

G R O U P E  
BEAUMANOIR



**RAPPORT DE  
RESPONSABILITÉ  
SOCIÉTALE**

2017-2018

fashion starts with you



---

# S O M M A I R E

---

02

PRÉAMBULE

---

15

OFFRIR des produits & services responsables qui répondent aux attentes de nos clients

---

28

ASSURER à nos collaborateurs un univers de travail sain, juste et motivant

---

41

CONSTRUIRE & DÉVELOPPER des partenariats responsables

---

51

RÉDUIRE l'impact environnemental de nos activités

---

57

CONTRIBUER au développement économique et social des territoires où le Groupe est implanté

---

# MESSAGE DE NOTRE PRÉSIDENT

## ROLAND BEUMANOIR

---

Il m'est difficile de m'exprimer sur ce qu'est notre démarche en matière de responsabilité sociétale de l'entreprise Beaumanoir. Vous imaginez, moi qui m'affirme être, en politique, plutôt un libéral, qui considère qu'il n'y a de développement social que par le développement économique (avec toutes les nuances que cela suppose). Que les pays à bas salaires ne progressent que si les pays, dits riches, acceptent de payer au détriment de leurs propres industries et de leur confort de vie.

Tout cela appelle une profonde et sincère humilité car, au bout du bout, ce sont nos clients qui nous sanctionnent positivement ou négativement si nous ne sommes en conformité avec leurs attentes. Le premier développement durable réside dans la pérennité de l'entreprise et l'ensemble de ses collaborateurs.

Si, en son temps, nous n'avions pas délocalisé en grande partie notre sourcing, nous n'existerions plus ; sauf, à être parti dans le luxe .... Ce n'est pas notre ADN. Donc nous n'avons à donner de leçon à personne.

Notre actualité nous force à réduire le nombre de nos partenaires et peser plus significativement chez chacun d'entre eux. Pour ceux-là, c'est bien, ils vont pouvoir mieux développer leur entreprise, mais pour les autres, nous nous devons autant que possible de sortir le plus correctement d'une relation ancienne qui avait alors une pertinence qui n'existe plus.

Il est souvent très facile de faire des beaux discours, discours pour lesquels nous sommes tous d'accord mais dont la difficulté de mise en œuvre s'avère souvent, largement, plus longue et difficile que nos censeurs ne le voudraient.

J'ai foi dans l'engagement des salariés du Groupe Beaumanoir afin que cette entreprise porte l'attention et l'action vers un monde plus propre socialement, sur le plan de l'environnement et de la moralité économique.

Plus que jamais : « Rien n'est achevé, tout reste à construire »

**Roland Beaumanoir**

---

# LE MOT DE LA DIRECTION RSE

---

Pour le groupe Beaumanoir, 2017 aura été une année de consolidation mais aussi d'innovation en matière de responsabilité sociétale.

Nous avons réaffirmé nos valeurs et les principes que nous défendons en matière de conduite des affaires au travers de notre Charte éthique. Notre politique d'audits et d'accompagnement de nos fournisseurs s'est accélérée de façon à renforcer et sécuriser nos partenariats en termes de qualité et de performances sociale et environnementale.

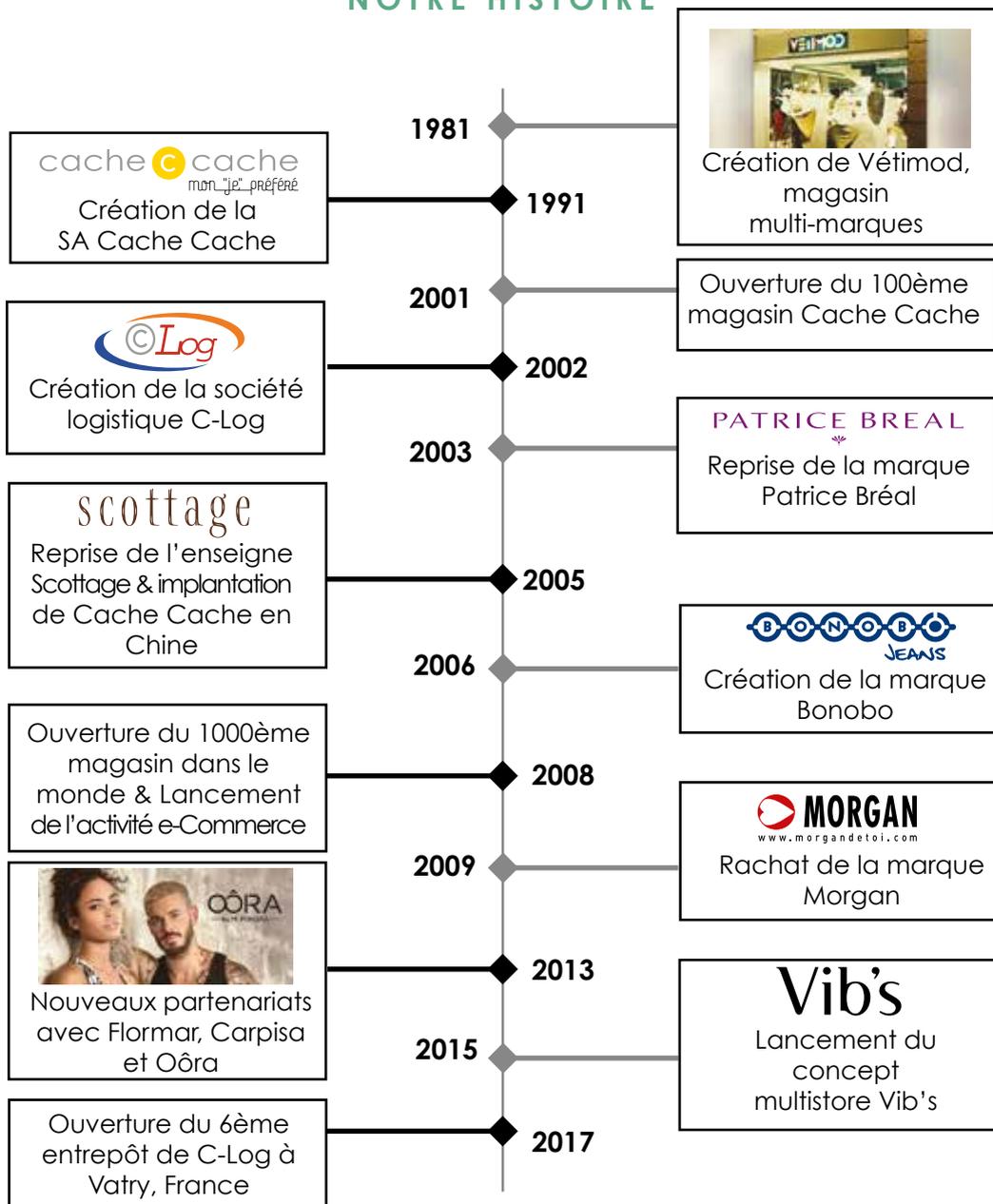
Nos efforts environnementaux se sont poursuivis avec le recours massif aux énergies d'origine renouvelable et le lancement d'un important programme d'efficacité énergétique en magasin. Enfin et sans être exhaustifs, nous pouvons souligner l'engagement de nos marques et de nos clients auprès de nouvelles associations, grâce notamment à l'Arrondi solidaire désormais déployé sur une large partie de notre réseau.

Offrir de nouveaux produits et services durables, tester des modèles économiques alternatifs, bousculer les modes de fonctionnement sont intrinsèques à une démarche de responsabilité sociétale. C'est ce que nous avons fait cette année avec le nouveau service de traduction instantanée de la parole mis à disposition de nos clients sourds ou malentendants, avec le lancement d'une collection de jeans délavés aux noyaux de fruits et d'un concept de troc de vêtements, ou encore avec l'implication des salariés dans notre projet d'entreprise au travers de défis collaboratifs.

Nos équipes peuvent être fières du travail réalisé. A l'avenir, notre objectif est de continuer à répondre et anticiper les attentes de notre communauté en matière de développement durable, et à relever ensemble, chaque jour et à notre échelle, le formidable défi environnemental et sociétal auquel nous devons collectivement faire face.

# APERÇU DU GROUPE BEUMANOIR

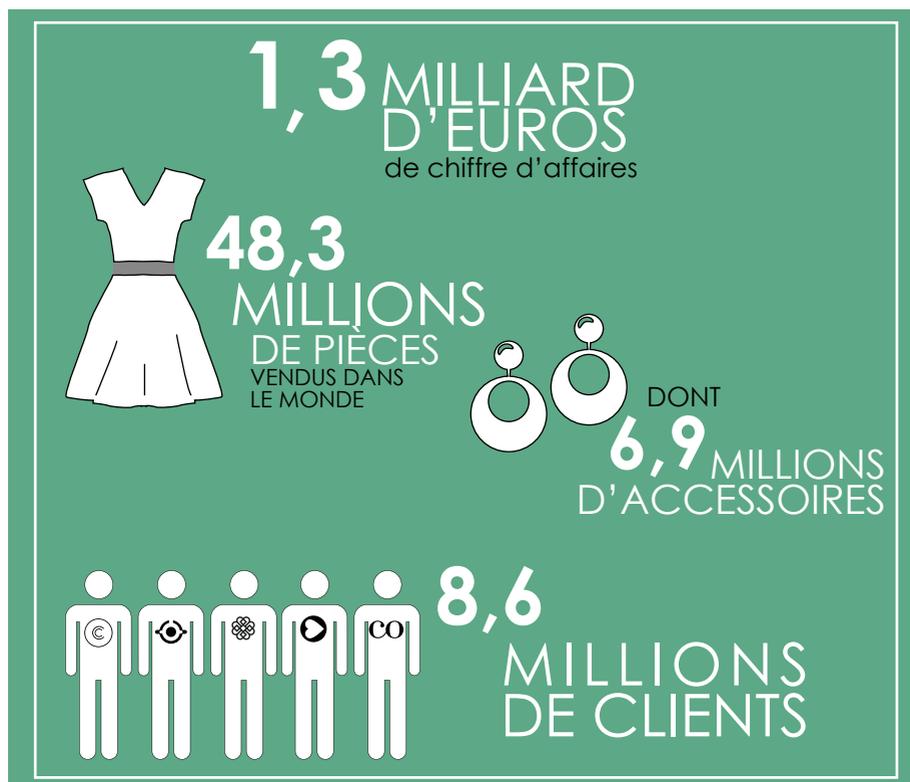
## NOTRE HISTOIRE



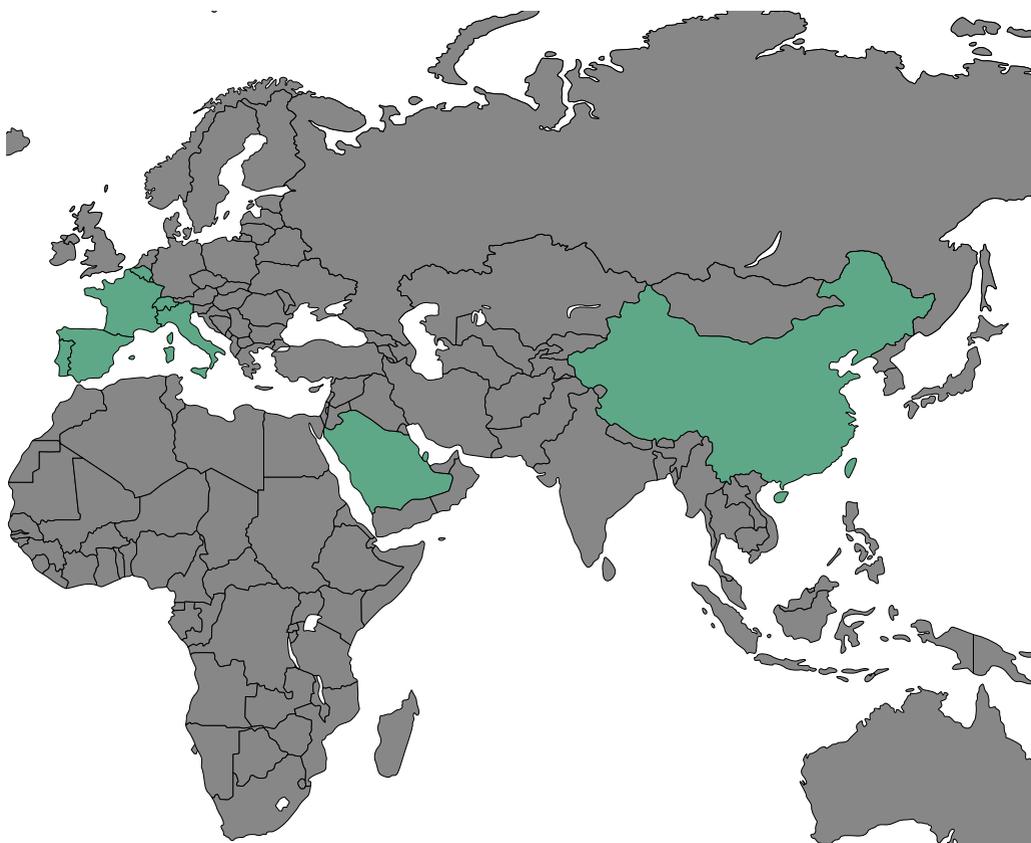
L'ouverture en 1981 par Roland et Jocelyne Beaumanoir du premier magasin Vétimod en Bretagne marque le début d'une formidable aventure. En l'espace de quelques décennies, notre groupe a lancé et développé plusieurs marques de mode reconnues - **Cache Cache, Bonobo, Bréal, Morgan et Scottage** – créé des milliers d'emplois et ouvert des centaines de points de vente à travers le monde.

Après s'être implanté un peu partout en **France**, en priorité dans des villes de province, notre groupe s'est développé à l'international et notamment en **Chine**. Cache Cache y a en effet ouvert un premier magasin en 2005 et de nombreuses autres ouvertures ont suivi. Aujourd'hui, nos marques sont présentes dans plus de 40 pays.

Cette croissance rapide, notre groupe la doit en grande partie à nos partenaires affiliés, qui dès l'origine nous ont accordé leur confiance, à l'ensemble de nos collaborateurs et bien sûr à nos clients, sans qui rien n'aurait été possible.



NOS PRINCIPAUX PAYS D'IMPLANTATION



**2687**\* POINTS DE VENTE  
DANS LE MONDE

**1484**  
EN FRANCE

**974**  
EN CHINE

\* à fin février 2018

## NOTRE ACTIVITÉ

Notre activité s'organise autour de deux métiers : **la création et la distribution de prêt-à-porter, et la logistique.**

Les articles de nos marques, vêtements et accessoires de mode (chaussures, bijoux...), conçus par nos équipes, sont produits par nos partenaires fournisseurs. Ils sont commercialisés dans les magasins Cache Cache, Bonobo, Bréal, Morgan, Scottage et Vib's appartenant au Groupe ou à nos partenaires affiliés, et sur leur site e-commerce.

Notre filiale logistique **C-Log** se charge de leur acheminement depuis nos différentes régions d'approvisionnement vers nos sept sites logistiques, puis vers nos magasins ou directement chez nos clients du e-commerce. C-Log met son expertise logistique et de préparation de commandes cross-canal au profit d'autres marques de mode.

CACHE CACHE.

BONOBONO

BRÉAL

Scottage

MORGAN  
MORGAN DE TOI

Vib's



6 ENTREPÔTS  
en France

1 ENTREPÔT  
à Shanghai

90 PAYS  
desservis

51 MILLIONS  
DE PIÈCES  
expédiées

18 500  
POINTS DE VENTE LIVRÉS

# LA RESPONSABILITE SOCIÉTALE AU SEIN DU GROUPE BEAUMANOIR

## GOVERNANCE ET ORGANISATION RSE

Notre démarche de développement durable est portée par la **Direction Qualité & RSE**, rattachée à Thomas Beaumanoir, Directeur Général Délégué du groupe.

La Direction Qualité & RSE, en lien avec les directions des marques, des filiales et des services support, propose les grands axes de la stratégie RSE groupe au **Comité de Direction**, qui les valide.

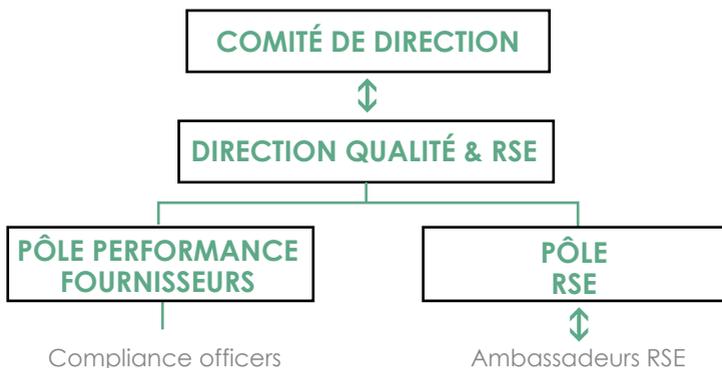
Le pôle RSE et le pôle Performance Fournisseurs sont ensuite chargés de piloter, coordonner et animer la démarche au sein du groupe.

- Le **pôle RSE** assure la conformité réglementaire du groupe et des marques en matière de responsabilité sociétale, les accompagne dans leur démarche de progrès et la mise en œuvre des projets, suit et valorise les avancées auprès des parties prenantes.

Pour le déploiement de certaines actions sur nos sites, le pôle s'appuie sur un réseau international **d'Ambassadeurs RSE**.

- Le **pôle Performance Fournisseurs** s'assure de la capacité des fournisseurs à produire les articles que nous distribuons et sécurise l'image de nos marques concernant la performance sociale et environnementale de leur(s) site(s) de fabrication.

Le pôle est composé d'une équipe basée au siège à Saint-Malo et de plusieurs **Compliance Officers** chargés de mettre en œuvre cette mission au niveau local.



## PRIORISATION DE NOS ACTIONS

Début 2015, nous avons réalisé un travail d'identification et de priorisation de **nos enjeux de responsabilité sociétale**, sur les dimensions sociale, environnementale et sociétale. Pour cela, nous nous sommes appuyés sur la norme ISO 26000, une veille sectorielle et une analyse des attentes de nos parties prenantes. 27 enjeux ont été identifiés comme significatifs pour notre groupe.

Nous les avons ensuite priorisés selon des critères de risques et opportunités et en fonction de notre maturité. Ce travail nous a permis d'identifier **15 enjeux prioritaires** et de définir **5 engagements** qui structurent aujourd'hui notre démarche RSE.

NOS 5 ENGAGEMENTS	NOS 15 ENJEUX RSE PRIORITAIRES
 <b>OFFRE</b> Offrir des produits et services responsables qui répondent aux attentes de nos clients	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sécurité, qualité produits et satisfaction clients</li> <li>• Matières textiles responsables</li> <li>• Offre de produits et services responsables</li> </ul>
 <b>COLLABORATEURS</b> Assurer à nos collaborateurs un univers de travail sain, juste et motivant	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestion des talents</li> <li>• Diversité et égalité</li> </ul>
 <b>PARTENARIATS</b> Construire et développer des partenariats responsables	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ethique des affaires</li> <li>• Conditions de travail et santé</li> <li>• Lutte contre le travail forcé, clandestin et d'enfants</li> <li>• Juste rémunération et protection sociale</li> <li>• Promotion de la RSE</li> </ul> <p style="text-align: right;">} dans la Supply Chain</p>
 <b>ENVIRONNEMENT</b> Réduire l'impact environnemental de nos activités	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Optimisation énergétique et émissions de Gaz à Effet de Serre</li> <li>• Réduction et valorisation des déchets</li> <li>• Gestion et utilisation de l'eau</li> <li>• Utilisation et rejets de produits chimiques</li> </ul>
 <b>TERRITOIRES</b> Contribuer au développement économique et social où le groupe est implanté.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développement des territoires</li> </ul>

En 2018, nous souhaitons réactualiser ce travail de priorisation pour tenir compte de l'évolution de nos enjeux et des attentes de nos parties prenantes en matière de responsabilité sociale.

Les 15 enjeux RSE identifiés comme prioritaires nous ont permis de définir notre **plan d'action Socle**, qui correspond aux actions communes et incontournables pour nos marques et activités et s'inscrit dans une démarche de progrès continu.

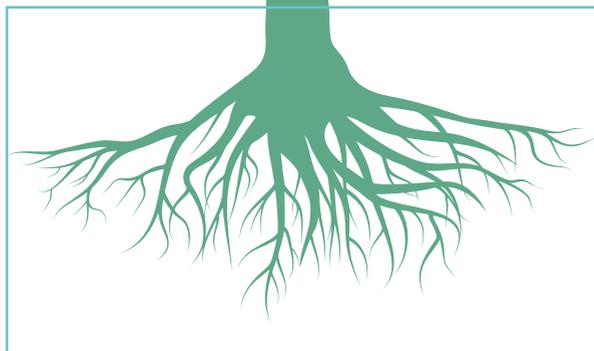
En parallèle, chaque marque a la possibilité d'aller plus loin en mettant en place un **plan d'action booster** sur son périmètre en fonction de sa stratégie.

#### NOS PLANS D'ACTION RSE



#### PLAN D'ACTION BOOSTER

Des plans d'action individuels définis par les marques et activités qui souhaitent s'engager au delà du plan d'action Socle



#### PLAN D'ACTION SOCLE

Un plan d'action défini au niveau du groupe, qui répond à nos enjeux RSE prioritaires et incarne la singularité du groupe en matière de responsabilité sociale.



## PARTENAIRES

Nous collaborons avec des partenaires reconnus et nous nous appuyons sur leur expertise pour accélérer la mise en place de programmes de responsabilité sociétale et s'inscrire dans une vraie dynamique de progrès.

Notre groupe est membre d'**amfori**, la principale association d'entreprises internationale soutenant des échanges commerciaux ouverts et durables. Nous améliorons les performances sociales et environnementales de notre chaîne d'approvisionnement grâce à **amfori BSCI** et **amfori BEPI**. *Pour plus d'informations, consulter [www.amfori.org](http://www.amfori.org)*

Après Bonobo en 2016, toutes nos marques françaises prévoient d'adhérer à **Better Cotton Initiative** en 2018. BCI vise à promouvoir un coton plus responsable qui limite l'impact sur l'environnement et sur les Hommes

Depuis janvier 2017, Bonobo participe au projet **European Clothing Action Plan**, financé par le programme **Life** de l'**Union Européenne**. ECAP regroupe de nombreux acteurs européens de l'industrie textile désireux d'améliorer la performance environnementale de leurs produits tout au long de leur cycle de vie et de s'engager davantage dans une économie circulaire. Dans le cadre de ce projet, Bonobo bénéficie également de l'expertise reconnue dans ce domaine du cabinet Made By.

Nous avons rejoint en 2015 le **Club Génération Responsable**, un espace d'échanges pour soutenir, dans une perspective de développement durable, l'amélioration de la qualité environnementale et sociale des enseignes et réseaux de distribution en France. Le Club nous permet de bénéficier de l'appui d'experts renommés, de partager nos expériences et d'évaluer et de valoriser notre engagement RSE.



## RECONNAISSANCE DE NOTRE ENGAGEMENT



Bonobo est la marque amiral de notre groupe en matière de responsabilité sociétale. En 2015, elle a été évaluée par un cabinet externe sur la base du Référentiel enseigne responsable du Club Génération Responsable, qui lui a remis le **Label Enseigne Responsable**. Fin 2017 et pour la troisième année consécutive, Bonobo a renouvelé son label de niveau 2 (sur une échelle de 3).



De leur côté, Bréal, Morgan et Scottage ont reçu le **prix R-Awards Innovation** à l'occasion du New Retail Forum, organisé fin 2017 par le Club Génération Responsable. Ce prix a récompensé l'accessibilité de l'ensemble des magasins aux personnes sourdes et malentendantes.

Enfin, plusieurs des entrepôts de notre filiale logistique C-Log ont des certifications attestant l'efficacité énergétique de leurs bâtiments (certifications **HQE Construction, THPE et HQE Production**). Pour aller plus loin dans le management environnemental de son activité, C-Log s'est engagée fin 2017 dans une **démarche de certification ISO 14001**.



**OFFRIR DES PRODUITS  
& SERVICES RESPONSABLES  
RÉPONDANT AUX ATTENTES  
DE NOS CLIENTS**



# QUALITÉ & INNOCUITÉ DES PRODUITS

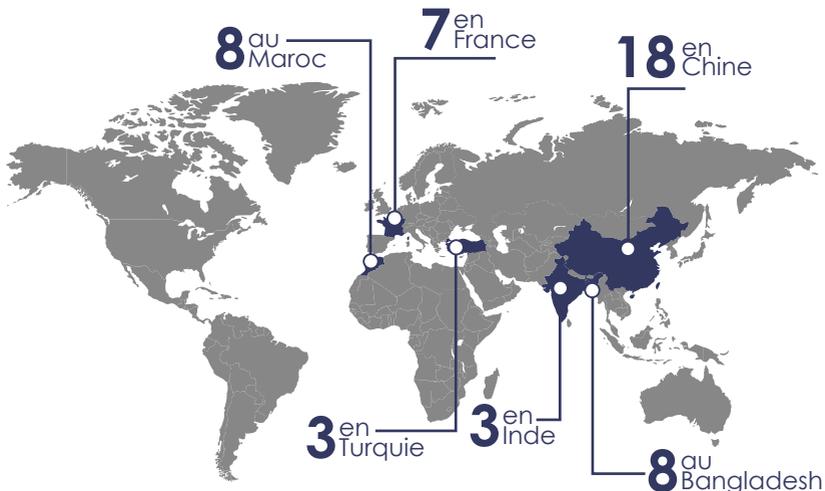
## NOTRE ORGANISATION

Nos **départements « Qualité produits »**, basés en France et en Chine, comptent 60 personnes dont près de 50 **contrôleurs qualité** présents dans nos pays de sourcing. Ils ont pour mission de garantir le respect de la réglementation, l'innocuité et la qualité des produits commercialisés par nos marques.

Des **cahiers des charges** encadrent ainsi le partenariat de nos marques avec leurs fournisseurs. Signés par 100% des fournisseurs, ils comportent notamment des exigences en matière de contrôle de la qualité des produits et de sécurité pour garantir la santé et la sécurité de nos clients.

Afin de vérifier la conformité des produits à nos exigences, des tests et contrôles sont réalisés par des prestataires externes de référence (SGS et Bureau Veritas) ou par nos propres contrôleurs qualité, avant expédition ou lors de la réception de la marchandise dans nos entrepôts.

En 2017, notre groupe a souhaité déléguer certaines opérations de contrôle et de validation des livraisons à ses fournisseurs dans une démarche de confiance et de responsabilisation. Nous avons ainsi mis en place un système d'**accréditation** de leurs moyens de contrôles.



RÉPARTITION DE NOS CONTRÔLEURS QUALITÉ DANS LE MONDE

## NOS EXIGENCES QUALITÉ

Pour assurer à nos clients des produits de qualité, notre groupe a mis en place une politique de contrôles qualité de ses articles.

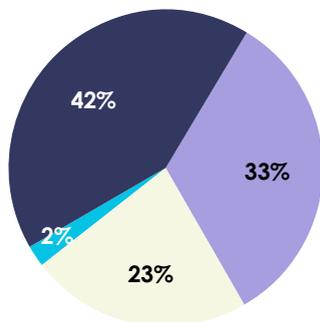
Cette politique se décompose en différentes phases :

- Des **Tests Laboratoire**, pour contrôler la qualité des matières et fournitures et vérifier le respect des réglementations en vigueur et la tenue du produit à un usage normal

- Des **Contrôles Qualité des Produits**, pour vérifier la conformité du produit (coloris, aspect, mesures...), la qualité de la confection et du bien-aller, le respect de l'étiquetage et du conditionnement. 100% des commandes font l'objet d'un contrôle qualité.



PART DES PIÈCES VENDUES TESTÉES  
EN LABORATOIRE  
(données EMO)



- Tenue à l'entretien
- Tenue des coloris
- Caractéristiques techniques
- Tenue des accessoires

TESTS PHYSIQUES EN LABORATOIRE (données EMO)

En cas de problème qualité avéré, une réparation des articles défectueux peut être réalisée. La satisfaction de nos clients étant une priorité, lorsque le défaut est jugé non acceptable, la marchandise est refusée.

## SANTÉ ET SÉCURITÉ DE NOS CLIENTS



Notre groupe s'engage à se conformer aux réglementations en vigueur dans les pays où les produits de nos marques sont distribués. En Europe, nos produits respectent naturellement la réglementation européenne **REACH**, qui encadre le recours aux substances chimiques et définit le type et les quantités autorisées.

Afin de préserver la santé et garantir la sécurité de nos clients et de l'ensemble des travailleurs intervenant tout au long de notre chaîne de production, ainsi que dans un but de préservation de l'environnement, nous avons entamé une démarche de limitation, voire suppression de substances chimiques dans nos produits et dans leur processus de fabrication pouvant être plus stricte que les réglementations en vigueur.

Tout produit non conforme et comportant des substances non autorisées est refusé et ne pourra pas être mis en vente.



*Retraits volontaires de produits pour problèmes qualité (données EMO)*

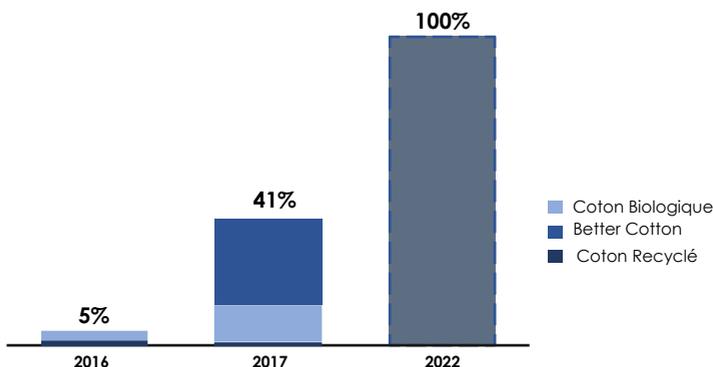
# DES MATIÈRES + RESPECTUEUSES DE LA NATURE

## NOS FIBRES TEXTILES

Le **coton** est l'une des principales matières utilisées pour la fabrication des produits textiles de nos marques. Conscientes du fort impact environnemental et sociétal de la culture conventionnelle du coton, toutes ont choisi d'adhérer en 2018 à **Better Cotton Initiative** pour soutenir un mode d'agriculture raisonnée du coton au niveau mondial et s'engager dans une démarche de progrès.



Très engagée, notre **marque jeans Bonobo** s'est fixée comme objectif d'utiliser uniquement du coton éco-responsable dans ses collections d'ici 2022, qu'il s'agisse de Better Cotton, de coton biologique ou de coton recyclé.



PART DU COTON ÉCO-RESPONSABLE DANS LES COLLECTIONS BONOBO

Au-delà du coton, Bonobo s'est également engagée à développer l'utilisation d'autres fibres éco-responsables dans la fabrication de ses produits.

Les produits de la marque contenant a minima 50% de fibres biologiques ou reconnues pour leur plus faible impact sur l'environnement (lin, Tencel®...) ou 30% de fibres recyclées (fibres de coton issues de vêtements usagés ou de chutes de production, polyester recyclé Repreve®...) sont regroupés dans la **gamme Instinct** et sont facilement identifiables en magasin grâce à leur étiquette.



PART DE LA GAMME INSTINCT DANS LA COLLECTION BONOBO

Nos fibres biologiques et recyclées répondent à des **référentiels internationaux** (Global Organic Textile, Organic Content Standard, Global Recycle Standard ou Recycled Claim Standard) et sont certifiées par des organismes indépendants reconnus.

En faisant évoluer la typologie de ses fibres, Bonobo a **réduit en 2017 l'empreinte eau de ses produits de 10% et leur empreinte carbone de 3%** par rapport à l'année précédente<sup>1</sup>.



<sup>1</sup> Source : Etude « Bonobo Jeans Fibre Footprint 2017 » de Made By (programme ECAP)

## TRAITEMENTS ET DÉLAVAGE



Pour l'industrie textile, l'évolution des procédés de fabrication des produits est un enjeu important en matière de préservation des ressources, en eau notamment.

Pionnière, Bonobo innove sans cesse. La marque utilise depuis plusieurs saisons le **procédé de délavage à l'air**, qui utilise de l'ozone, obtenu en transformant l'oxygène de l'air, pour vieillir la toile du jeans et lui donner l'aspect délavé et usé apprécié par les clients. Ce procédé permet de réduire sensiblement la consommation d'eau, d'énergie et l'usage des traitements chimiques associés.

Bonobo utilise également la **technologie laser** pour créer, à sec et sans produits chimiques, des effets sur ses jeans.

En 2017, la marque a lancé une collection de jeans éclaircis grâce au délavage aux **noyaux de fruits recyclés**, principalement des noyaux d'olives. Cette technique très économe en eau et en énergie, adoucit également la toile grâce à l'huile et aux enzymes contenus dans les noyaux. En 2018, Bonobo innove à nouveau avec le **procédé e-flow** pour sa nouvelle gamme Jean Vert lancée au printemps.

En comparaison avec les procédés conventionnels, ces procédés permettent à Bonobo de réduire de 70 à 100 % la consommation en eau sur chaque jean fabriqué.



## FOURRURE, ANGORA ET MOHAIR

Depuis plusieurs années, toutes les marques de notre groupe ont **supprimé l'usage de fourrure et de poils d'angora véritables** dans leurs collections.

En 2018, nous avons également décidé de supprimer progressivement le **mohair** de nos produits. Notre objectif est de ne plus en utiliser d'ici 2020.

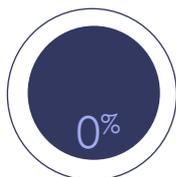


## NOS EMBALLAGES

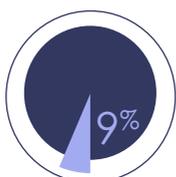


Notre sacherie et nos emballages ont évolué en 2017 pour privilégier des matières renouvelables. Que ce soit en France ou en Chine, toutes nos marques ne distribuent plus aujourd'hui que des **sacs en papier** dans les magasins (à l'exception des périodes de soldes pour certaines). En France, elles remplacent également progressivement une partie des pochettes plastique d'expédition utilisées pour les ventes en ligne par des **boîtes en carton**.

Pour aller plus loin, l'ensemble des collaborateurs impliqués dans le développement des emballages sera formé à l'éco-conception courant 2018.



2016



2017

PART DES BOÎTES CARTON DANS  
LES EXPÉDITIONS E-COMMERCE  
(FRANCE)

# ÉCOUTE & ACCUEIL DES CLIENTS

## SATISFACTION DE NOS CLIENTS

L'esprit commerçant est l'une des valeurs clefs de notre Groupe. Aujourd'hui, nous avons pour ambition de devenir numéro un de la relation clients ; satisfaire nos clients est donc plus que jamais un objectif prioritaire pour nos marques.



Pour mieux répondre à leurs attentes, nous interrogeons nos clients quotidiennement au travers d'**enquêtes satisfaction**. Les résultats de ces enquêtes sont essentiels pour collecter leurs avis et verbatims. Lorsqu'un client n'est pas satisfait de ses produits ou de son expérience, nous nous engageons à le rappeler systématiquement pour mieux comprendre son mécontentement et faire le nécessaire pour y remédier. Toutes ces informations sont précieuses car elles permettent à nos marques d'améliorer continuellement les produits et services qu'elles proposent.

Nos **services clients** sont également là pour répondre aux questions des clients et traiter dans les meilleurs délais les éventuelles réclamations. En 2017, de manière à offrir la même qualité de service à tous, nos services clients sont devenus accessibles aux personnes sourdes et malentendantes.



<sup>1</sup>Note comprise entre 7 et 10 sur 10.

## ACCESSIBILITÉ DES POINTS DE VENTE

Rendre la mode accessible à tous est l'un des moteurs historiques de notre groupe. Dans cette logique, il nous paraît important d'être en mesure de bien accueillir nos clients en situation de handicap dans nos magasins et de leur offrir la même qualité d'accueil et de conseils.

Nous avons engagé en 2016 un important **programme de travaux d'accessibilité de nos magasins**, qui se prolongera au cours des prochaines années. Notre objectif est que les personnes à mobilité réduite puissent accéder à 100% de nos points de vente en France d'ici fin 2022.



80%

des magasins accessibles  
aux personnes à  
mobilité réduite  
( France )



Près de  
550

magasins accessibles  
aux personnes  
malentendantes  
( France )

En parallèle, les marques Bréal, Morgan et Scottage ont souhaité rendre l'ensemble de leurs magasins **accessibles aux personnes sourdes et malentendantes**. Une solution de traduction instantanée de la parole leur est ainsi mise à disposition pour les échanges en face-à-face ou par téléphone avec les équipes de vente.



# NOS CLIENTS

## ACTEURS DU CHANGEMENT

### ENTRETIEN DES PRODUITS

Dans le cycle de vie d'un vêtement, l'entretien est l'étape qui a le plus gros impact sur l'environnement. Nous avons donc souhaité informer nos clients du rôle qu'ils pouvaient jouer et leur donner les moyens d'agir.

Nos exigences en matière d'**étiquetage de nos vêtements** ont ainsi évolué en 2018. Des recommandations pour prendre soin des produits tout en préservant la planète figureront dorénavant sur toutes nos étiquettes d'entretien, ainsi que le logo « clevercare.info », qui renvoie vers un site internet où sont dispensés des conseils d'éco-entretien en différentes langues pour les consommateurs internationaux.



En parallèle, nous avons mis à disposition sur les tablettes magasin de nos équipes de vente l'**application Mon Etiquette** du COFREET. Cette application leur permettra d'apporter des conseils de qualité aux clients en matière d'entretien de leurs vêtements et de les sensibiliser à la préservation de l'environnement.

Certaines de nos marques relaient également ces messages sur leur site internet.

## RECYCLAGE ET SECONDE VIE DES PRODUITS

La gestion des déchets liés aux biens de consommation est un enjeu majeur dans tous les pays. Nous encourageons nos clients à recycler ou à offrir une seconde vie aux produits que nous distribuons.

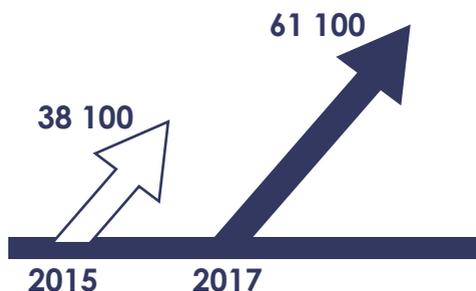
Le **logo Triman** figure sur tous nos produits textiles vendus en France, et depuis quelques mois nous relayons les **consignes françaises de tri sélectif** sur nos nouveaux emballages (sacs shopping, boîtes cadeaux, emballages e-commerce...).

Plus globalement, nous versons chaque année des contributions aux **éco-organismes, Éco-TLC et CITEO** notamment. Ainsi, nous participons à soutenir les filières de recyclage des produits que nous mettons sur le marché, de même que des projets de R&D et des programmes publics de sensibilisation.

Bonobo va plus loin. Depuis 2009, la marque met à disposition de ses clients des boîtes de **collecte de vêtements usagés** dans tous ses points de vente en France, et depuis début 2018 également en Belgique. En échange de leur don, les clients reçoivent un bon de réduction à valoir sur les produits de la marque.

Les vêtements collectés sont confiés au **Relais** en France et au **Groupe Terre** en Belgique, des structures d'insertion par l'activité économique. En fonction de leur état, les vêtements sont soit revendus à bas prix pour leur donner une seconde vie, soit recyclés et valorisés sous une autre forme.

Notre marque de jeans a également lancé en octobre 2017 le concept **Vide Dressing by Bonobo**. Le principe : organiser une soirée troc avec les clients dans un magasin, au cours de laquelle chacun peut échanger les vêtements dont il ne veut plus et partager un moment de convivialité. La première soirée, lancée dans 7 magasins pilotes ayant reçu un bon accueil, Bonobo espère en organiser d'autres en 2018.



BONS DE RÉDUCTION « RECYCLAGE » UTILISÉS DANS LE RÉSEAU BONOBO

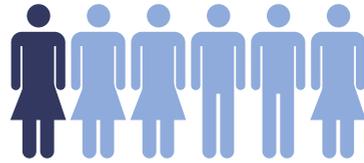
## SOLIDARITÉ

Chacune à leur tour, Cache Cache, Bréal, Bonobo et Vib's ont déployé l'Arrondi solidaire de microDON sur leur réseau. Grâce à cette solution, nos clients ont aujourd'hui la possibilité de faire un petit geste de générosité en arrondissant leur ticket de caisse à l'euro supérieur dans près de **900 points de vente en France**.



100% des dons sont reversés au profit d'associations partenaires.

Depuis le lancement du dispositif, Planète Urgence, les Jardins du Cœur, Joséphine pour la beauté des femmes et le programme Cap'Jeunes de France Active ont ainsi bénéficié de leur générosité et de leur engagement.



1 client sur 6 a participé

A l'occasion des fêtes de Noël, nos clients ont pu soutenir les Restos du Cœur, association partenaire de Bonobo depuis plusieurs années, en achetant de belles **boîtes cadeaux**, dont le produit de la vente lui a été reversé. Plus de 47 000 repas ont ainsi été financés en 2017 pour les Restos du Cœur.

Des **ventes flash de produits** organisées sur le web ont également permis de collecter tout au long de l'année plusieurs milliers d'euros au profit de Joséphine pour la beauté des femmes, partenaire historique de Bréal.





**ASSURER À NOS  
COLLABORATEURS UN  
UNIVERS DE TRAVAIL  
SAIN, JUSTE ET MOTIVANT**



# NOS COLLABORATEURS

## EFFECTIF

Plus de 11 000 collaborateurs travaillent aujourd'hui dans le monde pour notre groupe, que ce soit des salariés employés par nos sociétés\*\* ou par nos partenaires affiliés.

**11 000**

COLLABORATEURS\*



**5 400**

SALARIÉS



**4 400**

FEMMES SALARIÉES

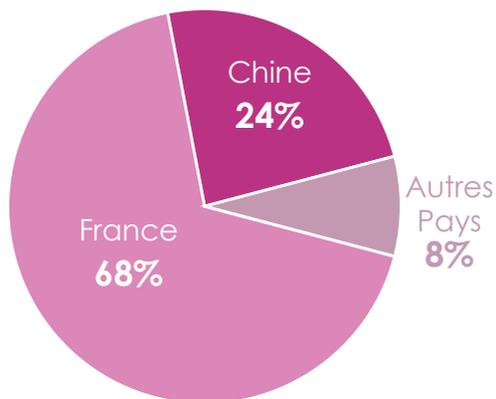


*\*y compris salariés de nos partenaires affiliés*

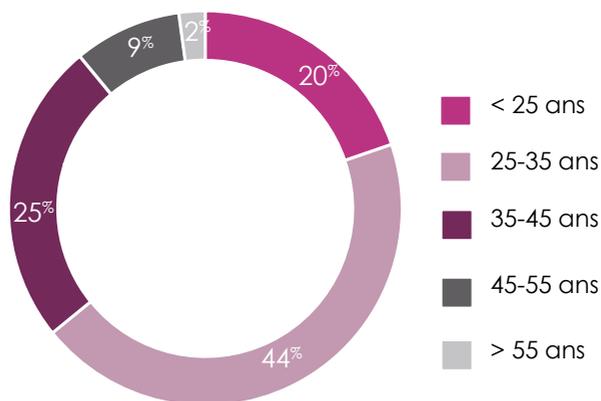
En France, nous participons au dynamisme économique de plusieurs bassins d'emplois, notamment en Bretagne notre région d'origine, où sont installés notre siège et trois de nos sites logistiques. A l'étranger, nous sommes très présents en Chine.



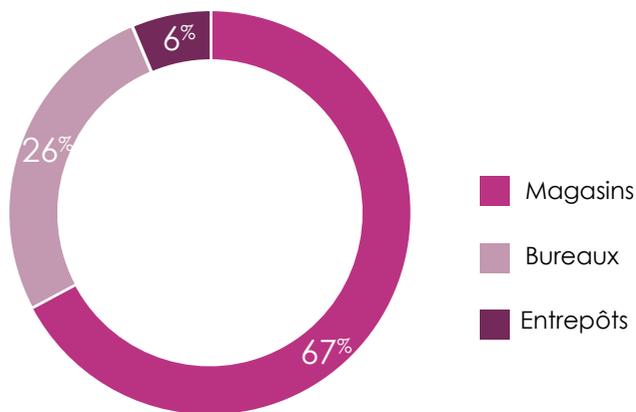
\*\* Voir Annexes



RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES EFFECTIFS SALARIÉS\*



RÉPARTITION DES EFFECTIFS SALARIÉS\* PAR ÂGE



RÉPARTITION DES EFFECTIFS SALARIÉS\* PAR MÉTIER

\* Données au 28/02/2018

## POLITIQUE D'EMPLOI

Nous recrutons chaque année plusieurs centaines de salariés sur nos trois grands métiers et sur l'ensemble de nos sociétés et territoires.

Pour attirer les talents, plusieurs dispositifs ont été mis en place en France courant 2017 :

- Des **journées de Job Dating**. L'occasion pour les équipes du siège de rencontrer des candidats dans un cadre plus informel. Ce mode de recrutement, orienté sur le partage et l'échange, est fortement apprécié par les candidats et sera renouvelé en 2018.

- Un **programme de Cooptation**. Chaque salarié a la possibilité de recommander des personnes de son réseau pour toute nouvelle opportunité d'emploi au sein du groupe, et se voit remercié en bons d'achat en cas de recrutement réussi. Ce programme favorise également la mobilité interne ; les salariés pouvant très simplement postuler aux postes qui les intéressent.

- La participation à plusieurs Forums écoles et la mise en place de partenariats avec l'ENSAIT, l'ESC Rennes, Mod'Spé Paris ... via la taxe professionnelle. En 2018, l'objectif est de développer encore davantage les **relations avec les écoles** en organisant notamment des visites d'entreprise pour les étudiants et des interventions d'opérationnels métiers dans le cadre des parcours de formation.

### JOURNÉES DE JOB DATING FRANCE

**3** journées

**175** personnes  
rencontrées

**15** personnes  
recrutées

### PROGRAMME DE COOPTATION FRANCE

**90** candidats  
rencontrés

**10** souhaits de  
mobilité interne

**9** personnes  
recrutées

# DÉVELOPPEMENT ET FORMATION

---

## TRAJECTOIRES DE CARRIÈRES

Pour faciliter la prise de fonction et l'intégration au sein de la « Tribu Beaumanoir », des **parcours d'intégration** sont systématiquement mis en place pour les collaborateurs. A leur arrivée, les nouveaux entrants sont amenés à rencontrer les différentes Directions de l'entreprise qui leur présentent leur organisation et leur activité. Les responsables magasin sont également formés aux outils et processus clés en magasin et au management d'équipe.

L'objectif des marques est de développer à terme des parcours d'intégration pour l'ensemble des équipes magasin.

Nos nombreux collaborateurs bénéficient, par ailleurs, d'**un système de parrainage**, qui leur permet de tirer profit de l'expérience et des conseils de leur parrain ou marraine et de créer des liens privilégiés avec une personne déjà bien intégrée dans le groupe.

Plusieurs programmes permettent ensuite d'accompagner nos collaborateurs dans leur trajectoire de carrière. Notre **dispositif de revue de carrière** (« People Review ») permet de définir des plans d'accompagnement individuels, affinés ensuite à l'occasion des **entretiens d'évaluation et de développement annuels**, pour mieux répondre aux aspirations de chacun et offrir des possibilités de développement professionnels.

La diversité de nos métiers et notre politique favorisant la **promotion interne** permettent d'offrir un plan de carrière et de réelles opportunités d'évolution pour des collaborateurs curieux, responsables et désireux d'entreprendre. De très nombreux exemples de salariés ayant changé de poste depuis leur embauche existent, tant dans nos magasins, nos bureaux que nos entrepôts.

## DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

La formation est un élément de performance important pour notre groupe. En France, les compétences des collaborateurs ont continué à être développées autour de **quatre grands thèmes structurants** définis en 2016 : Management, Vente, Outils & processus clefs de l'entreprise, et Compétences critiques. En 2018, l'accent sera mis sur le management, avec la mise en place du Beaumanoir Talent Program, un parcours managérial interne.

En parallèle, des collaborateurs ont été sélectionnés, puis formés pour mieux accompagner les collaborateurs en magasin sur certaines **expertises métiers**. En 2018, Bonobo a ainsi lancé la « Denim Academy » pour apporter notamment aux équipes magasin une connaissance plus fine des produits jeans.

Périmètre France	2017
Nombre d'heures de formation	20 434
Nombre de salariés formés pendant l'année	1 750
% de salariés ayant bénéficié d'au moins une formation pendant l'année	48%
Nombre de stagiaires	4 786

Enfin, nous mettons en place de nouveaux modes de formation, plus souples, adaptés à notre activité en magasin.

En France, nous avons commencé à déployer courant 2017 l'**e-learning** avec différents modules (Fidélité clients, Omnicanalité, Conseils morphologiques...), que nous enrichirons au cours des prochaines années.

En Chine, une **application interactive**, accessible sur smartphone, a été récemment mise à disposition des équipes pour leur permettre d'acquérir de nouvelles compétences en matière de vente, de connaissance produits, de merchandising... et de partager les valeurs et les actualités de la marque.



## SENSIBILISATION À LA RSE

Pour que nos collaborateurs deviennent les principaux acteurs et ambassadeurs de notre démarche de responsabilité sociétale, nous avons mis en place des modules de sensibilisation au développement durable. Dans le cadre du **parcours d'intégration**, nous présentons aux nouveaux entrants du siège et responsables magasins les objectifs du groupe et certains programmes clefs et échangeons sur les bonnes pratiques à adopter au quotidien pour réduire son impact environnemental notamment.

Des sessions de **formation à la Better Cotton Initiative et à la traçabilité des fibres éco-responsables** (Better Cotton, coton organique ou recyclé...) ont également été dispensées aux équipes achats de nos bureaux en France et à l'étranger. Pour les collaborateurs, il s'agit de comprendre les mécanismes de traçabilité de ces matières et les attestations associées requises et de s'approprier les outils de suivi mis en place dans notre groupe.

En parallèle, des animations déployées chaque année sur nos sites à l'occasion de la **Semaine Européenne du Développement Durable** en France ou d'**Earth Day** en Chine participent à sensibiliser et engager nos collaborateurs sur les enjeux environnementaux et sociétaux actuels.

Notre journal interne, le livret d'accueil, les **chartes éco-gestes** sur nos sites et dans nos magasins et certains articles de notre newsletter groupe, y contribuent également.



ATELIER  
VERMICOMPOSTAGE,  
SHANGHAI, EARTH DAY  
2017

ATELIER RÉPARATION  
VÉLOS, SAINT-MALO,  
SEDD 2017



# CONDITIONS DE TRAVAIL

## SÉCURITÉ ET SANTÉ DES SALARIÉS

Pour notre groupe, il est essentiel d'assurer la sécurité de ses salariés et de préserver leur santé dans le cadre de leur activité professionnelle.

Dans nos magasins, les principales causes d'accidents du travail et de Troubles Musculo-Squelettiques (TMS) sont liées à des risques en termes de port de charges, de manutention, de chutes de hauteur et de trajets domicile-travail.

Pour prévenir ces accidents et améliorer les conditions de travail, la direction Aménagement intègre systématiquement dans les nouveaux concepts magasin des **critères d'ergonomie** pour le mobilier de caisse, les tables de travail en réserve, le poids des accessoires amovibles... Le déploiement récent d'un système de RFID dans une grande partie de nos magasins a permis également de réduire sensiblement la manutention pour les équipes.

Notre filiale logistique C-Log travaille également depuis plusieurs années à améliorer les conditions de travail de ses salariés grâce à l'adaptation et l'**aménagement des postes de travail**, le développement de la poly-compétences des agents logistiques, les sessions quotidiennes de « **Réveil musculaire** » au moment de la prise de poste...

Plus encore, une ergonome a été recrutée en septembre 2017 pour analyser l'activité et les différents postes de travail dans les entrepôts et co-construire avec les opérateurs des solutions d'amélioration.



Par ailleurs, en Chine, un **livret Santé & Sécurité** a été diffusé cette année aux collaborateurs du siège pour les sensibiliser aux procédures d'urgence et incendies.

# DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES

## LUTTE CONTRE LES DISCRIMINATIONS

Le respect est une valeur fondamentale du Groupe.

Début 2018, notre groupe s'est doté d'une **Charte Éthique**, diffusée à l'ensemble des collaborateurs et mise à disposition sur notre site internet. Nous réaffirmons dans ce document fondateur notre engagement à lutter contre toute forme de discrimination en matière d'emploi et à promouvoir dans toutes nos entités, l'égalité professionnelle réelle entre les femmes et les hommes, la diversité et le droit au travail pour tous, axant notre politique sociale sur les compétences et la performance.

Ainsi, chaque individu doit pouvoir avoir accès à l'embauche, à la formation et à la promotion dans notre groupe, quel que soit son âge, son sexe, ses origines ethniques ou nationales, sa religion, son activité syndicale, ou encore son état de santé

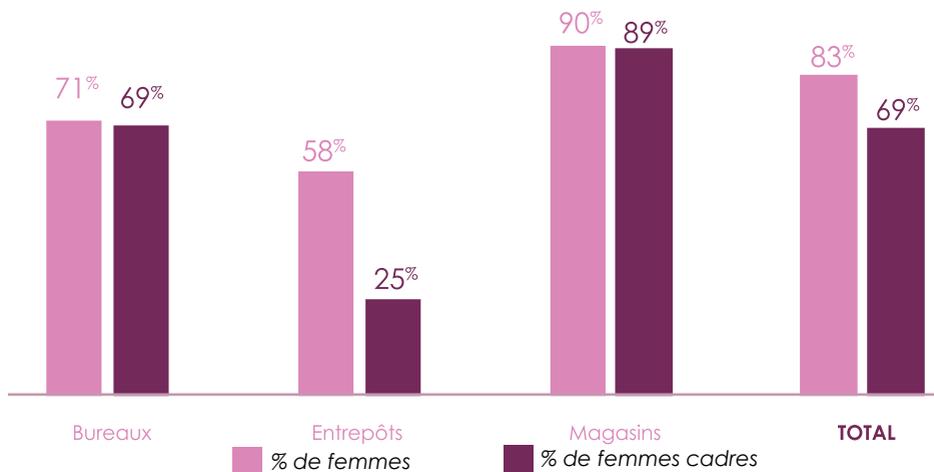
## ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES



Pour assurer l'égalité de traitement entre les femmes et les hommes, nous sommes attentifs à ce que nos recrutements se fassent uniquement sur des critères de compétences.

Concernant les rémunérations, elles sont régulièrement analysées par catégorie d'emploi et par sexe. Les éventuels écarts sont remontés aux managers pour qu'ils en tiennent compte et régularisent les situations. Un important travail a par ailleurs été réalisé en 2017 sur la grille de classification des emplois. Déployée en 2018, l'objectif de la nouvelle grille sera d'assurer l'équité entre les salariés, d'objectiver les catégories d'emplois ainsi que les éventuels écarts de salaires.

En parallèle, d'autres initiatives sont mises en œuvre en concertation avec les représentants du personnel dans le cadre des plans d'actions pour l'égalité Femmes-Hommes (intitulés des postes et descriptifs de postes sans discrimination à l'égard du sexe, sensibilisation des équipes de recrutement...) et des bilans sont réalisés chaque année pour identifier d'éventuelles pistes d'amélioration.



PART DES FEMMES DANS L'EFFECTIF SALARIÉ

## HANDICAP

Notre groupe s'applique depuis plusieurs années à favoriser l'intégration et le maintien dans l'emploi de personnes en situation de handicap. Cela passe notamment par différents programmes tels que l'aménagement des postes de travail, la formation des recruteurs, l'achat de prestations de services et de produits auprès du secteur protégé, l'information des collaborateurs sur la reconnaissance du handicap ... En parallèle, nous employons également des salariés à domicile lourdement handicapés pour la réalisation de certaines missions administratives.

Aujourd'hui, nous souhaitons donner un nouvel élan à notre démarche. Nous avons pour cela créé une **Mission Handicap** en 2018 et initié une concertation avec les représentants salariaux en vue de conclure des accords d'entreprise handicap pour plusieurs de nos sociétés. L'ambition de ces accords d'entreprise est de créer une véritable dynamique en nous fixant des objectifs et de nous engager à déployer un certain nombre d'actions au cours des prochaines années.

Afin d'embarquer nos collaborateurs dans cette démarche, nous avons organisé diverses animations à notre siège à Saint-Malo à l'occasion de la **Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées** 2017 : quizz par équipe sur le handicap, conférence d'un athlète de haut niveau venu témoigner de son combat et de sa résilience suite à un accident l'ayant rendu paraplégique, collecte au profit de l'association Un Regard pour Toi, vente aux salariés de produits réalisés par des jeunes de l'Institut Médico-Educatif de Tréleau (une structure partenaire de notre groupe)...



**118** salariés en situation de handicap

**17** travailleurs handicapés à domicile



CONFÉRENCE AXEL ALLÉTRU

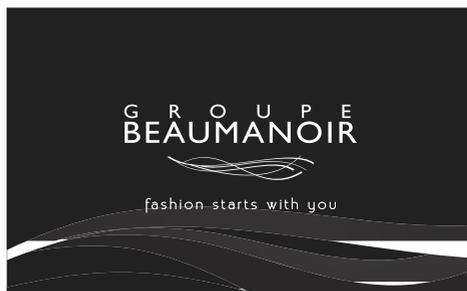


VENTE IME TRÉLEAU

## INNOVATION COLLABORATIVE

Nos équipes représentent la ressource essentielle de notre performance. C'est grâce à leur talent et à leur engagement que notre groupe a pu se développer comme il l'a fait. En 2017, nous avons voulu davantage les associer à notre stratégie.

Nous leur avons lancé pour cela plusieurs défis, dont le **Défi Signature** visant à réinventer la signature de notre groupe. Ce défi a rencontré un vif succès avec plus de 110 propositions reçues et nous a permis de trouver notre nouvelle signature - "Fashion Starts With You", qui porte en elle toute la vision de notre groupe et son ambition d'engager ses parties prenantes.



Le **Défi Disruption**, lancé quant à lui début 2018, a pour objectif de réinventer collectivement notre modèle en remettant en question les cadres et les pratiques habituels pour créer des produits ou services radicalement innovants. Plus de 30 collaborateurs se sont portés volontaires pour explorer ensemble de nouveaux axes de croissance pour le groupe de manière entrepreneuriale.



MATINÉE LANCEMENT DÉFI DISRUPTION

## PARTAGE ET CONVIVIALITÉ

La **communication** aux collaborateurs de l'actualité, des performances, projets et objectifs de notre groupe fait aujourd'hui partie de notre mode de fonctionnement. Ces informations relatives à la vie de l'entreprise et qui sont partagées lors de réunions animées par la direction, ou encore diffusées dans la newsletter groupe ou sur les écrans de nos sites, contribuent à renforcer notre esprit tribu.

Des **événements internes** rythment également l'année et nous permettent de nous retrouver et de partager de bons moments : soirées, buffets festifs, concours de photos ...



AMBASSADOR DAY, FRANCE



BEAUMANOIR FAMILY DAY, CHINE

Notre **association sportive** (ASGB), animée par et pour les collaborateurs des sites bretons et sponsorisée par notre groupe, propose de nombreuses activités sportives tout au long de l'année, des tournois et d'autres moments de convivialité.

Localement, des **projets collaboratifs** voient également le jour, qui renforcent les liens entre nos collaborateurs. A Cambrai, un potager a ainsi été planté en 2017 par les salariés, qui ont pu récolter et déguster tomates, courgettes, poivrons, framboises, herbes aromatiques et autres fruits et légumes de saison. Six ruches ont également été installées sur le terrain de l'entrepôt en partenariat avec un apiculteur local.



LES RUCHES ET LES FRUITS DU POTAGER DE C-LOG CAMBRAI



**CONSTRUIRE  
ET DÉVELOPPER  
DES PARTENARIATS  
RESPONSABLES**



# LOYAUTÉ DES PRATIQUES

---

## CONDUITE DES AFFAIRES

À la suite du travail de cartographie des risques effectué en 2017, notre groupe a établi une **Charte Éthique** à destination de l'ensemble des collaborateurs, fournisseurs et partenaires.

Cette Charte éthique, disponible sur notre site internet <https://www.groupe-beaumanoir.com/le-groupe-et-ses-valeurs/>, rappelle les principales valeurs, (respect, humilité, esprit commerçant, réactivité et sens des responsabilités) et principes éthiques (fiabilité, sincérité, équité, responsabilité sociétale et lutte contre la corruption) que nous défendons en matière de conduite des affaires et précise les règles qui doivent guider les comportements des collaborateurs dans leur activité professionnelle et notamment avec nos partenaires.

Afin que les collaborateurs s'approprient la Charte Ethique, une campagne d'information et de sensibilisation a été déployée, et un module d'e-learning viendra renforcer le dispositif courant 2018.

En parallèle, un **Comité éthique** composé de dirigeants du groupe et présidé par notre Direction Générale a été créé. Ce comité est destiné à traiter les potentiels signalements, une **procédure de signalement** étant aujourd'hui à disposition de tous les salariés, mais aussi à assurer une démarche de progrès continu en matière de conformité.



## PRÉVENTION DE LA CORRUPTION

Notre groupe applique une politique « **tolérance-zéro** » en matière de corruption. Ce principe est explicitement rappelé et détaillé dans notre Charte Ethique, ainsi que la procédure à suivre en cas de découverte d'agissements suspects.

Pour accompagner les équipes, un module de **formation** est en cours de déploiement auprès des populations les plus à risque (équipe achats, contrôleurs qualité...) notamment dans nos principaux bureaux d'achats et de liaison. Déjà près de 50 personnes ont été formées en présentiel, en Turquie, au Bangladesh, en Chine et en France.



FORMATION LOI SAPIN II, BANGLADESH, FÉV. 2018

# NOTRE POLITIQUE D'ACHATS RESPONSABLES

## NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

En 2017, nous avons poursuivi le travail de cartographie des usines de rang 1 et 2 où sont fabriqués nos produits textiles.

De manière à renforcer les partenariats avec nos fournisseurs et sécuriser la fabrication de nos produits dans des usines conformes à nos attentes en termes de performance sociale et environnementale, de qualité produits, et autres exigences, nous allons continuer à ajuster notre parc fournisseurs (textiles et accessoires de mode) au cours des prochaines années.

## CAHIER DES CHARGES ET CODE DE CONDUITE

Afin de mobiliser nos fournisseurs de textiles et accessoires de mode sur ces sujets, notre **Cahier des charges** précise les exigences de nos marques concernant les sites de production, les conditions de fabrication (exigences sociales et environnementales, transparence, interdiction de sous-traitance...) et les produits (interdiction de la fourrure véritable, du sablage du jean, du coton en provenance d'Ouzbékistan ou de Turkménistan...).

Le Cahier des charges intègre également le **Code de conduite amfori BSCI (Business Social Compliance Initiative)**, dont nous sommes membres depuis 2013<sup>1</sup>. Ce code de conduite énonce nos exigences en matière sociale et environnementale : interdiction du travail des enfants et du travail forcé, protection spéciale des jeunes travailleurs, horaires de travail et rémunération, santé et sécurité au travail, liberté d'association, non-discrimination, absence d'emplois précaires, protection de l'environnement, et politique de responsabilité sociale.

Pour travailler avec nos marques, tous nos partenaires doivent signer notre Cahier des charges et le Code de conduite et donc s'engager à respecter les normes sociales et environnementales qui y figurent. Ils doivent également le communiquer et le faire signer à leurs propres sous-traitants et fournisseurs (mécanisme de l'« **effet cascade** »).

<sup>1</sup> amfori BSCI est une organisation internationale qui regroupe des donneurs d'ordre de différents secteurs d'activité dont l'objectif est d'améliorer les conditions de travail dans leur chaîne d'approvisionnement dans les pays à risque. amfori BSCI propose un Code de conduite commun, basé sur les conventions internationales reconnues en matière de protection des droits des travailleurs.

# Code de conduite amfori BSCI

Notre entreprise s'engage à respecter les principes du travail suivants, présentés dans le Code de conduite amfori BSCI

## Principes amfori BSCI



### Liberté d'association et droit de négociation collective

Notre entreprise respecte le droit des travailleurs de former des syndicats ou d'autres formes d'association de travailleurs et de mener des négociations collectives.



### Rémunération juste

Notre entreprise respecte le droit des travailleurs de recevoir une rémunération juste.



### Santé et sécurité au travail

Notre entreprise garantit un environnement de travail sain et sûr, en évaluant les risques et en prenant toutes les mesures nécessaires pour éliminer ou réduire ceux-ci.



### Protection spéciale pour les jeunes travailleurs

Notre entreprise assure une protection particulière à tous les travailleurs qui ne sont pas encore majeurs.



### Pas de travail forcé

Notre entreprise ne pratique aucune forme de servitude forcée, et n'a pas recours à une main d'œuvre issue de la traite d'êtres humains ou travaillant contre son gré.



### Comportement éthique dans les affaires

Notre entreprise ne tolère aucun acte de corruption, d'extorsion, de détournement de fonds ou de versement de pots-de-vin.



### Non-discrimination

Notre entreprise garantit l'égalité des chances et ne pratique aucune discrimination envers les travailleurs.



### Horaires de travail décents

Notre entreprise respecte la législation relative aux horaires de travail.



### Pas de recours au travail des enfants

Notre entreprise n'engage aucun travailleur n'ayant pas atteint l'âge minimum légal.



### Pas d'emploi précaire

Notre entreprise engage des travailleurs sur la base de contrats documentés dans le respect de la loi.



### Protection de l'environnement

Notre entreprise prend les mesures nécessaires pour éviter la dégradation de l'environnement.

## Approche amfori BSCI



### Respect du code

Notre entreprise est tenue de protéger les droits des travailleurs, comme l'exigent la législation et le Code amfori BSCI.



### Implication et protection des travailleurs

Notre entreprise informe les travailleurs de leurs droits et responsabilités.



### Gestion de la chaîne d'approvisionnement et effet de cascade

Notre entreprise se sert des principes de la amfori BSCI pour influencer d'autres partenaires commerciaux.



### Mécanisme de réclamation

Notre entreprise possède un système permettant de recueillir les réclamations et les suggestions des salariés.

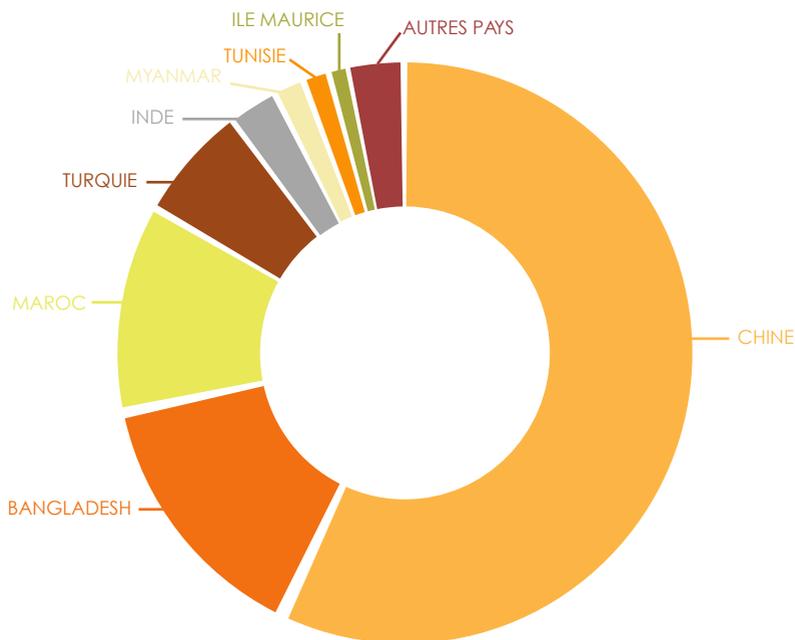
## AUDIT DE NOS FOURNISSEURS

De manière à vérifier le respect de nos normes sociales et environnementales, nous auditons régulièrement la conformité des sites de production de nos fournisseurs.

Des **audits sociaux** sont réalisés régulièrement dans les usines identifiées comme prioritaires au regard des volumes de commande, du pays de production, de la typologie de produits fabriqués, etc. Ces audits sont effectués soit en interne par nos 5 auditeurs sociaux établis en Chine, en Turquie, au Bangladesh, au Maroc et en France, soit par des prestataires externes reconnus et accrédités par amfori BSCI.

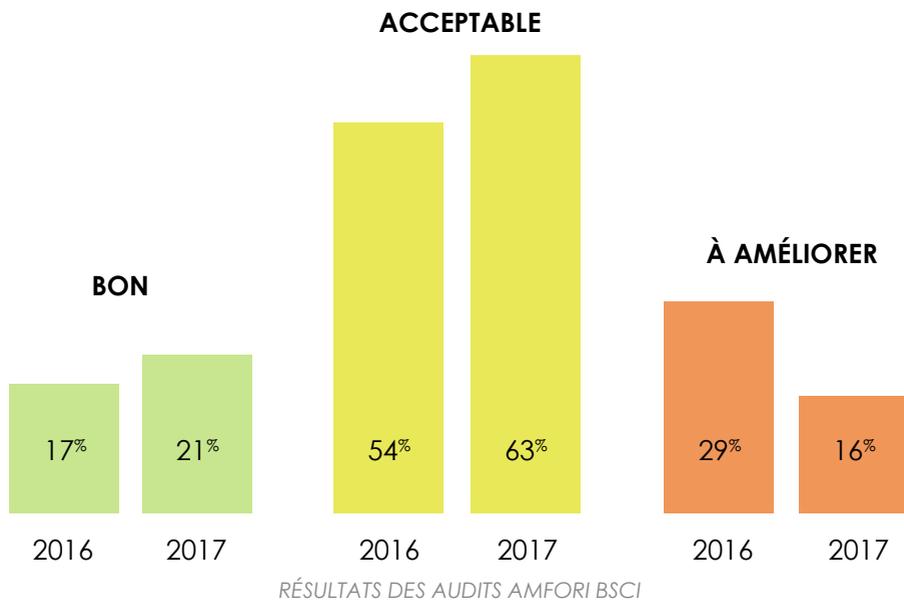
De plus, les collaborateurs de nos bureaux d'achat et de liaison, répartis dans les principaux pays de sourcing, assurent une présence soutenue sur le terrain et contrôlent, à chacune de leur visite d'usine, les principaux points de conformité sociale grâce à notre outil interne, la « **Factory Checklist** ».

A date, nous avons audité les usines des fournisseurs (hors accessoires) qui fabriquent 89% de la valeur d'achat de l'ensemble des marques du groupe. Notre objectif est d'atteindre 100% d'ici fin 2018.



RÉPARTITION GÉOGRAPHIQUE DES USINES COUVERTES PAR UN AUDIT

Sur l'ensemble des usines auditées en externe, 84% ont un résultat acceptable ou bon au regard des critères définis par amfori BSCI.



AUDIT D'UNE USINE, FRANCE, MARS 2018

## PROGRAMME AMFORI BEPI

Nous avons rejoint **amfori BEPI (Business Environmental Performance Initiative)**, organisation internationale créée en 2014 par la Foreign Trade Association (FTA), qui regroupe des entreprises de tous secteurs d'activité, dont l'objectif est d'améliorer la **performance environnementale** de leur(s) usine(s) ou de leur chaîne d'approvisionnement dans les pays à risque.

L'approche d'amfori BEPI s'articule autour d'une démarche complète qui comprend notamment un **système d'auto-évaluation** des sites de production, un **accompagnement** par des consultants experts pour améliorer les points critiques et des **audits** menés par des organismes accrédités indépendants. Actuellement, cette initiative compte plus de 360 membres, dont notre groupe.

Notre ambition est d'engager en priorité dans cette démarche de progrès nos fournisseurs textile ayant des unités de délavage du jean ou de teinture, l'impact environnemental de ces unités de production étant important.

### LES 11 DOMAINES DE PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE D'AMFORI BEPI



Système de gestion  
environnementale



Prévention de la pollution  
et produits chimiques



Utilisation énergie,  
transport et gaz à  
effet de serre



Prévention et gestion des  
incidents majeurs



Utilisation de l'eau



Sols/terres contaminés et  
prévention de la pollution  
des eaux souterraines



Eaux usées, effluents



Utilisation des terres et  
biodiversité



Emissions atmosphériques



Nuisances environnementales



Gestion des déchets

# ACCOMPAGNEMENT DES FOURNISSEURS DANS UNE DÉMARCHE DE PROGRÈS

---

## LES DISPOSITIFS D'ACCOMPAGNEMENT

Notre groupe s'inscrit dans une démarche de progrès pour construire des partenariats sécurisés et de confiance avec nos fournisseurs, que ce soit sur les volets de performance sociale ou environnementale.

En ce qui concerne les audits sociaux, tous nos fournisseurs sont informés en amont de la démarche amfori BSCI, du processus d'audit par nos équipes ou prestataires externes et des critères d'évaluation. Ils ont également la possibilité de suivre une formation de préparation à l'audit et de s'auto-évaluer pour améliorer si besoin par anticipation certains points.

Une fois l'audit réalisé, et si les résultats ne sont pas suffisants, nous les accompagnons dans la mise en place d'un **plan d'action corrective**, qui leur permet d'engager une démarche d'amélioration continue.

Les responsables conformité et production des usines peuvent également assister gratuitement aux sessions de **formations** généralistes (Présentation du Code de conduite amfori BSCI / Rédaction d'un plan d'actions correctives ...) ou plus spécifiques (Lutte incendie & santé / Sécurité, volume horaire & rémunération...), organisées par amfori BSCI dans les pays de sourcing. Notre Pôle Performance Fournisseurs oriente les partenaires vers ces différentes formations en fonction de leurs besoins ou de la nature des non-conformités décelées durant les audits.

L'évolution des résultats de nos audits atteste clairement des **progrès de mise en conformité** enregistrés au cours des dernières années avec nos partenaires.

Le programme de la BEPI que nous sommes en train d'initier avec quelques fournisseurs s'inscrit également dans une démarche d'amélioration constructive et partagée.

## NOS EXIGENCES DE MISE EN CONFORMITÉ



Le respect par les fournisseurs des normes sociales et environnementales fixées est essentiel pour toutes nos marques.

Pour les sites de production où un manquement grave au Cahier des charges et au Code de conduite est constaté, nous appliquons un **système de sanction graduel** qui va de l'envoi d'un avertissement, pour les sites qui s'engagent à mettre en œuvre les actions correctives adéquates, à la rupture définitive des relations commerciales, pour les sites refusant de s'engager dans une démarche de progrès.



# RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS ACTIVITÉS

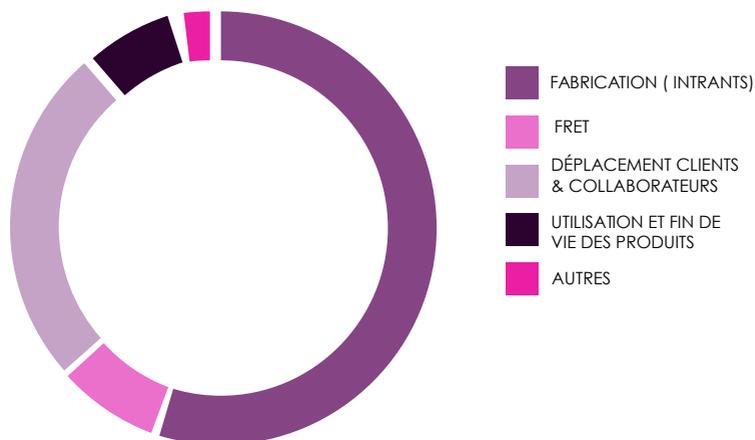


# LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE

## ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

En 2016, la marque Bonobo a réalisé pour la seconde fois un **Bilan carbone®** sur l'ensemble de son périmètre. Ce travail a pris en compte les émissions de gaz à effet de serre directes (émises par la marque) et indirectes (émises par ses clients et fournisseurs notamment), et nous a permis d'identifier les principaux postes d'émissions et d'en tirer des enseignements pour l'ensemble de nos marques.

Il nous a également aidé à prioriser nos actions en vue de limiter notre contribution au changement climatique.



PRINCIPAUX POSTES D'ÉMISSIONS DES GAZ À EFFET DE SERRE

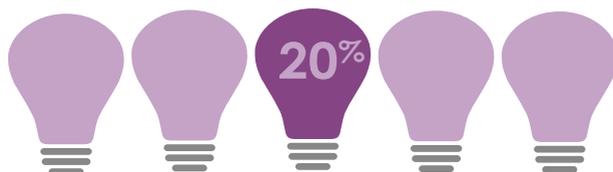
## ÉFFICACITÉ ÉNERGÉTIQUE

La **consommation énergétique de nos magasins** (100% électrique) est un enjeu économique et environnemental important et nous nous attachons à la réduire.

A l'occasion de la rénovation ou de l'ouverture d'un point de vente, les ampoules traditionnelles sont aujourd'hui systématiquement remplacées par des LED et les équipements de chauffage et de climatisation par des appareils ayant de bonnes performances énergétiques.

Notre direction Aménagement veille également à optimiser les plannings d'éclairage des vitrines et des enseignes lumineuses et la mise en route des équipements de chauffage et de climatisation.

Fin 2017, pour aller plus loin, nous avons lancé en partenariat avec une société spécialisée, un projet pilote d'efficacité énergétique sur l'ensemble de notre parc de magasins France.

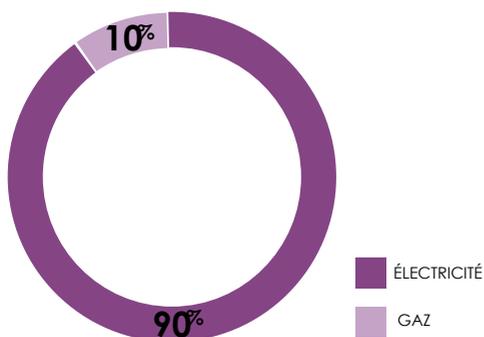


PART DE NOS MAGASINS FRANCE  
ÉQUIPÉS DE LED EN 2018

Différentes mesures visant à réduire les **consommations d'énergie dans les entrepôts** C-Log basés en France ont également été mises en place depuis plusieurs années : installation d'ampoules LED, recours au zonage pour l'éclairage, traitement des déperditions de chaleur, outils de gestion informatisée des consommations, sensibilisation du personnel...

Deux de nos entrepôts sont **certifiés** HQE Construction et THPE d'une part, et HQE Production d'autre part.

Dans **nos bureaux**, la plupart de nos équipements bureautiques répondent aux standards internationaux Energy Star, EPEAT Gold ou Silver, qui attestent de leur bonne performance énergétique. Nos ordinateurs et écrans sont programmés pour être mis en veille automatiquement, et nous sensibilisons régulièrement nos collaborateurs à éteindre les lumières et leur poste de travail le soir.



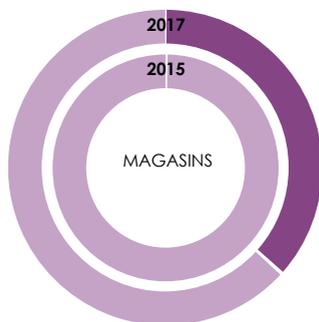
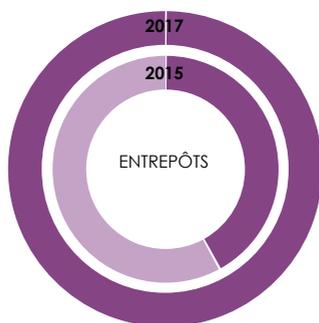
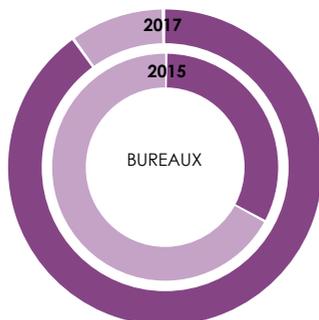
mwh	2016	2017
Bureaux	1 789	1 820
Magasins	24 376	28 213
Entrepôts <sup>1</sup>	5 692	7 460
<b>Total</b>	<b>31 858</b>	<b>37 493</b>

<sup>1</sup> Ouverture de l'entrepôt de Vatry (France) en 2017

CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE EN FRANCE ET EN CHINE

## ÉNERGIES RENOUVELABLES

Depuis deux ans déjà, nous achetons de l'électricité qui provient exclusivement de sources d'énergies renouvelables pour notre siège à Saint-Malo et l'ensemble des entrepôts C-Log en France. Début 2017, nous avons étendu notre démarche à tous nos magasins Bonobo et Vib's, et notre **objectif est d'avoir 100% de nos sites basés en France** (bureaux, entrepôts et magasins) approvisionnés en électricité verte en 2020.



# RÉDUCTION ET VALORISATION DES DÉCHETS

## RÉDUCTION DES DÉCHETS



Partant du principe que le meilleur déchet est celui qui n'existe pas, nous avons commencé à déployer des initiatives visant à éviter d'en générer certains :

- Dans nos entrepôts en France et en Chine, nous réutilisons depuis plusieurs années une partie des **cartons** de nos fournisseurs, qui étaient auparavant jetés, pour les envois des produits en magasin.

- En 2018, nous allons progressivement supprimer certains **emballages plastique individuels** utilisés pour la logistique de nos articles textile (environ 10%)

- Dans nos bureaux, nous avons systématisé les impressions en recto-verso, mis en place un système d'impression sécurisé sur tous nos copieurs, distribué aux collaborateurs des gobelets et des mugs réutilisables, pour limiter nos déchets **papier** et éviter au maximum les **gobelets** jetables.



\* par rapport à 2015

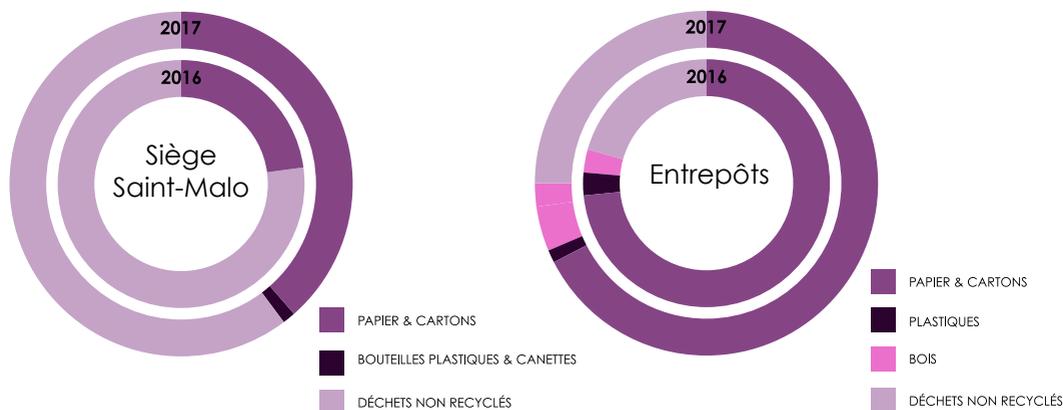
## RECYCLAGE ET RÉUTILISATION

Le tri des déchets est mis en place dans la quasi-totalité de nos **bureaux** et **entrepôts**, avec un niveau de tri qui varie selon les pays en fonction des filières de recyclage existantes.

Les Ambassadeurs RSE ont joué un rôle essentiel dans l'amélioration de la gestion des déchets de nos sites situés à l'étranger en 2017 et la sensibilisation des collaborateurs aux gestes de tri.

Le taux de recyclage de notre siège de Saint-Malo atteint 38% en 2017 et est en progression ; celui de nos entrepôts France est en moyenne de 79%, en légère baisse par rapport aux deux dernières années.

Nous avons ainsi recyclé plus de 1000 tonnes de matières sur l'année.



PART DES DÉCHETS RECYCLÉS  
(données France)

Dans nos **magasins** basés en France, nous avons un système de reprise des déchets d'éléments d'ameublement en partenariat avec l'éco-organisme Valdelia. En 2017, ce partenariat nous a permis de recycler près de 45 tonnes de mobiliers dont nous nous sommes séparés à l'occasion de rénovations ou fermetures de magasins.

La gestion des déchets courants est, quant à elle, fonction de la ville et de l'emplacement du magasin (centre-ville, centre commercial, Zone d'Activité Commerciale). En 2018, nous avons pour objectif d'améliorer le tri et le recyclage dans nos points de vente.



**CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT  
ÉCONOMIQUE ET SOCIAL  
DES TERRITOIRES OÙ  
LE GROUPE EST IMPLANTÉ**



# NOS PARTENARIATS SOLIDAIRES

## INSERTION PROFESSIONNELLE

Plusieurs de nos marques se sont engagées en faveur de l'insertion professionnelle

Depuis plusieurs années, Bréal soutient l'association **Joséphine pour la beauté des femmes**, qui aide des femmes confrontées à de grandes difficultés (précarité, perte d'un emploi, victimes de violences, parcours migratoire, esclavage moderne) à se réconcilier avec leur image grâce à des soins de professionnels dispensés dans un salon de beauté social, dans le but de faciliter leur réinsertion.

En 2017, le soutien apporté par Bréal a permis à l'association de proposer davantage de services et d'animations visant à créer du lien social entre les femmes et à rompre l'isolement.



En 2017 Cache-Cache a, pour sa part, choisi d'aider **Cap'Jeunes**, le programme de l'association **France Active**. Ce programme promeut l'entreprenariat au féminin. Il permet à des jeunes créatrices d'entreprise de moins de 26 ans n'ayant pas accès au crédit bancaire de bénéficier d'un accompagnement renforcé et d'une prime de démarrage. Cet engagement fait écho à la nouvelle signature de la marque « Cache-Cache, Viser haut », dont l'objectif est d'encourager les jeunes femmes à affirmer et réaliser leurs ambitions.

CACHE CACHE  
met à l'honneur des femmes remarquables et ambitieuses  
en partenariat avec



**CLAIRE CHOURAQUI**

26 ans

**DIANE SCEMAMA**

27 ans

Co-Fondatrices d'une e-boutique

**DREAM ACT**

Paris

Grâce à l'accompagnement Cap'Jeunes, elles ont pu passer  
de rêve à la réalité en créant leur propre e-boutique de  
produits de créateurs engagés.

*"Cap'Jeunes nous a  
aidé à passer du rêve  
à la réalité"*

On leur souhaite beaucoup de succès !



Début 2018, Cache Cache avait apporté son soutien à plus de 20 jeunes femmes dans leur projet de création d'entreprise.

Au travers de sa fondation d'entreprise, la **Jeans Fondation**, Bonobo s'est engagée aux côtés des Restos du Cœur pour soutenir le programme des Jardins. Véritables chantiers d'insertion, les 41 **Jardins du Cœur** sont répartis sur l'ensemble du territoire français et redonnent une activité à des personnes très éloignées de l'emploi. L'objectif du programme est de créer l'envie et les possibilités d'une réinsertion, d'aider ces personnes à reprendre confiance en elles et à retrouver un fort sentiment d'utilité sociale.



L'aide apportée par la fondation a permis en 2017 de financer les achats divers (serres, graines, plants, petit matériel d'équipement...) nécessaires au bon fonctionnement tout au long de l'année des jardins.

En parallèle, certains de nos collaborateurs ont eu l'occasion de passer une demi-journée dans un des jardins pour échanger avec les équipes et leur prêter main forte dans leur travail.

## PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT ET AIDE AU DÉVELOPPEMENT

La Jeans Fondation a continué en 2017 à apporter son soutien à l'association **Awely** pour son programme de conservation des bonobos en République Démocratique du Congo. Grâce à des actions de sensibilisation des populations locales et au développement d'activités économiques de substitution à la chasse (maraîchage, élevage et pisciculture notamment), l'association vise à endiguer la baisse des populations de grands singes.



Bonobo a également soutenu **Planète Urgence** et son projet de restauration et protection de la forêt de mangrove, riche en faune, sur l'île de Bornéo en Indonésie. Les équipes travaillent en parallèle en partenariat avec les villageois au développement d'activités économiques responsables et durables, telle que l'aquaculture.



## AIDE AUX ENFANTS



Depuis un an déjà, nous soutenons le projet **Hold my hand** de la **fondation Maya**, qui vient en aide aux enfants de familles syriennes réfugiées en Turquie. L'objectif du programme est d'accompagner les enfants dans leur travail de résilience et de les aider à surmonter les traumatismes vécus. Il vise également à favoriser leur intégration dans leur pays d'accueil.

En Chine, Beaumanoir China a organisé dans une **école primaire défavorisée** une « classe informatique et art Cache Cache ». Une trentaine de collaborateurs ont apporté aux enfants des ordinateurs, fournitures scolaires et d'art à l'occasion d'une journée de bénévolat d'entreprise. En décembre, des enfants issus d'un quartier pauvre sont également venus passer une journée à notre siège, et ont participé à plusieurs activités autour de Noël animées par nos équipes.



## SANTÉ ET RECHERCHE

Fidèle à son engagement en faveur des femmes, Bréal s'est engagée fin 2017 aux côtés de **Vivre Comme Avant**, à qui elle reverse 100% des micro-dons de l'Arrondi solidaire. L'association est animée par des femmes bénévoles qui ont vécu un cancer du sein et qui accompagnent des femmes qui, à leur tour, sont atteintes par cette maladie en partageant leur expérience et leur vécu. L'association sensibilise également les autorités de santé et les institutions médicales sur les besoins et les attentes des femmes malades et participe aux actions de prévention et de promotion du dépistage du cancer du sein.

Notre groupe continue à apporter son soutien au fonds de dotation **Bretagne Atlantique Ambitions**, qu'il a participé à créer avec trois autres entreprises bretonnes en 2014. Ce fonds encourage le mécénat au service de la recherche et de l'innovation dans l'Ouest de la France. Il est destiné à soutenir des projets, tout particulièrement dans le domaine médical, tels que les programmes de recherche de l'Institut des Neurosciences Cliniques de Rennes (INCR).

L'année 2017 a été marquée par la soutenance réussie d'une thèse de doctorat portant sur la maladie de Parkinson, financée depuis trois ans par BAA. La recherche médicale sur les maladies du cerveau est aussi devenue en 2017 la cause soutenue dans le cadre de l'Urban Trail de Rennes, donnant ainsi à BAA et à la recherche une formidable visibilité auprès du grand public.



# DONS EN NATURE

---

## VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES DE MODE

Notre leitmotiv a toujours été de rendre la mode accessible à tous. Pour permettre aux personnes qui n'ont pas forcément les moyens de s'acheter des vêtements neufs, de bien s'habiller avec des vêtements tendance, nos marques donnent chaque année d'importantes quantités de vêtements et d'accessoires de mode à des associations.

En France, le Secours Populaire Français, les Restos du Cœur, le Relais, la Croix Rouge française, le Secours Catholique ou encore Donnons-leur une Chance se chargent ensuite de les distribuer ou de les vendre à prix modique dans leurs propres boutiques ou réseaux, **au profit de personnes défavorisées.**

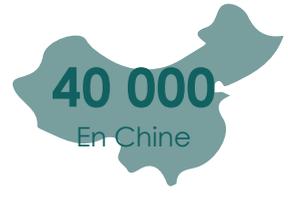
En Chine, c'est l'association A Pleines Mains et la Shanghai Charity Foundation qui leur donnent une seconde vie.

**160 000**  
pièces données en 2017  
dont :

**120 000**  
En France



**40 000**  
En Chine



Dans le cadre de son partenariat, Bréal confie également chaque année à Joséphine pour la beauté des femmes des vêtements pour compléter le dressing du salon de beauté social parisien. Ces vêtements servent aux femmes accompagnées par l'association lors de leurs entretiens de recrutement notamment.

---

## TISSUS

En 2017 nous avons continué à donner à l'Institut Médico-Educatif (IME) de Tréleau, situé dans le Morbihan, des cartons d'échantillons de tissus dont nos équipes achats n'avaient plus l'utilité. Ces tissus sont utilisés par les élèves de l'Institut dans le cadre de leur atelier de couture. Cette année, les jeunes sont venus proposer à nos collaborateurs les sacs, pochettes, bracelets... qu'ils avaient confectionnés lors d'une petite vente organisée au siège de Saint-Malo à l'occasion de la Semaine du Handicap.



**ANNEXES**

## PÉRIMETRE DU RAPPORT



Le « groupe Beaumanoir » n'a pas d'existence juridique. Ce terme recoupe CCV Beaumanoir Holding, holding du groupe, et toutes les sociétés contrôlées par cette dernière.

Les informations publiées dans le rapport couvrent la période du 1 mars au 28 février, correspondant à l'exercice fiscal des sociétés. Pour des raisons de disponibilité de l'information, certains indicateurs peuvent toutefois correspondre à l'année calendaire.

Les indicateurs de performance figurant dans le rapport correspondent à l'ensemble des sociétés et sites du « groupe Beaumanoir », sauf indications contraires précisées dans le texte.



# NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE (ODD) DE L'ONU

Les ODD désignent les 17 objectifs établis par les Etats membres des Nations-Unies, rassemblés dans l'Agenda 2030, qui a été adopté par l'ONU en 2015.

Parmi les 17 ODD, voici ceux auxquels notre groupe contribue à son échelle.

## NOS 5 ENGAGEMENTS RSE

	OFFRE	COLLABORATEURS	PARTENARIATS	ENVIRONNEMENT	TERRITOIRE
 Pas de pauvreté			●		●
 Bonne santé et bien-être	●	●			●
 Education de qualité		●	●		
 Egalité entre les sexes		●	●		●
 Eau propre et assainissement	●		●		
 Energie propre et d'un coût abordable				●	
 Travail décent et croissance économique		●	●		●
 Industrie, innovation et infrastructure	●				
 Inégalités réduites			●		●
 Consommation et production responsables	●				
 Mesures relatives à la lutte contre les changements climatiques				●	
 Vie terrestre					●
 Paix, justice et institutions efficaces			●		
 Partenariats pour la réalisation des Objectifs	●	●	●	●	●



G R O U P E  
BEAUMANOIR



La Moinerie - 10, impasse du Grand Jardin  
CS 11887 / 35418 Saint-Malo Cédex

Tél : +33 (0)2 99 19 98 98

<http://www.groupe-beaumanoir.com>

Contact : [sd.contact@groupe-beaumanoir.com](mailto:sd.contact@groupe-beaumanoir.com)

fashion starts with you