les dernières modifications sont publiées sur le site de l'entreprise. FR poursuit son travail pour l'arrêt des émissions de produits chimiques dangereux.

### Zéro émission de produits chimiques dangereux



Pour en savoir plus sur le projet global visant à stopper les émissions de produits chimiques dangereux, vous pouvez visiter notre site dédié à la RSE : [www.fastretailing.com/eng/csr/environment/zero.html](http://www.fastretailing.com/eng/csr/environment/zero.html)

## Travailler avec nos partenaires pour réduire l'impact environnemental

Le groupe FR a pour objectif de collecter des données quantitatives sur l'impact environnemental lié à la production et à la vente dans la chaîne logistique de FR. Comme c'est la production qui est responsable du plus gros impact au niveau de l'environnement, comme le prouvent les chiffres ci-dessous, les fabricants principaux et secondaires travaillent pour réduire cet impact. Les spécialistes de la fabrication de tissus se rendent dans les usines pour vérifier leur

utilisation et aider les entreprises à fixer des objectifs afin de réduire leur consommation. Pour tirer parti des partenariats solides qui ont été noués avec les fournisseurs, FR aide aussi les usines partenaires à réduire leurs coûts et à être plus efficaces. L'une des autres priorités du groupe FR est de réduire la consommation énergétique dans ses magasins. Dans les magasins UNIQLO au Japon, FR souhaite réduire les émissions de CO<sub>2</sub> par mètre carré de 10 % entre 2013 et 2020. Cela implique de remplacer les ampoules par des LED,

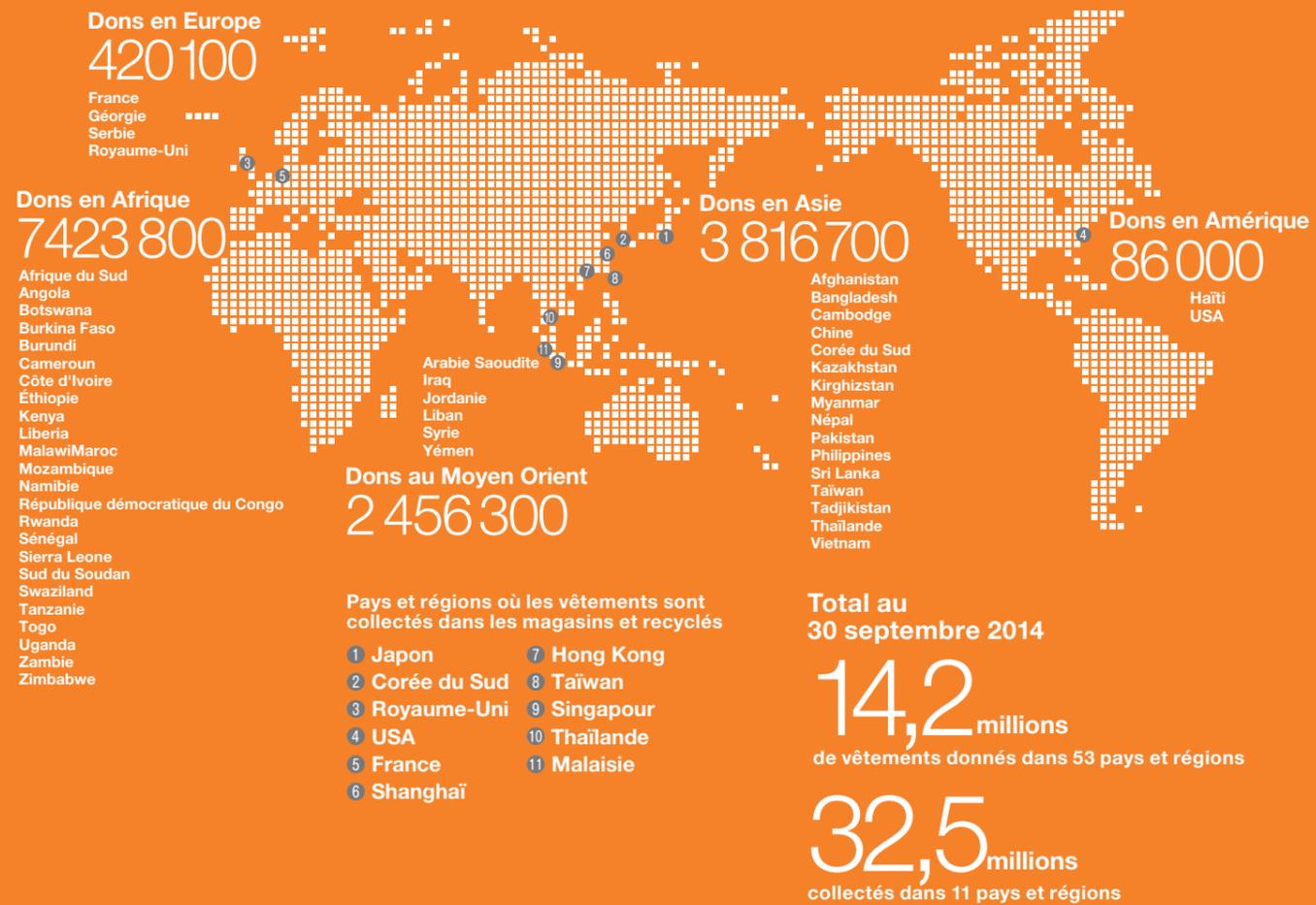
d'installer des systèmes CVC permettant de réaliser des économies d'énergie grâce à un contrôle du thermostat, de moins éclairer en-dehors des heures d'ouverture et de sensibiliser le personnel en distribuant des documents sur la consommation énergétique dans les magasins. Le groupe FR, avec ses partenaires commerciaux et ses parties prenantes, s'efforce de réduire son impact sur l'environnement en utilisant moins de ressources et en étant plus efficace.

### Rapport sur l'impact environnemental de Fast Retailing

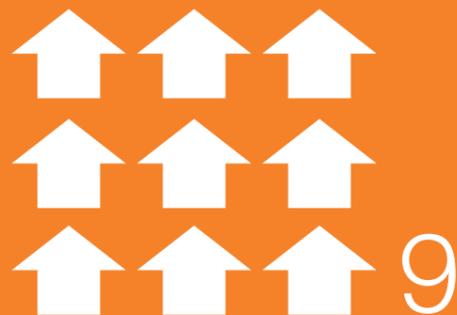
	Prévisions	Production	Logistique	Ventes	Utilisation
Utilisation en énergie et matières premières	Energie, fuel, etc.	<b>Matériaux</b> <b>Ateliers et fabricants de tissu</b> Energie consommée (calories) 18,577,035 GJ [ Electricité 498,628,225 kWh GPL 2,050,836 kg GNL 3,067,414 kg Gaz naturel 17,961,193 m <sup>3</sup> Pétrole lourd 150,237,139 ℓ Pétrole léger 2,434,134 ℓ Essence 16,988,813 ℓ Charbon 227,991,115 kg Fumées 736,076 t Consommation d'eau 20,212,318 t ]	<b>Logistique</b> Energie consommée (calories) 260,474 GJ	<b>Magasins</b> Electricité consommée 214,140,968 kWh Gaz de ville consommé 1,453,680 m <sup>3</sup> GPL consommé 1,297,710 m <sup>3</sup>	
		<b>Siège</b> Electricité consommée 4,952,667 kWh	<b>Siège</b> Gaz consommé 5,350.9 m <sup>3</sup>	<b>Siège</b> Consommation en eau (du robinet) 13,111 t	
		<b>Siège</b> Papier consommé 11,718,000 feuilles			
Matériels				<b>Magasins</b> Emballages 5,429 t	
Emission de CO <sub>2</sub> et déchets	Emission CO <sub>2</sub>	<b>Siège</b> Émissions de CO <sub>2</sub> (électricité et gaz) 2,759 t-CO <sub>2</sub>	<b>Ateliers et fabricants de tissu</b> Émissions de CO <sub>2</sub> 1,836,166 t-CO <sub>2</sub>	<b>Logistique</b> Émissions de CO <sub>2</sub> 17,862 t-CO <sub>2</sub>	<b>Magasins</b> Émissions de CO <sub>2</sub> (électricité) 117,777 t-CO <sub>2</sub> Émissions de CO <sub>2</sub> (gaz) 11,806 t-CO <sub>2</sub>
		<b>Siège</b> Déchets combustibles (papier, etc.) 117 t	<b>Siège</b> Non combustibles waste (plastique, etc.) 21.9 t	<b>Magasins</b> Déchets 43,750 t	<b>Clients</b> Objets récupérés via l'initiative de recyclage intelligent : 1,462.3 t

Notes : Les chiffres de la logistique sont indiqués pour la période allant d'avril 2013 à mars 2014. Les données sur la logistique et les magasins concernent les magasins au Japon. Les données pour le siège sont les chiffres du Japon (sièges sociaux de Tokyo et de Yamaguchi). L'emballage est composé de papiers et de sacs en plastique utilisés par UNIQLO et GU au Japon. Objets récupérés via l'initiative de recyclage intelligent dans les centres de tri des vêtements au 31 août 2014.

L'initiative de recyclage intelligent a permis de collecter des vêtements dans le monde entier



Nombre de magasins Grameen UNIQLO au Bangladesh



# Défi n° 3

## La communauté

### Aider les communautés grâce à notre entreprise

Toutes les communautés dans le monde entier doivent faire face à certaines questions sociales. Les entreprises et les gouvernements se doivent de comprendre ces problèmes complexes et travailler ensemble afin de les résoudre. Le groupe Fast Retailing estime qu'il faut utiliser son entreprise pour apporter quelque chose aux communautés et participer à la création d'un monde où les générations futures pourront s'épanouir. Pour y parvenir, nous nous sommes engagés à travailler avec nos partenaires afin de faire face aux problèmes sociaux et créer un réseau d'entreprises partageant la même vision des choses. Nous cherchons en permanence de nouveaux moyens pour améliorer les conditions de vie des communautés que nous soutenons.



## Expérience d'achat en magasin

# Nouvelles initiatives des communautés

### Une expérience d'achat dont on se souviendra

Parallèlement à ses initiatives mondiales en matière de RSE, le groupe Fast Retailing soutient les valeurs locales et les efforts de la communauté pour résoudre les problèmes sociaux. À Singapour, par exemple, UNIQLO s'est rendu dans des écoles adaptées pour trouver des idées afin de lancer une nouvelle initiative permettant d'aider les personnes handicapées. L'objectif est de leur offrir des opportunités afin qu'ils participent à la vie de la société. Début 2014, une série d'événements sur l'expérience d'achat en magasin a été organisée et les employés des magasins UNIQLO aidaient les personnes handicapées à accomplir un acte qui semble banal pour la plupart d'entre nous : l'achat de vêtements.

Le groupe FR continue de répondre aux besoins des communautés avec lesquelles nous travaillons et développe un ensemble de bonnes pratiques en partenariat avec les ONG, les gouvernements et d'autres partenaires. En partageant ces bonnes pratiques au sein du groupe, nous souhaitons créer un changement positif dans les communautés du monde entier.

### Aider les enfants handicapés (Singapour et Malaisie)

À Singapour, des événements sur l'expérience d'achat sont régulièrement organisés dans les magasins UNIQLO afin d'aider les enfants avec un handicap mental. Chaque enfant reçoit un chèque de 100 dollars singapouriens (environ 80 dollars américains) et peut les dépenser dans un magasin UNIQLO. Cette expérience les aidera à développer certaines capacités et leur permettra de choisir ce qu'ils souhaitent porter et de calculer ce qu'ils peuvent s'acheter avec un budget donné — ce qu'ils ne font que rarement au quotidien. UNIQLO a organisé six événements similaires à Singapour en 2014. L'entreprise a aussi fait un compte rendu détaillé des procédures opérationnelles et des résultats et a préparé un manuel à lire avant l'événement, elle a aussi organisé la publicité autour de l'événement et en-dehors de l'entreprise afin d'encourager plus d'entreprises et d'employés à participer. Après Singapour, c'est en Malaisie qu'UNIQLO a organisé un événement en juin 2014. Le groupe a invité 20 enfants handicapés mentaux dans un magasin et leur a remis des chèques de 300 ringgits (environ 80 dollars américains).

Quarante employés les ont aidés à choisir et à acheter les vêtements. L'expérience d'achat en magasin s'est répandue jusque dans les magasins UNIQLO aux USA, en Corée du Sud, en Allemagne, et d'autres opérations seront menées par le groupe qui les adaptera afin de répondre aux problématiques locales particulières.

### Soutien aux enfants sans domicile (États Unis)

En Décembre 2001, les magasins UNIQLO de New York et de San Francisco se sont regroupés avec les ONG locales afin d'organiser des événements sur l'expérience d'achat pendant les vacances pour aider les sans domicile. Le projet a permis à 300 enfants sans domicile de choisir et d'acheter de nouveaux vêtements, et de leur donner le nécessaire pour s'habiller. Des chèques de 100 \$ ont été donnés aux enfants grâce aux dons des clients d'UNIQLO.

### Aider les enfants orphelins (Corée du Sud)

UNIQLO en Corée du Sud a établi un partenariat avec l'Armée du salut coréenne, une ONG en lien avec les Nations Unies et œuvrant pour la justice sociale. Ensemble, ils ont organisé un événement sur l'expérience d'achat au profit des enfants de l'orphelinat de Namsan dans le magasin UNIQLO du centre de Myeongdong en avril 2014. Le public ciblé était les personnes qui ne peuvent normalement pas s'offrir des vêtements. Des chèques de 100 000 won (environ 90 dollars américains) ont été distribués aux 80 enfants lors de cette journée. Soixante treize employés ont aidé les enfants à choisir leurs vêtements et à calculer ce qu'ils pouvaient acheter avec ce budget.

### Aider les enfants défavorisés (Allemagne)

En août 2014, UNIQLO Allemagne a invité 26 enfants de l'Arche, une ONG qui aide les enfants défavorisés, dans son magasin de Berlin. La plupart n'avaient jamais quitté leur quartier. Le fait de faire des achats dans un environnement inconnu et d'interagir avec de nouvelles personnes leur a permis d'améliorer leurs compétences interpersonnelles et de gérer un budget. Les enfants ont reçu des chèques de 40 euros (environ 50 \$) et les employés du magasin leur ont donné quelques conseils. La session d'achats a été suivie par une visite du jardin zoologique de Berlin.

Note : La conversion des sommes est une estimation basée sur le taux de change au moment où l'activité a été organisée.



## L'initiative de recyclage intelligent

# Le pouvoir des vêtements— Relier les communautés entre elles



### Valoriser les vêtements

Fast Retailing prend ses responsabilités en tant que vendeur de vêtements en lançant l'initiative de recyclage. Un programme qui permet de récupérer les vêtements d'occasion déposés par les clients dans les magasins UNIQLO et GU et de les donner à des personnes dans le besoin.

Au départ, l'objectif était de recycler les vêtements non utilisés pour en faire des fibres industrielles ou les transformer en énergie. La plupart des articles collectés étaient en bon état. Le Haut-Commissariat des Nations Unies pour les réfugiés, (UNHCR), FR monde (UNHCR), le partenaire de FR monde a signalé qu'il y avait un besoin urgent de vêtements dans les camps de réfugiés, FR a donc commencé à y apporter les vêtements. Cette initiative a permis de mettre en avant l'utilité des vêtements, et a permis de faire un effort pour redistribuer ces vêtements à des personnes dans le besoin. Depuis sa mise en place, les magasins UNIQLO et GU dans 11 pays et régions ont récupéré 32,5 millions de vêtements. En collaboration avec UNHCR et les ONG locales, 14,2 millions de vêtements ont été donnés dans 53 pays et régions.

En 2014, UNIQLO Japon et Corée du Sud ont lancé une campagne appelée « Partagez la chaleur » pour collecter des vêtements chauds et les donner aux réfugiés syriens qui devaient faire face au rigoureux hiver jordanien. Les magasins participants ont aussi distribué des cartes en formes de cœur pour que les clients puissent envoyer des vœux avec les vêtements. Plus de 11 000 cartes ont été collectées et grâce au partenariat avec l'ONG internationale JEN, plus de 250 000 vêtements ont été apportés avant l'arrivée de l'hiver. FR a fait équipe avec la banque Grameen, un précurseur dans le domaine de l'entrepreneuriat social pour lancer Grameen UNIQLO Ltd. Depuis 2010, Grameen UNIQLO a créé son propre business model (vente de vêtements de leur propre marque) pour aider à combattre la pauvreté, développer l'industrie locale, créer des emplois et aider des travailleurs du Bangladesh à être auto-suffisants dans une zone de production importante pour FR. S'appuyant sur l'expertise d'UNIQLO, Grameen UNIQLO gère tous les processus au niveau local, la conception des produits, l'approvisionnement, la production et les ventes. Les profits récoltés grâce à la vente de vêtements sont ensuite réinvestis dans l'entreprise.

L'objectif est de créer de nouveaux marchés et de résoudre certains problèmes sociaux ce qui va contribuer à améliorer les conditions de vie et l'autonomie des personnes habitant au Bangladesh. Ainsi, l'entreprise offre un cadre permettant à FR de remplir sa mission consistant à enrichir la vie des gens en leur proposant des activités originales. Les profits et la croissance de l'entreprise sont essentiels pour le succès de n'importe quelle affaire. Au départ, les ventes des produits de Grameen UNIQLO dans les communautés rurales n'ont pas décollé à cause de l'écart entre le pouvoir d'achat et le prix des vêtements. En 2013, la stratégie a été revue et Grameen UNIQLO a créé un réseau de magasins à Dhaka, la capitale, afin de toucher les citoyens et de faire connaître la marque. En août 2014, le réseau a été agrandi avec neuf magasins supplémentaires, ce qui a permis de créer des synergies au niveau de la transmission du savoir aux communautés locales. La stratégie basée sur le produit est un autre point clef permettant de faire face à la demande locale. Les habits traditionnels comme le punjabi et le salwar kameez ont été ajoutés à la collection afin de satisfaire la demande pour ce type de produits, en particulier au moment où tout le monde fait ses achats, après le ramadan.

FR considère que ses objectifs au niveau social au Bangladesh seront atteints lorsque tout le monde pourra s'offrir ces vêtements. Nous continuons à relever de nouveaux défis avec les partenaires locaux afin d'atteindre cet objectif.

### Partenariats avec les écoles

FR pense que ses magasins jouent un rôle crucial au niveau de la communication avec les partenaires pour amorcer des changements positifs.

Au Japon, le projet Pouvoir des Vêtements a permis de sensibiliser les écoliers au problème des réfugiés dans le monde. Pour l'exercice 2014, 16 100 étudiants venant de 120 écoles de tout le pays ont suivi des cours donnés par les employés de FR.

Les enfants ont lancé leur propre initiative de recyclage et ont présenté le projet à leur communauté, ils ont récupéré les vêtements qui avaient été donnés et les ont envoyés vers les camps de réfugiés. Les enfants ont pu mesurer l'impact de cette action grâce aux retours qu'ils ont eu des camps de réfugiés.

## Entrepreneuriat social

# Renforcement de l'entrepreneuriat social des communautés au Bangladesh



### Production et vente

FR a fait équipe avec la banque Grameen, un précurseur dans le domaine de l'entrepreneuriat social pour lancer Grameen UNIQLO Ltd. Depuis 2010, Grameen UNIQLO a créé son propre business model (vente de vêtements de leur propre marque) pour aider à combattre la pauvreté, développer l'industrie locale, créer des emplois et aider des travailleurs du Bangladesh à être auto-suffisants dans une zone de production importante pour FR.

S'appuyant sur l'expertise d'UNIQLO, Grameen UNIQLO gère tous les processus au niveau local, la conception des produits, l'approvisionnement, la production et les ventes.

Les profits récoltés grâce à la vente de vêtements sont ensuite réinvestis dans l'entreprise.

L'objectif est de créer de nouveaux marchés et de résoudre certains problèmes sociaux ce qui va contribuer à améliorer les conditions de vie et l'autonomie des personnes habitant au Bangladesh. Ainsi, l'entreprise offre un cadre permettant à FR de remplir sa mission consistant à enrichir la vie des gens en leur proposant des activités originales.

### À Dhaka, neuf magasins sont ouverts

Les profits et la croissance de l'entreprise sont essentiels pour le succès de n'importe quelle affaire. Au départ, les ventes des produits de Grameen UNIQLO dans les communautés rurales n'ont pas décollé à cause de l'écart entre le pouvoir d'achat et le prix des vêtements. En 2013, la stratégie a été revue et Grameen UNIQLO a créé un réseau de magasins à Dhaka, la capitale, afin de toucher les citoyens et de faire connaître la marque. En août 2014, le réseau a été agrandi avec neuf magasins supplémentaires, ce qui a permis de créer des synergies au niveau de la transmission du savoir aux communautés locales. La stratégie basée produit est un autre point clef permettant de faire face à la demande locale. Les habits traditionnels comme le punjabi et le salwar kameez ont été ajoutés à la collection afin de satisfaire la demande pour ce type de produits, en particulier au moment où tout le monde fait ses achats, après le ramadan.

FR considère que ses objectifs au niveau social au Bangladesh seront atteints lorsque tout le monde pourra s'offrir ces vêtements. Nous continuons à relever de nouveaux défis avec les partenaires locaux afin d'atteindre cet objectif.



Des vêtements pour des sourires

## Être porteur d'espoir pour un meilleur futur



UNIQLO a fait équipe avec le joueur de tennis professionnel Novak Djokovic en lançant le projet Des vêtements pour des sourires pour Redonner espoir aux enfants. Une partie des ventes des produits HEATTECH et des doudounes Ultra-Light a été reversée durant l'hiver 2012 pour financer un projet d'un milliard de yens (environ 10 millions de dollars américains). Les fonds récoltés ont permis de soutenir deux projets : tout d'abord, la mise en place de huit projets choisis parmi 739 propositions faites par des personnes venant du monde entier. Et ensuite, d'aider à financer des programmes éducatifs pour les enfants avec notre partenaire l'UNICEF. Les huit projets auxquels participe UNIQLO ont pour objectif d'aider les enfants dans plusieurs pays à mieux appréhender la vie grâce à des programmes éducatifs et à des activités leur permettant de gagner en autonomie comme la pratique d'un sport. Six projets sur huit ont été réalisés à la fin de l'année 2013. Au cours de l'exercice 2014 un projet de bibliothèque a démarré afin de permettre un meilleur accès

à l'éducation au Cambodge. Le projet comprend la mise en place de diverses activités allant de la création à la vente de livres d'illustrations faits à la main, à la construction d'une bibliothèque commune qui a été ouverte en novembre 2014.



Aider les leaders de demain

## Une force pour le changement social

FR pense que le fait d'aider des jeunes qui ont du potentiel à devenir les leaders de la prochaine génération peut être un excellent moyen d'apporter un changement social positif.

En 2013, FR s'est engagée à donner 1 million de dollars américains sur cinq ans.

A l'université asiatique pour femmes au Bangladesh. En donnant à des femmes ambitieuses et talentueuses l'opportunité de faire des études sans qu'elles n'aient à se préoccuper de leur situation financière, FR soutient l'université qui souhaite encourager le leadership mondial et la promotion sociale des femmes. En 2014, quatre étudiants ont fait des stages chez Grameen UNIQLO à Dhaka, où ils ont appris à travailler dans les boutiques et au siège et ils ont réalisé des études de marché pour l'entreprise.

Depuis 2012, FR a aussi soutenu l'initiative TOMODACHI. Un partenariat entre l'État et les entreprises a été créé pour aider le Japon à se reconstruire après le tremblement

de terre de 2011 et pour renforcer les liens culturels et économiques entre le Japon et les États Unis en investissant sur leur nouvelle génération de leaders. En permettant à des étudiants japonais d'étudier dans les meilleurs universités et d'être diplômés dans les écoles américaines, FR les aide aussi à réaliser leur rêve.



## Grandir et progresser ensemble

### Le projet d'aide au rétablissement UNIQLO

Il a permis de constituer un fonds d'aide de 300 millions de yens (environ 2,5 millions de dollars américains) à partir des recettes d'UNIQLO pour mars 2012 récoltées dans les magasins UNIQLO au Japon et aux dons faits par les clients du monde entier. Cet argent a permis d'aider cinq ONG dans leur travail pour la promotion de l'autonomie, de la création d'emplois et du rétablissement de l'économie dans le nord-est du Japon, qui a été durement touché par le tremblement de terre de mars 2011. En mars 2014, le magasin éphémère UNIQLO de Sea Plaza Kamaishi dans cette zone a été transformé en boutique permanente et a

permis de répondre aux besoins des clients tout en contribuant à soutenir l'emploi local. FR met aussi en place un programme de jumelage pour aider les lycéens qui vivent dans la région qui a connu le tremblement de terre. Quatorze étudiants de première année du lycée de Futaba près de la centrale nucléaire de Fukushima qui ont dû être déplacés dans de nouveaux locaux ont pu travailler au magasin UNIQLO. FR diffuse des affiches, distribue des flyers et communique dans les magasins UNIQLO au Japon afin de mettre en avant la nécessité de continuer à soutenir ces projets.



### Aider les artisans qui ont créé une collection d'accessoires

En 2014, Comptoir des Cotonniers a travaillé avec des artisans du Guatemala, l'un des pays où les produits sont fabriqués, pour lancer une collection d'accessoires féminins faits main pour le printemps et l'été. Cela a aussi permis de renforcer le partenariat Avec Mercado Global, une organisation qui emploie des artisans mais qui leur permet aussi de devenir autonomes en leur apprenant de nouvelles compétences et en faisant connaître leurs produits dans le

monde entier. Cela leur permet d'acquérir des compétences commerciales et de faire connaître leurs produits à travers le monde. 121 femmes venant de 21 communautés ont participé à ce projet, elles ont passé 20 000 heures à créer cette collection unique de pièces artisanales en coton pur et cuir naturel. Ces pièces ont été vendues dans neuf pays : Belgique, Chine, France, Allemagne, Italie, Japon, Espagne, Suisse et États-Unis.



### Princesse tam-tam renoue avec ses origines

En 2014, Princesse tam-tam a ouvert un atelier à Madagascar, où les créateurs de la marque ont grandi. L'entreprise a aussi financé 30% de l'école créée par l'Association Sekool à Madagascar —une école pour les enfants dont les parents ont de faibles revenus, des centres pour aider les mères célibataires dans ce secteur ont également été mis en place pour les aider à trouver du travail, leur offrir un meilleur accès aux soins et pour proposer des programmes éducatifs aux mères des étudiants.

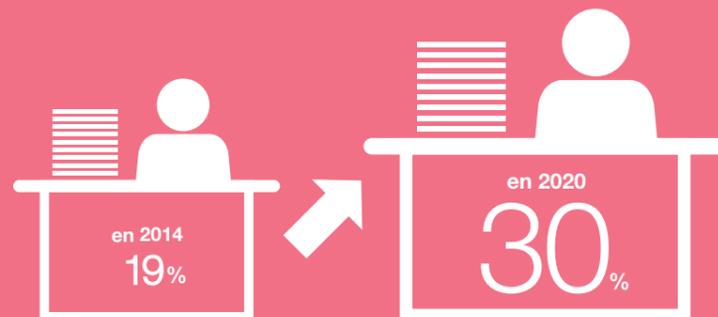
Princesse tam-tam a donné des fournitures pour l'école qui compte maintenant 242 élèves. En septembre 2013, la marque a commencé à vendre en France des pyjamas pour enfants fabriqués à Madagascar. Toutes les recettes des ventes de cette collection, qui a été créée par Ayo, une artiste connue en Europe, ont été données à Sekool Madagascar. Princesse tam-tam est fière de son héritage et du travail de RSE que l'entreprise entreprend avec ses clients et ses partenaires commerciaux.



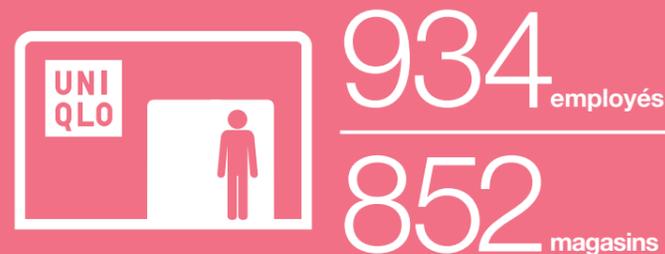
## Les employés du groupe Fast Retailing par pays et région



## Pourcentage de directrices d'ici à 2020



## Nombre de travailleurs handicapés dans les magasins UNIQLO au Japon

Défi n° 4  
Ressources humaines

## Créer de la valeur grâce à la diversité

Le respect de la diversité est au cœur de la philosophie de Fast Retailing.

Nous allons au-delà de la protection des droits de l'Homme et de la lutte contre toutes formes de discrimination.

Cela implique également d'aménager un espace de travail où les personnes ambitieuses peuvent se réunir et réaliser leur plein potentiel. Un lieu de travail où les meilleures équipes créent une valeur unique, et où les employés sont fiers de ce qu'ils font.

En créant des liens qui profitent à tous entre le développement personnel et la croissance de l'entreprise, l'entreprise FR souhaite rendre service à la société et être reconnue.

## Notre engagement

## La force est dans la diversité

Le groupe Fast Retailing place l'individu au cœur de sa politique de ressources humaines. Équité et transparence sont indispensables lors de l'évaluation et de la promotion des employés. Nous pensons également que le fait d'encourager plusieurs méthodes de travail peut-être un avantage concurrentiel. En 2014, le groupe FR a mis en œuvre des réformes au Japon afin de mettre ces principes en avant. Nos nouveaux employés dont les contrats à temps partiel ont été transformés en contrats à temps plein avec tous les avantages associés, vont nous aider à mieux répondre aux attentes de nos clients car ils restent longtemps dans l'entreprise et ont davantage d'expérience sur la zone ou sur le magasin qu'ils ont choisi. Ils peuvent aussi changer de poste au Japon pour jouer un rôle au niveau mondial, en fonction de leurs objectifs de carrière et de leurs situations personnelles. L'avancement professionnel pour les femmes est un autre objectif important. Le groupe FR reconnaît que la sous-représentation des femmes à des postes clef est un véritable problème. Nous avons fixé un objectif afin d'augmenter la part de femmes à des postes de directeurs, nous devons atteindre 30% en 2020 et nous mettons en place de nombreuses mesures pour y parvenir. Dans le même temps, le groupe FR a été un précurseur au Japon au niveau de l'embauche de travailleurs handicapés. Cette initiative crée un changement positif, les employés handicapés participent aux activités en boutique et leurs collègues s'efforcent de rendre le lieu de travail accueillant. FR emploie des personnes handicapées dans 12 pays et nous souhaitons faire encore mieux. Enfin, la conférence mondiale sur les RH permettra aux DRH de transmettre des données par région sur les tendances principales comme le recrutement, le turnover des employés et les promotions. Ils sont particulièrement attentifs aux causes de démission des employés et utilisent les informations collectées pour créer des conditions de travail plus sûres et pour assurer un bon équilibre entre vie privée et professionnelle. Comme le montrent ces exemples, le groupe FR s'applique à créer un véritable échange avec ses employés et à devenir une entreprise mondiale.



Noriaki Koyama

Vice-président du groupe  
Chargé de la gestion des  
Ressources humaines  
Fast Retailing Co., Ltd.

## Encourager la diversité

# La diversité est l'un des moteurs de la croissance

Le groupe Fast Retailing a effectué quelques changements importants dans sa politique afin de promouvoir la diversité au travail. Un nouveau programme permet aux employés de changer de pays ou de poste au cours de leur carrière. Par exemple, un employé peut souhaiter continuer de travailler chez FR mais veut se rapprocher de sa famille. Lorsque sa situation change, il ou elle peut occuper un poste avec plus de responsabilités ou changer de poste. En permettant à chacun de choisir son style de travail en fonction de ses projets de vie, ce programme permet d'élargir les horizons en utilisant sur le long terme les compétences spécifiques à chacun.

L'avancement professionnel pour les femmes est un autre défi important que le groupe Fast Retailing va relever. Plus de la moitié de nos produits sont fabriqués par des femmes, et ces femmes représentent plus de la moitié de nos clients et de notre personnel. Certaines marques de FR implantées en Europe et aux États-Unis, comme Comptoir des Cotonniers et Princesse tam-tam comptent une majorité d'employées et de femmes directrices. Néanmoins, FR reconnaît qu'il est urgent de créer un environnement professionnel plus

féminin chez UNIQLO Japon et nous développons des programmes de RH qui prennent en compte les événements comme les mariages, les naissances et d'autres événements qui ponctuent la vie des femmes, tout en leur permettant d'atteindre leurs objectifs professionnels. Pour faire un premier pas dans cette direction, le groupe FR a créé les réunions féminines, un espace de dialogue où plus de 300 femmes responsables de magasins ou managers chez UNIQLO Japon peuvent rencontrer des experts.

La proportion de femmes sur des postes à responsabilités est un indicateur global de l'avancement dans ce domaine. Au 31 août 2014, nous avions environ 19 % de femmes à des postes de managers chez FR, certaines étant cadres. Nous sommes déterminés à faire augmenter ce chiffre et à atteindre 30 % d'ici à 2020. Nous avons également fixé des objectifs clairs pour les directrices commerciales, afin d'augmenter le nombre de responsables féminines pour atteindre 50 % de femmes et de dépasser l'objectif de 30 %. Nous allons offrir aux femmes des promotions internes afin qu'elles occupent des postes où leur leadership sera particulièrement apprécié.

## Faire face aux défis locaux pour l'emploi

# Des plans de carrière flexibles, de nombreuses opportunités professionnelles.

### Programme d'emploi régional (Japon)

Le sous-emploi est un véritable problème en-dehors des zones urbaines au Japon, en particulier pour les jeunes. En 2014 au Japon, UNIQLO a lancé un nouveau programme régional pour les employés pour l'amélioration des conditions de travail en-dehors des villes et pour développer les magasins en retenant les talents locaux sur le long terme. Le programme permet aux intérimaires d'être embauchés sur la zone géographique de leur choix. Cela offre de nouvelles opportunités à ceux qui, pour des raisons personnelles, ont des difficultés à reprendre un emploi à temps plein, une problématique qui est d'actualité au Japon. Cela permet également de proposer différents plans de carrière en fonction du travail de chacun : acquérir de l'expérience en tant que responsable de magasin avant d'occuper un poste à l'international, rester responsable régional, ou se spécialiser dans un domaine en particulier. FR souhaite embaucher 16 000 employés dans la région en offrant ces postes aux intérimaires et en recrutant de nouveaux employés.

### Prix de l'employeur (Corée du Sud, USA)

En Corée du Sud, UNIQLO a été reconnue comme étant une entreprise qui crée régulièrement de nouveaux emplois. En 2013, notre entreprise a été inscrite au top 100 des entreprises qui contribuent à la création d'emplois, et en 2014 nous avons reçu le prix du Premier ministre grâce à un programme national. UNIQLO propose toujours des contrats à temps partiel et des stages pour les étudiants et embauche des femmes au foyer et des travailleurs handicapés afin de répondre aux attentes des locaux et de la société dans son ensemble. Chez UNIQLO USA, un conseiller a reçu le prix d'employé de l'année remis par le Department of Rehabilitation de JVS, une organisation à but non lucratif, car il a transformé la vie de nombreuses personnes en les aidant à acquérir certaines compétences et à trouver un travail afin de pouvoir être autonomes. Cet employé avait rencontré des difficultés à s'intégrer dans la société en raison de problèmes physiques et émotionnels, et UNIQLO l'a embauché et formé. Deux fois promu suite à des évaluations positives, il joue maintenant un rôle important au sein de l'équipe.



## Embaucher des travailleurs handicapés

# Travailler, apprendre et progresser ensemble

Apprendre et progresser ensemble au sein de la même équipe, dépasser les différences physiques et intellectuelles —voici les principes de FR, Une approche universelle pour embaucher les personnes handicapées et qui a encouragé FR à embaucher de nouvelles personnes dans les magasins UNIQLO au Japon en 2001.

En 2012, FR a juste atteint son objectif initial qui était d'embaucher un travailleur handicapé dans chaque magasin au Japon. En janvier 2014, nous avons voulu aller plus loin en embauchant au moins deux travailleurs handicapés dans les plus grands magasins. En 2014, le pourcentage d'employés handicapés au sein du groupe FR était de 6,36 %, le taux le plus haut parmi les entreprises japonaises de plus de 5 000 employés.

En appliquant ces principes à toutes les marques du groupe et à l'international, en 2013, nous avons lancé des initiatives similaires aux USA, en France et en Russie. Nous employons désormais 1 372 personnes handicapées dans 12 pays et régions.

FR pense devoir montrer l'exemple pour l'intégration des travailleurs handicapés en milieu professionnel, dans les magasins et aux sièges. Depuis 2013, FR s'est concentré sur l'embauche de travailleurs ayant des troubles émotionnels au Japon. Même si ce handicap est assez répandu, la plupart des personnes qui en sont

touchées ont des difficultés à trouver un emploi stable, ce qui crée d'importants problèmes sociaux. Le groupe FR a embauché sept personnes souffrant de troubles émotionnels au siège de Yamaguchi. Notre objectif est de sensibiliser les employés. Comme ils travaillent et collaborent avec leurs collègues souffrant de handicap, ils apprennent beaucoup sur le handicap et ses conséquences. En plus d'avoir un emploi, les personnes handicapées ont besoin de se sentir utiles au travail. C'est pour cette raison que FR a intégré des politiques au niveau du groupe sur l'emploi des personnes handicapées et a proposé un programme de formation à tous les employés —il était autrefois réservé aux managers. Le groupe FR continue à relever de nouveaux défis dans le monde entier grâce à des initiatives comme celle-ci.

### ■ Nombre d'employés handicapés dans le groupe Fast Retailing

(Nombre de personnes)			
Japon	1,164	Malaisie	11
Corée du Sud	83	Royaume Uni	9
Taiwan	34	Thaïlande	8
Singapour	25	Hong Kong	4
États-Unis	18	Russie	3
France	11	Indonésie	2
Total		1,372	

### Initiative du siège de Yamaguchi

Pour augmenter le nombre de salariés handicapés, nous devons créer des emplois même en-dehors de nos boutiques. FR a embauché de nombreuses personnes handicapées mentales et voudrait leur proposer de nouvelles opportunités, comme des postes au siège de l'entreprise. Les sept employés souffrant de troubles émotionnels travaillant au siège de Yamaguchi nous aident à mettre ce projet en place. Même s'ils étaient capables d'accomplir leur travail, ils étaient au départ assez inquiets sur leurs capacités à faire changer les choses dans l'entreprise. Nous avons pris le temps d'en parler avec eux et nous leurs avons donné plusieurs preuves tangibles de leur succès. La communication est bonne et ils sont tous enthousiastes. Nous avons également lancé récemment un nouveau projet impliquant la création d'une newsletter hebdomadaire qui sera envoyée à tous les magasins du groupe au Japon. Cet exercice est important pour nous tous et permet de constater qu'il est plus efficace de travailler en équipe. Chaque jour, ils tentent de trouver leurs propres solutions et ils partagent ce qu'ils ont appris au cours des réunions d'équipe. Ces employés ont aussi des mentors, ce qui leur permet de progresser au niveau personnel et de contribuer à l'évolution de l'équipe.



**Ikuko Morita**  
Directeur général du siège de Yamaguchi.  
Administration générale  
Département en charge de la satisfaction des employés.  
Fast Retailing Co., Ltd.

## Des principes justes et identiques dans le monde entier

# Favoriser l'autonomie

### Des évaluations transparentes

Un système juste et transparent pour les évaluations et la rémunération des employés est essentiel. Pour y parvenir, le groupe FR a créé un système de notation universel pour chaque poste. Grâce à ce système, chacun des 90 000 employés qui travaillent à travers le monde est évalué de la même manière, en fonction de certains objectifs. Ces évaluations, ainsi que les promotions, les classements et les autres décisions de ce type sont faites chaque trimestre.

### Système d'évaluation et formation des évaluateurs

Le groupe FR organise régulièrement des conférences sur les RH (cf. photo ci-dessous) pour ses directeurs des ressources humaines dans le monde entier. Ces réunions permettent de partager des données clef comme le nombre de nouvelles embauches, le turnover, les promotions accordées, le pourcentage de femmes employées et de trouver des solutions pour chaque problème. Une attention particulière est apportée aux données qui demandent d'agir rapidement, comme le turnover des employés. Les causes et l'efficacité des mesures prises sont examinées par pays, région et domaine d'activité et sont utilisés pour concevoir les évaluations, fixer les rémunérations et organiser les programmes de formation.

Les normes universelles sont plus pertinentes lorsque la performance des employés est évaluée de manière objective. Pour assurer cela, le groupe FR vérifie de près l'attribution des notes aux employés pour chaque poste et communique au sujet des disparités avec les managers, qui peuvent ensuite effectuer une nouvelle évaluation en suivant les normes du groupe. L'évaluation des performances et l'ajustement des notes pour les managers sont effectués par les dirigeants du groupe FR lors d'une réunion d'évaluation globale du conseil (Cf. tableau ci-dessous), au cours de laquelle les évaluations sont harmonisées en fonction des notes et des postes afin de garantir équité et transparence. FR voit les évaluations comme un processus important pour le développement des employés et non comme un moyen de quantifier leur production en se basant sur des objectifs. Pour faire cela, tous les évaluateurs doivent avoir les mêmes objectifs et se référer aux mêmes normes et évaluer les mêmes compétences. Évaluer un employé en se basant uniquement sur des chiffres ne l'aide pas beaucoup à progresser. Il faut des évaluations justes qui prennent en compte toutes les facettes de l'individu dont la manière d'atteindre certains résultats dans son cadre de travail. La formation des évaluateurs a été assurée en partie grâce au programme de formation de FR, et nous allons inclure au programme des formations sur l'évaluation, en commençant avec la formation de nouveaux évaluateurs au Japon.



### ■ Réunion d'évaluation mondiale du conseil



## Stratégie des ressources humaines

# Développer les compétences des managers

Le groupe Fast Retailing souhaite offrir à ses employés des opportunités qui leur permettront de progresser et de réaliser leur plein potentiel. Nous travaillons avec des superviseurs afin de créer des systèmes qui aident à créer des conditions favorables. Notre système de recrutement mondial incite tous les employés du groupe à postuler quel que soit le poste qui les intéresse dans notre réseau mondial.

Former des personnes capables d'agir à l'international est nécessaire pour que le groupe Fast Retailing continue de croître. Cela va bien plus loin que le fait d'embaucher des personnes de nationalités différentes. Cela implique de faire équipe avec des personnes qui ont les compétences adéquates pour un travail et qui comprennent et respectent les différences de l'autre — en termes de nationalité, de culture ou d'habitudes. Pour cela, il est essentiel d'apprécier le travail d'une personne au niveau mondial mais aussi local.

Le centre d'innovation et de gestion de Fast Retailing (Fast Retailing Management and Innovation Center) (FRMIC) a été créé pour permettre aux employés de se mettre à la place des managers — c'est une grande force pour le groupe FR. En tant qu'établissement d'apprentissage en interne, le FRMIC propose des formations au management stratégique pour tous les employés du

groupe, des nouveaux embauchés aux cadres dirigeants. Les stagiaires mettent en place des projets en lien avec le management et apprennent des réussites et des échecs des cadres qui ont joué des rôles clef au sein du groupe. Deux fois par an, le FRMIC accueille la convention de FR, un rassemblement de presque 5 000 employés et directeurs de magasins représentant toutes les marques du groupe. Des conventions du personnel ont lieu régulièrement, il s'agit de réunions pour les employés des magasins UNIQLO au Japon (57 réunions ont eu lieu entre avril et novembre 2014 et 4 300 employés y ont participé). Ces rencontres sont d'excellentes opportunités pour tous les employés qui souhaitent que FR devienne le principal distributeur de vêtements dans le monde. La place accordée au dialogue direct entre la direction et les employés est prépondérante, comme le montrent les efforts du PDG Tadashi Yanai qui a rencontré 30 directeurs de magasins UNIQLO au Japon, les rencontres hebdomadaires duraient deux heures. Monsieur Yanai a assisté à plus de 20 réunions et souhaite continuer ainsi.

Grâce aux programmes et aux autres activités du FRMIC, le Groupe FR cherche à faire accepter et à permettre l'intégration des différentes valeurs et à accueillir ces qualités afin de se développer.



# Bien-être sur le lieu de travail et satisfaction des employés

## Le bien-être physique et émotionnel

En 2014, FR a ouvert un centre de bien-être au siège de Tokyo, proposant des soins aux employés. Le centre encourage les employés à faire régulièrement des examens de santé, il reçoit des infirmières spécialisées dans la médecine du travail qui donnent des conseils suite aux examens et aux consultations et qui transmettent des informations générales sur la santé.

FR propose également un soutien pour les employés qui ont un suivi psychologique assuré par un praticien externe. Les conseillers donnent des formations sur la psychologie aux employés qui occupent des rôles de superviseurs afin qu'ils réalisent qu'il est primordial de s'occuper de ses subordonnés et ils apprennent à tous les employés à mieux gérer leur stress.



## Un environnement de travail efficace, des horaires de travail réduits

FR offre à ses employés un environnement professionnel confortable, conçu pour maximiser la productivité, avec des espaces de travail qui facilitent la communication, des systèmes de vidéoconférences et les dernières technologies sont disponibles, permettant de gagner en efficacité au niveau des tâches administratives.

Les bureaux de Yamaguchi et de Tokyo, quant à eux, changent leur culture d'entreprise pour un monde où les heures supplémentaires deviennent rares. Des annonces sont faites de temps à autre, et les départements et les individus qui avaient l'habitude de faire des heures supplémentaires ont reçu des conseils de l'équipe de direction. Le nombre

d'heures de travail global et par jour a été comptabilisé, et FR a aussi créé une application mobile pour tous les employés qui leur permet de pointer en arrivant au travail et en repartant. Cela les aide à se souvenir de leurs horaires mais aussi à gérer leur temps de travail en programmant un rappel pour la fin de la journée en fonction des heures qu'ils ont fixées.

## Équilibre entre vie privée et professionnelle

FR encourage ses employés à équilibrer vie personnelle et professionnelle et propose des programmes qui aident l'entreprise et ses employés à se développer et à réussir sur le long terme. Le congé parental, par exemple, dure jusqu'à ce que l'enfant fête ses un an, et avant de reprendre le travail, les employés peuvent reprendre à temps partiel jusqu'à ce que les enfants arrivent en CE2. FR propose également des congés pour raison de santé et d'autres avantages. UNIQLO Japon propose un

ensemble de programmes permettant de mieux gérer l'équilibre entre famille et travail. Un programme permet d'embaucher un assistant directeur qui

aide le directeur dans ses tâches, ce qui lui permet de prendre du temps pour assister à des activités scolaires, même durant les périodes de forte activité.

### ■ Employés bénéficiant d'un congé parental ou maladie au Japon (nombre de personnes)

	Employés à temps plein	Autres employés	Hommes	Femmes	Total
Congé parental	269	562	0	831	831
Congé parental court terme	281	16	0	297	297
Congé maladie	8	9	1	16	17
Congé maladie court terme	4	1	0	5	5

## Prévention des accidents du travail

FR prend des précautions particulières pour éviter que les employés ne se blessent ou ne soient victimes d'accidents. En 2014, il y a eu 544 accidents sur le lieu de travail, et 135 ont eu lieu sur le trajet pour venir au travail. Le type d'accident le plus courant, c'est lorsqu'un employé

tombe d'un escabeau dans un magasin. Quand un accident a lieu, un rapport pour en décrire les circonstances est rédigé et les mesures nécessaires sont prises. FR s'efforce de prévenir les accidents en informant ses employés et en appliquant des mesures préventives.

### ■ Nombre d'accidents du travail

- En 2013 651
- En 2014 679

# Maximiser la satisfaction de nos clients

Les clients sont les moteurs du changement chez Fast Retailing.

## Répondre aux commentaires des clients

Les systèmes d'UNIQLO et de GU garantissent des réponses pertinentes et rapides aux commentaires des clients. Le Japon, la Corée du Sud et la Chine ont chacun leur propre service client, qui transmet les commentaires à la direction et aux départements et aux magasins concernés. Lorsqu'une réponse est demandée, elle est adressée dans les meilleurs délais (le plus souvent d'ici la fin du jour ouvré suivant), et lorsqu'une action est nécessaire, elle est accomplie par le service client ou par les superviseurs des magasins.

En 2014, FR a formé les employés de son service clients aux nouvelles technologies de l'information afin de satisfaire la demande croissante de clients pour les services sur mobiles. FR a aussi proposé dix sessions de formation pour améliorer la qualité du service réparties sur six mois pour compléter les connaissances des opérateurs. Aidés par des employés expérimentés, ils ont pu compléter leur formation sur le poste afin d'améliorer le service client.

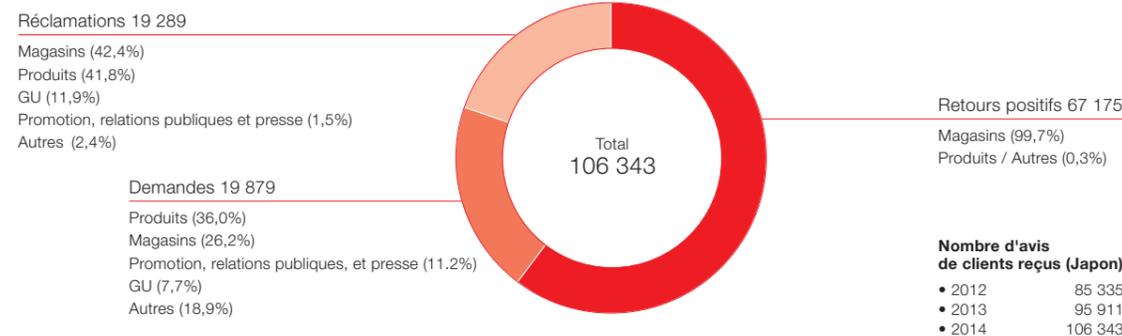
## Les directeurs de magasins engagés pour la satisfaction des clients

En 2014, FR a lancé un programme dédié

à la satisfaction des clients (SC) pour les directeurs de magasins afin d'améliorer l'expérience client dans les magasins UNIQLO au Japon. Venant en aide aux directeurs de magasins, les directeurs SC sont des professionnels dévoués, chargés de garantir un certain niveau de service dans les magasins de leur secteur. FR a diffusé des offres d'emploi pour pourvoir ces postes et a formé 50 personnes avec pour objectif la mise en place de 100 directeurs SC (un par secteur au Japon) d'ici à 2016. FR cherche à étendre ce concept dans tous les pays où le groupe FR est présent.

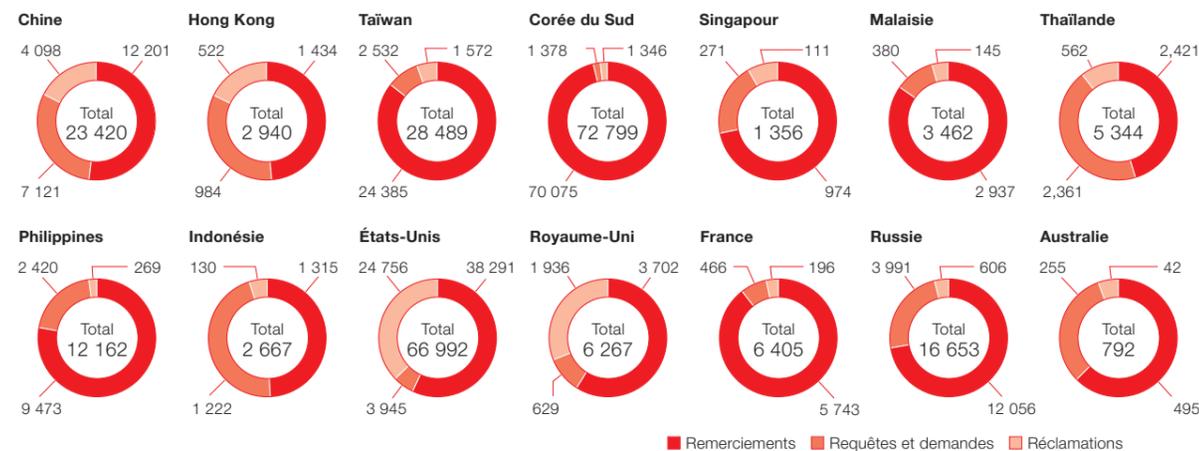
## Centre de réception des commentaires des clients (Japon)

(par téléphone, email, courrier ou via les formulaires distribués dans les magasins)



## Centre de réception des commentaires des clients

(via le site web dédié à la satisfaction de la clientèle et les enquêtes réalisées en magasins, par pays et par région)



Site de la RSE de Fast Retailing  
<http://www.fastretailing.com/eng/csr/>

Pour nos clients

● Satisfaction des clients

# Gouvernance d'entreprise et conformité

Le cadre de la RSE de Fast Retailing met l'accent sur la conformité et la prise de conscience des problématiques associées chez tous les employés du groupe FR.

## Une approche de la gouvernance d'entreprise

Fast Retailing garantit l'indépendance et le contrôle des réunions du conseil d'administration, une gestion réactive et transparente et qui respecte les normes de la gouvernance d'entreprise. La gouvernance d'entreprise est assurée par un système basé sur la séparation des fonctions dans lequel les individus choisis par le conseil d'administration ont un certain champ d'action dans l'entreprise et la séparation entre l'administration et la prise de décision afin d'améliorer la performance de l'entreprise. Le conseil d'administration est principalement composé de membres externes ; afin de renforcer son indépendance et son rôle de superviseur FR a adopté un modèle de gouvernance qui prévoit de nombreux audits et les comités apportent une aide complémentaire au conseil d'administration. Les comités chargés de la surveillance des ressources humaines, de la responsabilité sociale de l'entreprise, de la communication, de l'investissement dans les technologies de l'information, du code de conduite de FR et des problèmes éthiques permettent d'ouvrir la discussion et facilitent la prise de décision, dans le but d'atteindre certains objectifs spécifiques.

## Comité RSE

Le comité RSE définit la politique RSE, gère les rapports et les annonces publiques, la protection de l'environnement, les services à la communauté, la conformité, la diversité et d'autres sujets en lien avec ces problématiques. Dirigé par le responsable du département RSE, il comprend des experts externes, des commissaires aux comptes et tous les cadres supérieurs. Le comité RSE

s'est réuni deux fois en 2014.

## Comité en charge du code de conduite

Le comité en charge du code de conduite s'occupe des infractions au code de conduite du groupe FR et donne des conseils sur la conformité. Il travaille en collaboration avec des informateurs et le bureau de consultation des employés, il sensibilise également les employés au code de conduite. Le comité est dirigé par le responsable de l'administration générale et du département en charge de la satisfaction des employés, il comprend des commissaires aux comptes et des conseillers juridiques. Le comité en charge du code de conduite s'est réuni huit fois en 2014.

## Comité en charge de l'éthique commerciale

Le comité d'éthique commerciale, dirigé par le responsable du département RSE, comprend des experts indépendants et des commissaires aux comptes, il est chargé de définir et de vérifier le comportement de l'entreprise. Il sensibilise également les employés aux sujets en lien avec l'éthique commerciale. Il s'est réuni 11 fois en 2014.

## Une approche de la conformité

Le département de la RSE de FR a mis l'accent sur la conformité et la prise de conscience des problèmes associés chez tous les employés du groupe FR. **Les employés et le code de conduite** Toutes les entreprises du groupe FR agissent conformément au code de conduite de FR. Quand une nouvelle entreprise rejoint le groupe FR, chaque employé est formé au code de conduite, et il doit s'engager chaque année en déclarant par écrit sa volonté de s'y conformer.

## Assistance téléphonique

FR a mis en place une hotline pour ses employés afin qu'ils puissent trouver des solutions aux problèmes qu'ils rencontrent au travail. La hotline permet aussi aux employés de signaler les infractions au code de conduite par téléphone, email, ou d'autres moyens. Les employés sont encouragés à utiliser ces ressources, et nous communiquons sur ces outils via l'intranet et sur les panneaux d'affichage dans les salles de repos des employés. Le personnel de la hotline enquête sur les infractions potentielles au code de conduite en assurant l'anonymat des personnes qui signalent un problème. Les réunions régulières du comité en charge du code de conduite permettent aux employés de trouver des solutions spécifiques. La compréhension du code est également favorisée grâce à d'autres activités, comme des réunions permettant de discuter des problèmes de communication impliquant des supérieurs hiérarchiques, ce qui est un problème récurrent. FR fait en sorte que les problèmes de conformité ne se reproduisent pas, par exemple en informant toutes les entreprises du groupe FR en cas d'infraction.

## Affaires traitées par la hotline

(Entreprises du groupe FR au Japon)

- 2012 406
- 2013 392
- 2014 346

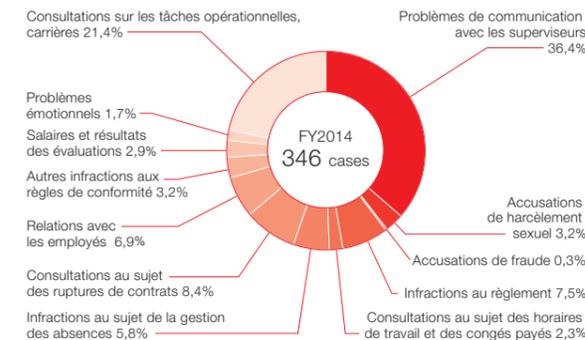
## Affaires traitées par la hotline

(FR Group Companies Overseas)

- 2012 112
- 2013 152
- 2014 194

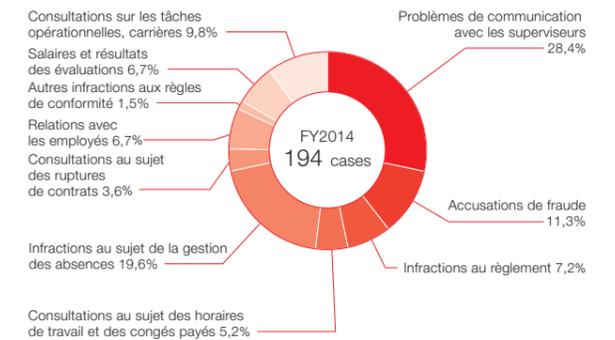
## Problème avec l'assistance téléphonique

(entreprises du groupe FR au Japon)



## Problème avec l'assistance téléphonique

(entreprises du groupe FR à l'étranger)



Site de la RSE de Fast Retailing  
<http://www.fastretailing.com/eng/csr/>

Gouvernance d'entreprise

● Notre approche de la gouvernance d'entreprise  
● La gouvernance d'entreprise chez Fast Retailing  
● Composition des comités  
● Résumé sur la gouvernance d'entreprise  
● Messages des administrateurs et auditeurs externes  
● Les comités et leurs responsabilités

Conformité

## Notre approche de la RSE

Chez Fast Retailing, la responsabilité sociale fait partie de notre entreprise. Nous voulons rendre le monde meilleur en prenant en compte nos partenaires du monde entier et en respectant certaines valeurs.

### Le rapport sur la responsabilité sociale de Fast Retailing

#### Rendre le monde meilleur

La mission du groupe Fast Retailing est de créer des vêtements afin d'enrichir la vie des gens et d'améliorer la société. Les activités du groupe FR sont concentrées autour de la création de valeur en concevant des vêtements de qualité avec une forte valeur ajoutée. L'entreprise pense qu'en permettant à tous de connaître la joie, le bonheur et de permettre aux gens de porter des vêtements exceptionnels nous pourrions atteindre l'objectif principal de la RSE : rendre le monde meilleur.

#### Quatre principaux défis

FR aborde des questions sociales importantes afin d'aider la communauté internationale et de préparer un futur plus durable. Grâce à une méthode qui comprend une révision des normes internationales, la consultation d'experts indépendants, l'identification des attentes des parties prenantes et l'examen de la stratégie et des ressources de l'entreprise, FR a identifié quatre domaines à surveiller : la production, l'environnement, la communauté et les ressources humaines. En intégrant ces efforts et en fixant des objectifs et des indicateurs clé de performance appropriés en maintenant le dialogue avec les partenaires, FR cherche de nouveaux moyens pour améliorer la RSE.

#### Cadre opérationnel de la RSE

Tous les cadres supérieurs membres du comité en charge de la RSE s'assurent que les décisions prises par l'entreprise soient en accord avec la RSE. Celle-ci est soutenue par un cadre mondial fixé par le département de la RSE situé au siège de Tokyo et par les directeurs de la RSE qui opèrent dans chacune des régions principales. Tous les six mois, les directeurs de la RSE du monde entier se réunissent pour une réunion sur la RSE au siège de Tokyo afin d'échanger des informations sur les défis récents et les activités dans leurs pays ou régions.

### Processus d'identification des défis principaux

#### 1. Identifier les attentes au niveau social

FR identifie et analyse les principales normes de reporting internationales et les indices comme le GRI, le DJSI ou le FTSE Identifier les problèmes principaux de l'entreprise.



#### 2. Analyser la pertinence des actions pour l'entreprise

Les cadres et les dirigeants analysent et débattent au sujet de l'importance des problèmes avec les tiers et fixent les priorités de FR en se basant sur la stratégie d'entreprise et les ressources disponibles.



#### 3. Validation avec les partenaires

Les défis principaux sont déterminés et validés grâce à des questionnaires distribués aux clients. Dialogue avec les ONG et d'autres agences avec une perspective globale, objective et éclairée.



#### 4. RSE et entreprise

Des politiques spécifiques ont été élaborées pour relever chacun de ces défis. Ces principes et les progrès réalisés sont notés et diffusés chaque année dans un rapport sur la RSE.



#### 5. Vérifier les résultats, s'améliorer

L'efficacité des politiques de RSE est confirmée suite aux évaluations et le dialogue avec les associations, les ONG internationales et d'autres experts est privilégié. FR redéfinit les frontières et les indicateurs clé de performance basés sur les données.

### Cadre opérationnel de la RSE pour le groupe Fast Retailing

#### Fast Retailing

##### Conseil d'administration

- Comité RSE
- Comité en charge du Code de conduite
- Comité en charge de l'éthique commerciale

##### Siège de Tokyo / Japon

##### Département en charge de la responsabilité sociale

- Équipe en charge de l'innovation sociale
- Équipe en charge du marketing social
- Équipe en charge de la RSE au niveau mondial
- Équipe en charge de l'approvisionnement

#### Group Businesses

- UNIQLO
- Theory
- Comptoir des Cotonniers
- Princesse tam-tam
- GU
- J Brand

##### Bureaux de la RSE à l'étranger

- Chine
- Corée du Sud
- Singapour
- Bangladesh
- États-Unis
- France

## Vue d'ensemble du groupe Fast Retailing (31 août 2014)

Fast Retailing is an apparel retailer with operations in Japan and around the world, with the UNIQLO casual clothing brand at its core.

### Profil de l'entreprise

#### Nom :

Fast Retailing Co., Ltd.

#### Créée le :

1er mai 1963

#### Siège social :

717-1 Sayama, Yamaguchi City, Yamaguchi Prefecture, 754-0894, Japan

#### Siège social de Tokyo :

Midtown Tower, Akasaka 9-7-1, Minato-ku, Tokyo 107-6231, Japan

#### Capital libéré :

10 273 950 000 yen

#### Entreprise :

Contrôle et gestion de toutes les activités du groupe FR, des actionnaires et des entreprises actionnaires

#### Nombre d'employés dans toutes les entreprises :

89 580 (à temps plein ou à temps partiel)

#### Chiffre d'affaires consolidé :

1 382,9 milliard de yens

#### Résultat opérationnel consolidé :

148,6 milliards de yens

#### Date de clôture :

31 août

#### Entreprise

##### UNIQLO Japon

Chiffre d'affaires : 715,6 milliards de yens  
Résultat opérationnel : 110,6 milliards de yens  
Nombre de magasins : 852 (incluant les magasins des franchisés)

##### UNIQLO International

Chiffre d'affaires : 413,6 milliards de yens  
Résultat opérationnel : 34,7 milliards de yens  
Nombre de magasins : 633

#### Marques mondiales

Chiffre d'affaires : 251,2 milliards de yens  
Résultat opérationnel : 16,3 milliards de yens  
Nombre de magasins : 1 268 (incluant les magasins des franchisés)



www.uniqlo.com

theory  
www.theory.com



www.comptoirdescotonniers.com

PRINCESSE tam-tam  
PARIS  
www.princessetamtam.com



www.gu-japan.com

J BRAND  
www.jbrandjeans.com/

## Communication sur la responsabilité sociale de Fast Retailing

En plus de ce rapport sur la RSE, Fast Retailing communique avec ses partenaires par d'autres moyens.

#### Rapport sur la RSE de Fast Retailing

##### Politique éditoriale

Le rapport sur la RSE de Fast Retailing 2015, publié par Fast Retailing Co., Ltd., prend en compte la responsabilité sociale et environnementale en lien avec l'entreprise FR. FR souhaite que ce rapport ouvre le dialogue avec les diverses parties prenantes pour répondre efficacement à leurs attentes et à leurs préoccupations. Pour obtenir plus d'informations sur nos activités en lien avec la RSE, le profil de l'entreprise et obtenir plus de renseignements, vous pouvez lire notre rapport annuel ou vous rendre sur [www.fastretailing.com](http://www.fastretailing.com).

##### Sujets abordés dans le rapport

Le rapport traite des activités du groupe Fast Retailing (Fast Retailing Co., Ltd., et ses entreprises au Japon et à l'étranger) en lien avec la RSE, avec des articles présentant les activités menées en-dehors du groupe FR.

##### Période prise en compte

Du 1<sup>er</sup> septembre 2013 au 31 août 2014

\*Sauf mention contraire, les chiffres indiqués dans ce rapport correspondent aux résultats de l'exercice.

\*Pour les données les plus importantes, les informations fournies reprennent les données disponibles au moment de la publication.

##### Date d'émission

Janvier 2015 en japonais (Prochaine publication prévue en janvier 2016)

#### Sites internet sur la RSE

- Fast Retailing Co., Ltd. [www.fastretailing.com/eng/csr/](http://www.fastretailing.com/eng/csr/)
- UNIQLO Co., Ltd. [www.uniqlo.com/en/csr/](http://www.uniqlo.com/en/csr/)
- Grameen UNIQLO [www.grameenuniqlo.com/en/](http://www.grameenuniqlo.com/en/)
- Des vêtements pour des sourires [clothesforsmiles.uniqlo.com/en/](http://clothesforsmiles.uniqlo.com/en/)

#### Le pouvoir des vêtements

Le pouvoir des vêtements est une newsletter biannuelle qui explique comment les vêtements peuvent être utilisés pour résoudre certains problèmes sociaux. Elle peut être consultée dans les magasins UNIQLO ou en ligne. [http://www.uniqlo.com/power\\_of\\_clothes/en/](http://www.uniqlo.com/power_of_clothes/en/)

#### Dépliants et affiches en magasins

Fast Retailing communique avec ses clients au sujet de ses activités en lien avec la RSE et sur les problèmes sociaux auxquels il faut faire face en utilisant des dépliants et des affiches collées dans les magasins.

#### Services sur les réseaux sociaux

Toutes les entreprises du groupe Fast Retailing sont actives sur Facebook et sur les autres réseaux sociaux. Le personnel et les directeurs de magasins transmettent aux clients l'information sur la RSE en temps réel via ces plateformes.

