



Embargo jusqu'au 9 novembre 2023 à 01.00 GMT

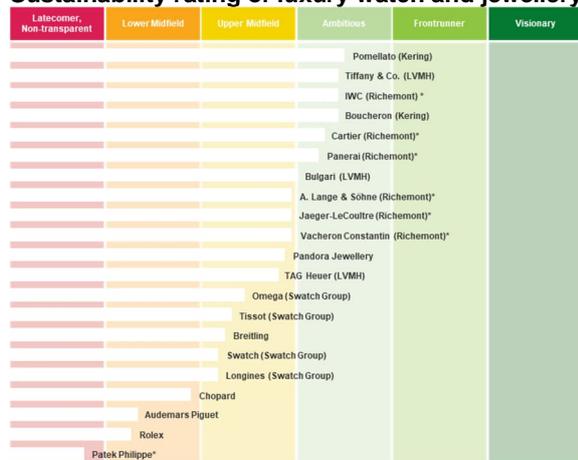
## Media Summary

# Time for change: Demanding more transparency and responsibility

Le luxe se paie cher – non seulement en termes financiers, mais également environnementaux et humains. Sur l'ensemble des chaînes d'approvisionnement, l'extraction et le traitement des matières premières, l'exploitation des sites de production et le transport sont assortis d'impacts environnementaux majeurs: pollution de l'air et de l'eau, dégradation des sols ou encore déforestation. L'utilisation massive d'intrants chimiques et la transformation des terres entraînent la fragmentation et la destruction des écosystèmes et causent des dommages considérables aux réserves d'eau douce, aux forêts ainsi qu'à la faune sauvage. En outre, l'exploitation minière et le traitement des matières premières s'accompagnent souvent de violations des droits humains, qu'il s'agisse de travail des enfants, de travail forcé ou d'accaparement des terres (WWF 2018). Les effets combinés des changements climatiques (IPCC 2021) et de l'effondrement global de la biodiversité (SCBD 2020) deviennent de plus en plus manifestes. Les consommateurs et les politiques prennent conscience des impacts négatifs de la production et de la consommation. En conséquence, ils exigent davantage de transparence et un devoir de diligence de la part des entreprises en ce qui concerne les impacts environnementaux et sociaux sur l'ensemble de leur chaîne de valeur. En 2018, le WWF a examiné les 15 principaux acteurs de l'industrie suisse de l'horlogerie et de la joaillerie de luxe afin d'évaluer leur degré de préparation face aux défis de l'avenir, la traçabilité de leur chaîne d'approvisionnement et la manière dont ils coopèrent avec leurs fournisseurs et leurs partenaires commerciaux pour protéger l'environnement et les personnes. Le rapport conclut de manière accablante que seules quelques-unes des marques évaluées sont en mesure de tracer les pièces de leur chaîne d'approvisionnement et ont pris des mesures suffisantes pour prévenir, réduire ou atténuer les risques d'impact négatif sur l'environnement (le rapport complet 2018 peut être [consulté ici](#)).

Dans ce contexte, le WWF a lancé une nouvelle évaluation des différentes marques de montres et de bijoux en notant l'alignement de leurs produits de luxe selon des critères de bien-être social et environnemental. Le système de notation «WWF Watch and Jewellery Rating 2023» vise à évaluer les performances des marques d'horlogerie et de joaillerie en matière de durabilité. Il se concentre sur leur chaîne de valeur globale, notamment l'approvisionnement en matières premières critiques telles que l'or. Cette notation montre comment certaines entreprises ambitieuses améliorent le fonctionnement et la perception du secteur. D'autres accusent en revanche un retard dans les pratiques commerciales responsables et les mesures nécessaires pour réduire l'impact environnemental du secteur.

### Sustainability rating of luxury watch and jewellery brands



Source: adelphi. Parmi les 21 marques évaluées, 14 ont complété l'évaluation préalable du WWF. Sept n'y ont pas répondu et ont ainsi été notées uniquement sur la base des données publiques. Les marques qui n'ont pas effectué la pré-évaluation et qui n'ont été évaluées que sur la base de données publiquement disponibles sont marquées d'un \* dans le tableau. Si des marques individuelles font partie d'un groupe, le nom du groupe est indiqué entre parenthèses, après le nom de la marque.



Le WWF a classé 21 des plus grandes marques de montres et de bijoux de luxe en fonction de leurs performances de durabilité. La notation analyse les performances dans les secteurs suivants: protection du climat, biodiversité et gestion de l'eau, droits humains, économie circulaire, transparence dans les chaînes d'approvisionnement, rapports d'activités et implication des parties prenante.

Les résultats montrent que les marques affiliées à de grands groupes tels que Kering (Pomellato, Boucheron), Richemont (A. Lange & Söhne, Cartier, IWC, Jaeger-LeCoultre, Vacheron Constantin, Panerai) et LVMH (Tiffany & Co., TAG Heuer, Bulgari) bénéficient des efforts de durabilité au niveau du groupe. Parmi elles, six marques font preuve d'un engagement en faveur de pratiques commerciales responsables et sont qualifiées d'«ambitieuses» selon cette notation. La majorité d'entre elles se situent dans la "moyenne supérieure" pour leurs efforts en matière de durabilité. Trois marques se situent dans la qualité «moyenne inférieure». Patek Philippe se distingue comme la seule marque «opaque», car il n'y a pas suffisamment d'informations sur son engagement en matière de durabilité. Aucune marque n'a obtenu les deux notes les plus élevées: le secteur dispose donc d'une marge de progression considérable.

Les résultats plus détaillés illustrent des progrès significatifs dans certains domaines depuis 2018. Le secteur a connu d'importants développements, notamment dans l'analyse de matérialité et le suivi, ainsi que le reporting. L'importance de la protection du climat a également été reconnue. Certaines de ces marques ont d'ores et déjà mis en place des stratégies climatiques ambitieuses et des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GHG) fondés sur des données scientifiques.

La traçabilité dans la chaîne d'approvisionnement et la transparence des rapports, deux conditions essentielles pour une stratégie de durabilité et une communication ciblées, sont encore insuffisantes dans le secteur. Les performances de l'industrie en matière d'engagement des acteurs sont assez limitées: la plupart des entreprises n'impliquent pas encore leurs fournisseurs, leurs collaborateurs et leurs consommateurs de manière ciblée et complète dans leurs efforts de durabilité. Par ailleurs, de nombreuses entreprises du secteur n'en sont qu'à leurs débuts dans la gestion de l'eau et de la biodiversité, les droits humains et de la mise en œuvre d'approches circulaires.

**Globalement, il reste encore beaucoup à faire. Raison pour laquelle le WWF appelle les marques du secteur de l'horlogerie et de la joaillerie à agir, et notamment à:**

- 1) **Améliorer la traçabilité et la transparence tout au long de la chaîne d'approvisionnement;**
- 2) **Réaliser une analyse de matérialité pour le développement et la mise en œuvre d'une stratégie globale de développement durable;**
- 3) **Intégrer la durabilité dans les pratiques commerciales;**
- 4) **Améliorer la gouvernance et la gestion des impacts sur le climat, la biodiversité, l'eau et les droits humains tout au long de la chaîne de valeur;**
- 5) **Adopter des approches circulaires pour réduire l'utilisation des matières premières;**
- 6) **Surveiller les impacts environnementaux et rendre publiquement compte des questions de durabilité pertinentes;**
- 7) **Collaborer avec les homologues du secteur et les parties prenantes.**

#### **Une transition vers des pratiques commerciales responsables**

Comme en attestent les résultats de l'évaluation, les performances globales en matière de durabilité du secteur de l'horlogerie et de la joaillerie sont loin d'être satisfaisantes. Toutefois, certaines marques individuelles sont déjà très engagées dans les questions de durabilité et ont développé des approches et des mesures susceptibles de servir d'exemples pour les autres acteurs du secteur. En alignant leurs pratiques commerciales et en s'engageant auprès de leurs fournisseurs, les marques peuvent exercer un impact positif et transformer le secteur dans son ensemble. Le rapport présente des exemples de bonnes pratiques de start-up et d'acteurs sectoriels bien établis, qui ont développé des approches innovantes pour améliorer la durabilité, la circularité, la transparence et la traçabilité sur l'ensemble de leur chaîne de valeur. Ces pratiques, qui visent souvent un thème, une matière première ou une méthode spécifique, peuvent également s'appliquer à l'ensemble du modèle d'entreprise. Elles représentent donc la diversité des solutions possibles que les entreprises peuvent appliquer à leurs propres opérations.



### L'influence des consommateurs

Par son comportement d'achat, la clientèle peut influencer directement les priorités des entreprises et contribuer à de meilleures performances en matière de durabilité. Le rapport préconise, à l'attention de la clientèle, diverses approches pour exercer une influence positive:

- Exiger plus de transparence. Acheter auprès de marques qui s'engagent à respecter les niveaux de traçabilité les plus élevés et qui assument un objectif de transparence tout au long de leurs chaînes d'approvisionnement. Demander des informations sur l'origine, les conditions de travail, l'impact environnemental, la certification et les normes lors de l'achat de montres ou de bijoux.
- Consommer de manière responsable. Réduire la consommation de nouveaux produits gourmands en ressources et privilégier l'achat de montres et de bijoux auprès d'entreprises engagées dans des pratiques d'approvisionnement et de production responsables et transparentes. Il est préférable de partager, d'échanger ou de prêter ses bijoux et ses montres pour des occasions spéciales, plutôt que de les acheter neufs.
- Réutiliser et réemployer. Lorsqu'un article n'est plus porté, envisager de prolonger sa durée de vie en le revendant ou en le recyclant. Ces dernières années, le marché de l'occasion des montres et des bijoux a connu un développement important, avec de nombreuses opportunités de revente.
- Plaider pour davantage de durabilité. Soutenir l'action collective en faveur de produits provenant de sources responsables. S'engager et voter, autant que faire se peut, pour de meilleures politiques et réglementations en faveur de la protection de l'environnement et des droits humains.

**Ce rapport est une contribution encourageante et constructive à la transition du secteur vers davantage de responsabilité, de transparence et d'obligation de rendre des comptes.**

**Lien direct vers le classement:** [wwf.ch/watchesjewelleryrating](https://www.wwf.ch/watchesjewelleryrating) (en ligne dès le 9 novembre 2023 à 01.00 GTM)

Informations complémentaires: <https://www.wwf.ch/fr/nos-objectifs/evaluation-du-wwf-dans-les-secteurs-de-lhorlogerie-et-de-la-joaillerie>