

**DÉCLARATION
DE PERFORMANCE
EXTRA-FINANCIÈRE**

**2019
2020**



TABLE DES MATIÈRES

LE GROUPE BEAUMANOIR	03.
NOTRE DÉMARCHE DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE	07.
DES PRODUITS ET SERVICES RESPONSABLES	17.
UN UNIVERS DE TRAVAIL JUSTE ET MOTIVANT	29.
DES PARTENARIATS ÉTHIQUES	37.
UNE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE MAÎTRISÉE	47.
LES RÉSULTATS RSE	57.



LE GROUPE BEAUMANOIR

03

Notre activité et notre ambition

Plus de 12 000 personnes travaillent aujourd'hui dans le monde pour le Groupe Beaumanoir, que ce soit des salariés employés par nos sociétés ou par nos partenaires affiliés.

Notre activité s'organise autour de deux métiers :

- La création et la distribution de prêt-à-porter
- La supply chain

Les articles de nos marques - vêtements et accessoires de mode (chaussures, bijoux, sacs...) - sont conçus par nos équipes basées à Saint-Malo, Paris et Shangai et produits en lien avec nos partenaires fournisseurs.

Ils sont commercialisés pour l'essentiel dans les magasins Cache Cache, Bonobo, Bréal, Morgan et Vib's exploités par le Groupe ou nos partenaires affiliés et franchisés et sur leur site e-commerce et ceux de leurs partenaires.

Notre filiale logistique C-LOG se charge de l'acheminement des produits depuis les différentes régions d'approvisionnement vers nos sept sites logistiques, puis vers les magasins ou directement chez nos clients du e-commerce. C-LOG met par ailleurs son expertise logistique, transport et de préparation de commandes cross-canal au profit d'autres marques de la mode et du luxe.

Le marché mondial du textile est aujourd'hui en pleine mutation : de nouveaux acteurs apparaissent tandis que d'autres se restructurent, les pratiques d'achat évoluent avec le développement rapide de l'omnicanalité, l'utilisation des données au service du client devient un enjeu clef de compétitivité, les règles d'exploitation se renforcent...

Dans ce contexte, le Groupe Beaumanoir compte poursuivre sa transformation digitale et omnicanale et être une entreprise agile au service de ses partenaires et clients pour devenir un acteur majeur de la distribution textile.

Notre vision : devenir numéro 1 de la relation clients pour nos différentes activités

Nos valeurs

Le Groupe Beaumanoir structure son management autour de sept valeurs-clef, qui définissent sa responsabilité envers ses clients, ses collaborateurs et ses partenaires.

L'esprit commerçant

L'esprit commerçant constitue notre ADN et guide l'ensemble de nos actions. Chaque jour nous mobilisons nos compétences pour satisfaire nos clients et faire vivre l'esprit entrepreneurial qui est en nous : relever des nouveaux défis, sortir du cadre et être force d'initiative sont nos raisons d'être.

L'humilité

L'humilité est une valeur humaine forte au sein du Groupe Beaumanoir. L'ouverture sur autrui, la capacité à se remettre en question et l'envie d'améliorer nos pratiques sont un gage important de la pérennité de l'entreprise.

La proximité

La proximité est la clé pour construire des relations solides et durables avec nos salariés, avec nos clients et avec nos fournisseurs. Nous sommes convaincus que c'est seulement en étant proches de nos partenaires, que nous pourrions comprendre les besoins, répondre aux attentes, gagner la confiance mutuelle et bénéficier du partage d'expérience.

Le respect

Le respect est un gage d'acceptation de la diversité des personnes, d'adaptation aux différentes cultures, ainsi que de rigueur vis-à-vis de nos règles et de nos bonnes pratiques.

La réactivité

La réactivité est une nécessité et une force sur un marché en constante évolution. Le Groupe Beaumanoir met en œuvre une organisation basée sur la rapidité dans l'identification de nouvelles idées, dans la prise de décision et dans la mise en application.

La passion

La passion pour notre métier, notre enthousiasme, le « plaisir de gagner ensemble », c'est ce qui nous anime. En rejoignant le Groupe Beaumanoir, on intègre la « TRIBU » !

Le progrès

Le progrès est celui technique et humain, auquel chacun d'entre nous contribue activement. En confiant à nos collaborateurs de véritables responsabilités et en s'appuyant sur une acquisition permanente des connaissances, nous construisons des organisations dynamiques et projetées vers le futur.

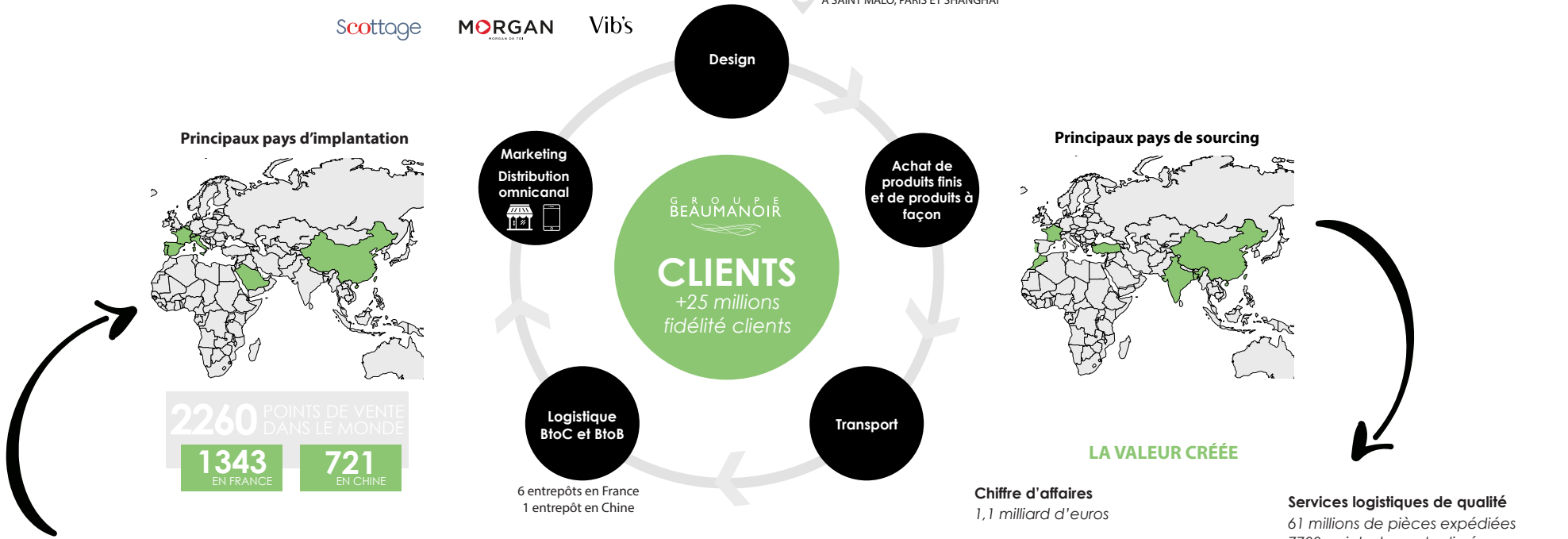
Notre modèle de création de valeur

COMMENT NOUS CREONS DE LA VALEUR

NOTRE VISION : DEVENIR NUMERO 1 DE LA RELATION CLIENTS POUR NOS DIFFERENTES ACTIVITES
NOS VALEURS : Esprit commerçant - Humilité – Proximité – Respect – Réactivité – Passion - Progrès

CACHE CACHE • BODOBO • BRÉAL •
 Scottage • MORGAN • Vib's

SIÈGE DU GROUPE
 À SAINT MALO, PARIS ET SHANGHAI



LES RESSOURCES DONT NOUS AVONS BESOIN

Collaborateurs

12400 personnes dont 4400 salariés

Ressources financières

Actionnariat familial

Actifs matériels et immatériels

Magasins
 Entrepôts logistiques
 Prestations de services

Fournisseurs

340 fournisseurs de produits finis

Partenaires affiliés et franchisés

440 partenaires en France et Chine

Matières premières

Matières renouvelables et non renouvelables
 Electricité et gaz naturel (34 GWh)
 Eau

Transport et logistique pour clients tiers

Environ 25 clients du
 secteur de la mode et du luxe

Chiffre d'affaires

1,1 milliard d'euros

Vêtements et accessoires de mode

48 millions de pièces
 dont 6 millions d'accessoires

Une mode accessible pour les femmes et les hommes

Expériences clients
 Une part importante de points de vente dans des villes de taille petite ou intermédiaire

Satisfaction clients

NPS* compris entre 50 et 60

Services logistiques de qualité

61 millions de pièces expédiées
 7700 points de ventes livrés



Emploi et développement des territoires d'implantation

Produits et -services responsables et innovants



Seconde vie pour des milliers de pièces (recyclage, dons...)
 53% d'électricité d'origine renouvelable

* Net Promoter Score



NOTRE DÉMARCHE DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE

09

Nos principaux enjeux et risques de Responsabilité Sociétale de l'Entreprise (RSE)

NOTRE APPROCHE

Nous avons mis en place fin 2018 un groupe de travail DPEF (Déclaration de Performance Extra-Financière), composé de représentants de nos différentes directions, pour identifier les principaux enjeux RSE – sociaux, environnementaux et sociétaux – associés au modèle économique du Groupe Beaumanoir.

Afin que ce travail soit le plus pertinent possible et bien que le Groupe ne soit pas une société cotée telle que visée par l'article L 225-102-1, nous avons décidé d'inclure les enjeux extra-financiers liés aux droits de l'Homme et à la lutte contre la corruption à notre analyse.

Dans un premier temps, nous avons défini l'univers d'enjeux extra-financiers pertinents pour notre entreprise en nous appuyant sur la norme ISO 26000, une veille sectorielle et média et des référentiels RSE mondiaux¹. 22 enjeux vecteurs de risques ont ainsi été sélectionnés, pour lesquels nous avons identifié les impacts sur la chaîne de valeur du Groupe.

La précarité alimentaire, l'alimentation responsable, équitable et durable et la lutte contre le gaspillage alimentaire n'ont pas été retenus dans la mesure où ces enjeux ne sont pas applicables à notre activité.

Nous avons ensuite mis à jour notre matrice de matérialité. Deux dimensions ont été prises en compte pour prioriser chaque enjeu extra-financier :

- L'importance de l'enjeu sur la performance économique du Groupe Beaumanoir, évaluée par le groupe de travail DPEF en fonction de trois critères : gravité de l'impact pour le Groupe, fréquence des menaces et opportunités liées à l'enjeu et degré de maîtrise de l'enjeu par le Groupe
- L'importance des attentes des parties prenantes sur ces enjeux. Pour cela, nous avons choisi d'interroger au travers d'enquêtes par mail ou par téléphone trois des parties prenantes identifiées comme prioritaires : les salariés, les clients des marques et les fournisseurs textile

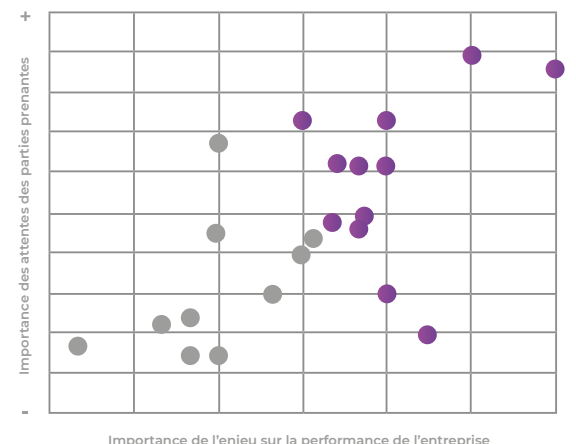
NOS 12 ENJEUX RSE PRIORITAIRES

Notre matrice de matérialité nous a permis d'identifier les enjeux RSE prioritaires pour le Groupe Beaumanoir et nos parties prenantes. Pour la première année, nous avons décidé de retenir dix enjeux, qui présentaient les risques réglementaires, financiers, réputationnels ou opérationnels les plus significatifs pour le Groupe Beaumanoir.

Courant 2019, le groupe de travail DPEF a estimé que deux autres enjeux, qui n'étaient pas ressortis de notre analyse de matérialité, devaient être réévalués au regard de l'évolution globale du marché et des attentes de nos parties prenantes.

Ainsi les enjeux « Economie circulaire » et « Matières textiles » figurent dans la DPEF 2019/2020 car nous estimons qu'ils présentent des risques et opportunités business significatifs pour notre Groupe et doivent, de ce fait, être adressés prioritairement par nos sociétés.

Matrice de matérialité du Groupe Beaumanoir



- | | |
|--|--|
| Qualité de l'offre et services clients | Éthique des affaires |
| Sécurité et santé des clients | Pratiques d'achat responsables |
| Matières textiles | Droits de l'Homme et Conditions de travail |
| Bien-être animal | Préservation de l'eau et des océans |
| Attractivité et fidélisation des talents | Énergie et changement climatique |
| Diversité et égalité des chances | Économie circulaire |

¹ Apparel, Accessories & Footwear Sustainability Accounting Standard (SASB 2015), Environmental Impact of the Global Apparel & Footwear Industries Study (Quantis 2018), Pulse of the fashion Industry (BCG 2017) ...

Enjeux	Risques
Qualité des produits et services clients	Risque réputationnel et d'insatisfaction clients Risque financier liés aux retours produits
Sécurité et santé des clients	Risque de non respect de la réglementation Risque réputationnel et de perte de clients Risque financier lié aux rappels des produits et réclamations
Matières textiles	Risque de perte de compétitivité Risques opérationnel et financier lié à l'épuisement des ressources naturelles
Bien-être animal	Risque réputationnel et de perte de clients Risque de boycott
Attractivité et fidélisation des talents	Risque d'obsolescence des talents Risque financier lié au coût de recrutement et à la perte de compétences
Diversité et égalité des chances	Risque de non respect de la réglementation Risque de déficit d'attractivité et d'engagement des salariés Risque de contentieux
Éthique des affaires	Risque de non respect de la réglementation Risque réputationnel Risque de contentieux
Pratiques d'achat responsables	Risque de non respect de la réglementation Risque de contentieux Risque opérationnel en matière de relations fournisseurs et d'approvisionnement
Droits de l'Homme et conditions de travail dans la supply chain	Risque de non respect des droits de l'Homme et de la sécurité chez nos fournisseurs Risque opérationnel lié à l'interruption de la production Risque réputationnel
Préservation de l'eau et des océans	Risque réputationnel Risque opérationnel Risque environnemental lié à l'épuisement de la ressource
Énergie et changement climatique	Risque de non respect de la réglementation Risque climatique Risque financier lié au coût de l'énergie
Économie circulaire	Risque de non respect de la réglementation Risque réputationnel lié à l'impact de la fin de vie des produits sur l'environnement

Nos engagements RSE

La stratégie RSE du Groupe Beaumanoir s'articule autour de quatre grands engagements qui regroupent l'ensemble de nos douze enjeux RSE prioritaires, sur lesquels le Groupe concentre ses efforts en matière de responsabilité sociétale.



4 engagements	12 enjeux RSE prioritaires
 Offrir des produits et services responsables répondant aux attentes de nos clients	. Qualité de l'offre et services clients . Sécurité et santé des clients . Matières textiles . Bien-être animal
 Assurer à nos collaborateurs un univers de travail juste et motivant	. Attractivité et fidélisation des talents . Diversité et égalité des chances
 Construire et développer des partenariats éthiques	. Éthique des affaires . Pratiques d'achats responsables . Droits de l'Homme et conditions de travail
 Maîtriser notre empreinte environnementale	. Préservation de l'eau . Énergie et changement climatique . Économie circulaire

Nos partenaires

En 2019, le Groupe Beaumanoir est devenu signataire du Fashion Pact. Cette coalition mondiale, présentée par le Président français lors du Sommet du G7 à Biarritz, réunit aujourd'hui plus de 60 entreprises du secteur de la mode et du textile. Toutes se sont engagées à enrayer le réchauffement climatique, restaurer la biodiversité et protéger les océans et à mettre en place des actions concrètes dans leurs organisations respectives. Cette initiative sectorielle devrait permettre à l'ensemble des signataires d'accélérer leur transformation vers des modèles d'entreprises plus durables.

En parallèle, le Groupe Beaumanoir collabore avec des partenaires reconnus et s'appuie sur leur expertise pour la mise en place de programmes de responsabilité sociétale et s'inscrire dans une vraie dynamique de progrès.

Notre Groupe est ainsi 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

Nos marques françaises ont également toutes adhéré à la Better Cotton Initiative. BCI vise à promouvoir un coton plus responsable qui limite l'impact sur l'environnement et sur les Hommes.

Enfin, depuis 2015, nous avons rejoint 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 valoriser notre engagement RSE.



**FASHION
PACT**





DES PRODUITS ET SERVICES RESPONSABLES

Qualité de l'offre et service clients

Satisfaire nos clients est essentiel pour le Groupe Beaumanoir, dont l'ambition est de devenir numéro un de la relation clients. Offrir des produits, des services et une assistance de qualité sont des éléments structurants pour fidéliser nos clients et continuer à nous développer au cours des prochaines années.

Politiques : Nos marques ont mis en place une politique qualité produits structurée notamment autour des chartes « Qualité » fournisseurs, de contrôles et de tests laboratoire. L'accompagnement de nos fournisseurs a été renforcé en 2019 avec davantage de visites de production et d'audits qualité. En parallèle, le Groupe travaille à définir une politique en matière de durabilité de ses produits plus ambitieuse. Notre activité logistique s'inscrit également depuis plusieurs années dans une démarche qualité au travers des certifications ISO 9001 et OEA.

Nos principaux objectifs

- > 80% des références produits testées en laboratoire
- > 100% des entrepôts France certifiés ISO 9001 et OEA

S'ASSURER DE LA QUALITÉ DES PRODUITS AVEC NOS FOURNISSEURS

Des contrats-cadres encadrent le partenariat de nos marques avec leurs fournisseurs. Signés par la totalité de nos fournisseurs, ils comportent notamment des exigences en matière de qualité des produits commercialisés.

Nos départements « Qualité produits » comptent 47 personnes dont 34 contrôleurs qualité présents dans nos pays de sourcing. Ils ont notamment pour mission de s'assurer de la conformité des produits en termes de qualité matière, confection, tenue et bien-aller, de respect de l'étiquetage et du conditionnement, etc.

Des contrôles qualité (tests laboratoire sur propriétés physiques et inspections) sont réalisés dans le cadre de notre politique de tests par des prestataires externes de référence ou par nos propres contrôleurs qualité, avant expédition ou lors de la réception de la marchandise dans nos entrepôts. En cas de problème qualité avéré, une réparation des articles défectueux peut être réalisée. Lorsque le défaut est jugé non acceptable, la marchandise est refusée.

Depuis 2017, le Groupe a délégué à ses fournisseurs certaines opérations de contrôle et de validation des livraisons dans une démarche de confiance et de responsabilisation, et mis en place en parallèle un système d'accréditation de leurs moyens de contrôles. En 2019, le suivi et l'accompagnement de nos partenaires a été renforcé et étendu à de nouveaux fournisseurs.

RÉSULTAT



91 141 contrôles qualité¹

KPI



2018 **78%** 2019 **83%**
des références produits testées
en laboratoire

TRAVAILLER SUR LA DURABILITÉ DE NOS PRODUITS TEXTILES

Depuis plusieurs années, le Groupe tient à proposer à ses clients des produits qualitatifs. En 2019, nous avons décidé de renforcer nos exigences, notamment en matière de tenue à l'entretien, sur la majorité de nos familles de produits.

En parallèle, un groupe de travail a été mis en place pour mesurer la conformité de nos produits aux critères de durabilité définis par l'éco-organisme EcoTLC. Ce travail a permis d'identifier des marges de progrès, qui permettront de faire évoluer une partie de nos standards qualité en 2020.

ASSISTER NOS CLIENTS ET ASSURER UN SERVICE APRÈS-VENTE DE QUALITÉ

Nos marques s'appuient sur des services clients, qui veillent à ce que nos clients soient satisfaits tout au long de leur parcours d'achat.

Leurs équipes, régulièrement formées pour offrir un accueil de qualité, sont là pour répondre aux éventuelles questions des clients. Elles se chargent également de traiter les irritants et les réclamations dans les meilleurs délais. Nos services clients sont accessibles aux personnes sourdes et malentendantes de façon à offrir un service identique à tous. Fin 2019, un dispositif de suivi de la satisfaction post-contact a été déployé en France et permet mesurer la qualité des services que nous apportons au client.

En parallèle, nous interrogeons nos clients quotidiennement au travers d'enquêtes satisfaction. 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.

RÉSULTAT



182 000
contacts clients traités en 2019
par nos Services Clients (France)

KPI



2018 **96%** 2019 **96%**
des appels clients traités
(France)

¹ Tests laboratoire et inspections

GARANTIR DES PRESTATIONS LOGISTIQUES DE QUALITÉ

Depuis 2013, le siège et cinq des entrepôts basés en France de notre société logistique C-LOG sont certifiés ISO 9001, ce qui atteste du bon fonctionnement de leur système de management de la qualité. En novembre 2019, leur certification a été renouvelée et nous avons intégré à ce processus le site logistique de Vatry, repris en 2017. L'objectif est de certifier le septième entrepôt, situé près d'Orléans et ouvert en 2020, dès 2021.

Pour garantir également des processus douaniers de qualité à ses clients, le siège et les cinq entrepôts historiques de C-LOG sont certifiées OEA (certification douanière) depuis 2017. Le renouvellement du certificat, avec intégration du site de Vatry, sera effectif début 2020.

Afin de mesurer la satisfaction de ses clients et de s'inscrire dans une démarche d'amélioration continue, C-LOG a mis en place en 2018 un dispositif d'enquête de satisfaction destiné aux magasins des marques du Groupe Beaumanoir, qui a été renouvelé en 2019.

KPI



2018

5 sur 7

2019

6 sur 7

entrepôts logistiques certifiés ISO 9001

Sécurité et santé des clients

La priorité numéro un pour le Groupe Beaumanoir est de s'assurer que nos clients ne courent aucun risque en achetant nos produits ou en se rendant dans nos magasins et que nos vêtements et accessoires de mode répondent aux réglementations en vigueur. Ce niveau d'exigence est indispensable pour la réputation et la performance économique de nos marques et activités

Politiques : Pour garantir à nos clients la sécurité maximale, nous avons défini un cadre et des dispositifs de contrôle de nos produits exigeants, qui reposent notamment sur nos chartes fournisseurs et une politique d'audits et de tests laboratoires. Notre politique relative aux substances chimiques utilisées dans nos produits ou dans leur processus de fabrication, plus stricte dans certains cas que la réglementation en vigueur, sera encore renforcée en 2020.

Nos principaux objectifs

- > 98% de conformité des produits aux tests chimiques
- > Renforcer le nombre de substances chimiques contrôlées et les seuils de tolérance en 2020

GARANTIR L'INNOCUITÉ DES PRODUITS

Les contrats-cadres, signés par l'ensemble de nos fournisseurs textile, comportent un certain nombre d'exigences visant à garantir leur innocuité et le respect des réglementations en vigueur dans les pays où les produits de nos marques sont distribués.

Pour s'assurer de la conformité des produits, nos départements « Qualité produits » France et Chine demandent chaque année à des laboratoires extérieurs indépendants et reconnus, d'effectuer des tests. Ces laboratoires sont choisis pour leur respect des normes internationales et accréditations, et en particulier pour la Chine, leur accréditation par le gouvernement chinois.

Tout produit non conforme et comportant des substances non autorisées ou dans des quantités au-delà des réglementations est refusé et ne pourra pas être mis en vente.

RÉSULTAT



16 557

tests laboratoire sur
propriétés chimiques

KPI



2018

97.7%

2019

98.3%

des tests chimiques conformes

RENFORCER NOS EXIGENCES EN MATIÈRE DE SUBSTANCES CHIMIQUES

En Europe, nos produits respectent naturellement la réglementation européenne REACH, qui encadre le recours aux substances chimiques et définit le type et les quantités autorisés. En Chine, nos produits sont conformes aux normes GB Standards mises en place par le gouvernement, normes qui encadrent l'absence de certaines substances et limitent les autres.

Depuis plusieurs années et afin de mieux préserver la santé, garantir la sécurité tout au long de notre chaîne de production et réduire notre impact sur l'environnement, nous avons entamé une démarche de limitation, voire suppression de certaines substances chimiques dans nos produits et dans leur process de fabrication, pouvant être plus stricte que les réglementations en vigueur.

Début 2020, nous avons souhaité renforcer encore nos exigences en :

- Intégrant davantage de substances chimiques, présentant potentiellement des risques critiques pour la santé, dans notre plan de tests. De 11 familles de substances chimiques clefs suivies en laboratoire, nous passerons à 12 en 2020.
- Abaissant les seuils de tolérance pour un certain nombre de substances, en particulier les APEO.

Par ailleurs, nous préconisons à nos fournisseurs l'utilisation de matières et accessoires fabriqués en respectant le label OEKOTEX, label qui encadre l'absence ou présence limitée d'un grand nombre de substances chimiques.

RÉSULTAT



11

familles de substances chimiques
clefs suivies en laboratoire

ASSURER LA SÉCURITÉ SUR NOS LIEUX DE VENTE

Le Groupe Beaumanoir respecte dans l'ensemble de ses points de vente la réglementation en vigueur dans le pays d'implantation pour les Etablissements Recevant du Public (ERP). Cette réglementation inclut notamment un volet sécurité (vérification annuelle des extincteurs, des installations électriques par exemple) et s'applique pour les ouvertures de magasins et durant toute la durée de l'exploitation.

Bureaux de contrôle et commissions de sécurité viennent régulièrement contrôler la conformité de nos points de vente.

Matières textiles

Dans l'Analyse de Cycle de Vie d'un produit textile, la matière première (fibres et traitements) représente le principal impact environnemental. Compte tenu de cet enjeu, des attentes fortes de nos clients et parties prenantes et de l'évolution globale du marché de la mode, le Groupe Beaumanoir a voulu accélérer la transformation de son offre vers des produits durables, et intégrer davantage de fibres textiles plus respectueuses de l'environnement dans ses collections.

Politiques : En 2019, le Groupe Beaumanoir a défini et commencé à déployer une politique ambitieuse d'achat de matières textiles plus durables pour l'ensemble de ses marques. Nous nous fixons notamment comme objectifs de remplacer l'intégralité du coton conventionnel, notre principale matière en termes de volumes, par du coton biologique, recyclé ou issu de l'agriculture raisonnée, et de travailler sur des alternatives plus responsables pour le polyester et la viscose. Cette politique fait écho aux engagements pris par notre Groupe dans le cadre du Fashion Pact.

Nos principaux objectifs

- > 100% de coton éco-responsable en 2025
- > 50% de matières textiles éco-responsables en 2025

DÉFINIR NOTRE STRATÉGIE MATIÈRES

En 2019, les équipes sourcing se sont concentrées sur l'analyse du « mix matières » du Groupe Beaumanoir, la compréhension des enjeux environnementaux associés à chacune et les options possibles afin d'en minimiser l'impact sur l'environnement.

Les matières les plus utilisées au global par nos marques sont aujourd'hui le coton, le polyester et la viscose, qui représentent plus de trois quarts de nos volumes d'achat. Ce sont également des matières avec de forts enjeux environnementaux, tels que la consommation d'eau et d'intrants chimiques.

C'est donc logiquement sur ces trois matières que le Groupe a voulu concentrer ses efforts à court et moyen termes.

UTILISER DES FIBRES PLUS DURABLES

Le coton représente 32% des matières utilisées par le Groupe Beaumanoir. Depuis plusieurs années, la marque Bonobo intègre du coton durable dans ses produits. Nous étendons aujourd'hui cette démarche à l'ensemble de nos marques européennes, de manière à avoir 100% de coton durable dans nos collections en 2025.

Pour cela, nous privilégions trois types de cotons alternatifs :

- Le coton issu de l'agriculture biologique
- Le coton recyclé
- Le coton issu de l'agriculture raisonnée

Nos fibres biologiques et recyclées répondent à des référentiels internationaux, respectivement Global Organic Textile Standard (GOTS) ou Organic Content Standard (OCS) et Global Recycle standard (GRS) ou Recycled Claim Standard (RCS), et sont certifiés par des organismes indépendants reconnus.

Notre approvisionnement en coton issu de l'agriculture raisonnée se fait dans le cadre de notre partenariat avec la Better Cotton Initiative (BCI).

Au-delà du coton, le Groupe Beaumanoir s'est engagé à développer l'utilisation d'autres fibres éco-responsables, en particulier le polyester recyclé et la viscose issue de forêts gérées durablement.

KPI



26%

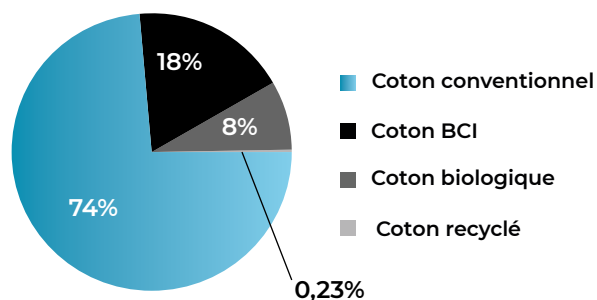
monde

37%

zone Europe Moyen-Orient

de coton durable en 2019

Type de coton utilisé dans les collections du Groupe



ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT

Afin d'assurer l'atteinte de nos objectifs, l'accent a été mis en 2019 sur la formation des équipes achats en France et dans nos bureaux de sourcing.

Le Groupe a développé un programme de formation interne dédié à ces thématiques qui détaille :

- Les impacts environnementaux de nos principales matières premières.
- Les matières alternatives en y associant les potentielles contraintes techniques et financières.
- Les exigences du groupe en termes de traçabilité.

D'ici mars 2020, toutes les équipes achats et sourcing seront formées sur ces sujets.

Parallèlement, nous poursuivons notre travail d'accompagnement des fournisseurs, par des formations individuelles ou collégiales, selon les enjeux et les pays.

De plus, la thématique « Matières durables » a été intégrée dans les business reviews de tous nos fournisseurs clés. Dorénavant, ce sujet est abordé systématiquement et de façon semestrielle, au même titre que la performance qualité, produit ou délai.

Bien-être animal

La mode a toujours utilisé des matières premières d'origine animale dans la fabrication de ses produits. Le respect de la condition animale est aujourd'hui devenu une préoccupation importante pour une grande partie des citoyens. Il est indispensable pour les marques du Groupe Beaumanoir de proposer des alternatives à ces matières et de s'assurer du bien-être animal afin de répondre aux attentes croissantes de leurs clients.

Politiques : Le Groupe Beaumanoir condamne la maltraitance animale. Nous nous sommes engagés en faveur du respect et de la protection des animaux en supprimant de nos collections, certaines matières d'origine animale et en exigeant des garanties de la part de nos fournisseurs.

Nos principaux objectifs

- > 100% des fournisseurs s'engagent dans la protection et le respect des animaux en 2020
- > 100% des approvisionnements en matière d'origine animale proviennent de fermes respectueuses des animaux

INTERDIRE CERTAINES MATIÈRES ANIMALES

Depuis plusieurs années, toutes nos marques ont supprimé l'usage de fourrure animale et de poils de lapin angora véritables dans leurs collections.

Au global, les matières d'origine animale ne représentent qu'une très faible partie de notre consommation de fibres et nous travaillons à trouver des substituts pour certaines d'entre elles. Ainsi, la marque Bonobo a développé sur ses produits denim de nouveaux jacrons¹, composés soit de papier, soit de cuir animal recyclé. A date, près de la moitié de la collection jeans de Bonobo utilise ces nouveaux jacrons.

RÉSULTAT

 **1,7%** des fibres sont d'origine animale

¹ Jacron : pièces de marquage, souvent en cuir, apposées à l'arrière des jeans

LUTTER CONTRE LA MALTRAITANCE ANIMALE AVEC NOS FOURNISSEURS

En 2018, nous avons considérablement renforcé la partie « Respect des animaux » de notre Charte éthique fournisseurs, avec pour volonté de nous aligner sur les standards internationaux les plus exigeants tels que les Cinq Libertés pour le bien-être animal énoncées par l'Organisation mondiale de la santé animale (OIE) ou encore la CITES (Convention sur le commerce international sur les espèces de faune et de flore menacée d'extinction).

Ainsi, les matières d'origine animale proviennent d'animaux traités de façon éthique et responsable durant l'élevage ou l'abattage. Les matières premières provenant d'animaux abattus doivent provenir uniquement d'animaux destinés à l'industrie alimentaire

En signant notre Charte Ethique lors du référencement, nos fournisseurs s'engagent à nos côtés dans la protection et le respect des animaux. A date, 93% d'entre eux ont signé notre charte et 100% pour les fournisseurs des marques européennes. Les fournisseurs ne l'ayant pas fait sont des fournisseurs avec lesquels nous arrêterons de travailler dans les prochains mois.



NOMINER LES MATIÈRES ANIMALES

En 2019, nous avons initié un travail de nomination des fournisseurs de fibres animales afin de garantir que nos matières proviennent d'élevages respectant les droits des animaux.

Ainsi, 100% du mohair contenu dans nos produits provient d'un seul fournisseur nommé par le Groupe Beaumanoir. Cela signifie que nous n'acceptons aucune autre source d'approvisionnement de fibres mohair. Nous avons mis en œuvre le même process pour le cachemire.

D'autre part, nous avons travaillé cette année sur un nouvel outil qui nous permettra de tracer à terme 100% de nos matières animales (plumes, cornes, alpaga, etc). Nous nous inscrivons dans une démarche de progrès continu.



UN UNIVERS DE TRAVAIL JUSTE ET MOTIVANT

29

Attractivité et fidélisation des talents

C'est grâce à nos collaborateurs et à leur implication, que le Groupe Beaumanoir a pu se développer comme il l'a fait depuis sa création. Attirer de nouveaux talents, les faire évoluer et leur donner envie de s'engager à nos côtés sont des opportunités clefs pour la performance économique de nos marques et activités.

Politiques : Pour continuer à développer la notoriété du Groupe en qualité d'employeur et donner envie à de nouveaux collaborateurs de nous rejoindre, nous privilégions les contrats permanents, mettons en place des dispositifs de recrutement innovants et des partenariats privilégiés avec des écoles référentes sur notre territoire et/ou nos métiers. Nous nous attachons également à avoir une politique de formation en cohérence avec notre ambition d'être une entreprise apprenante tout au long de la carrière de nos collaborateurs

Nos principaux objectifs

- > Plus de 85% de contrats permanents dans l'effectif
- > 100% des salariés ont un point annuel avec leur manager d'ici 2022
- > 100% des managers formés au management d'ici 2022

RECRUTER DE NOUVEAUX COLLABORATEURS

Le Groupe recrute chaque année plusieurs centaines de salariés sur ses métiers de la création, de la distribution et de la logistique sur l'ensemble de nos sociétés et territoires. Ces recrutements se font principalement en contrats à durée indéterminée.

En 2019, pour attirer les talents, nous avons retravaillé nos pages employeur sur les jobboards partenaires, pour permettre aux candidats de mieux percevoir l'ambiance de travail au sein du Groupe et avons multiplié les prises de parole sur ce thème sur les réseaux sociaux professionnels. Fiers de notre implantation au sein du territoire malouin, nous avons également organisé la première édition de notre salon de recrutement Groupe : *Beaumanoir on the Beach*. Dispositif original, il a permis à plus d'une centaine de candidats de venir rencontrer des collaborateurs sur une plage de Saint Malo, pour découvrir leurs métiers et des chargés de recrutement pour un premier contact.

En parallèle, les dispositifs de recrutement préexistants ont été poursuivis : journées de job dating, programmes de cooptation, dispositif *Un Job pour mon Conjoint* pour les collaborateurs venant s'établir en pays malouin, participation à des Forums écoles et mise en place de partenariats, dont le programme Career Booster avec Rennes School of Business.

Pour faciliter les recrutements sur notre réseau de magasins, le Groupe a signé fin 2019 un partenariat avec l'application *Job Hopps*, qui permet le cumul de contrats à temps partiel et est désormais actif pour tous nos postes concernés. Au regard du succès du test d'Assistant recruteur s'appuyant sur un Chatbot, mené en 2019 pour les candidats souhaitant travailler dans nos magasins parisiens, le Groupe a décidé de déployer le dispositif à l'ensemble du réseau en 2020.

RÉSULTATS



4 407

salariés au 29/02/2020

12

partenariats écoles (France)

KPI



2018

89%

de contrats permanents dans l'effectif

2019

90%

DÉVELOPPER LES TALENTS

Plusieurs programmes accompagnent les collaborateurs dans leur trajectoire de carrière. Le dispositif de revue de carrière, *People Review*, permet de partager entre managers les perspectives d'évolution des collaborateurs et de dessiner des trajectoires professionnelles.

Ces trajectoires sont ensuite accompagnées par notre politique de formation. Le Groupe a poursuivi en 2019, le développement de modules de e-learning et a réalisé les premières promotions du *Beaumanoir Talent Program* destinées aux managers.

Enfin, 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.

RÉSULTAT



1 810

salariés formés en 2019

KPIs



77%

des salariés¹ bénéficient d'un point annuel avec leur manager en 2019 (France)

63%

des managers formés au management en 2019 (France)

RENFORCER NOTRE MARQUE EMPLOYEUR

Pour faciliter l'intégration au sein de la « Tribu Beaumanoir » et la prise de fonction, des parcours d'intégration sont systématiquement mis en place pour les personnes du siège et les responsables magasins situés en France, avec notamment la découverte des services pendant deux semaines et un système de parrainage. L'objectif des marques est de développer dès 2020 des parcours d'intégration pour l'ensemble des équipes magasin.

Des événements internes réguliers, l'association sportive ASGB animée par et pour les collaborateurs des sites bretons et sponsorisée par le Groupe, des projets collaboratifs tels qu'un jardin potager sur notre site logistique de Cambrai et l'installation de ruches près de nos entrepôts permettent également de partager des moments de convivialité.

Le Groupe Beaumanoir a continué à privilégier le bien-être au travail de ses collaborateurs avec la mise en place d'une association sportive à Paris en 2019.

KPI



2018

4,7

2019

5,0

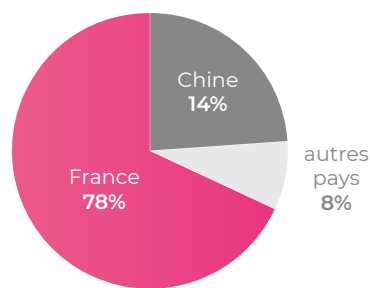
années d'ancienneté moyenne

FAVORISER UN DIALOGUE SOCIAL DE QUALITÉ

En France, le Groupe a mis l'accent avec ses partenaires sociaux sur le temps de travail. Des accords d'entreprise ont été signés sur ce sujet, l'objectif étant d'allier performance de l'entreprise et qualité de vie au travail.

En 2019, un accord Groupe en faveur de l'insertion et du maintien dans l'emploi de personnes handicapées a été signé par l'ensemble des organisations syndicales représentatives pour le sociétés françaises.

Répartition des effectifs par pays



Diversité et égalité des chances

Respecter l'égalité des chances et de traitement entre salariés est une obligation réglementaire et une attente forte de la Société. C'est également une opportunité de développement et de performance économique pour une entreprise comme le Groupe Beaumanoir.

Politiques : Le respect est une des sept valeurs clefs du Groupe Beaumanoir. Lutter contre toute forme de discrimination dans le recrutement et au travail est un principe fondamental de notre Charte éthique. Nous encourageons également l'insertion professionnelle de jeunes, et de personnes en situation de handicap au travers de notre Mission Handicap. Un accord Groupe en faveur de l'insertion et du maintien dans l'emploi de personnes handicapées a été signé courant 2019 en France, nous fixant des objectifs et nous engageant à déployer un certain nombre d'actions à court et moyen termes.

Nos principaux objectifs

- > Parité en termes d'effectifs Hommes – Femmes maintenue au sein des cadres dirigeants
- > A minima 20% d'hommes dans l'effectif global d'ici 2022
- > Taux d'emploi de personnes en situation de handicap $\geq$ 4% en 2022 (France)

LUTTER CONTRE LES DISCRIMINATIONS

La Charte éthique du Groupe Beaumanoir affirme 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.

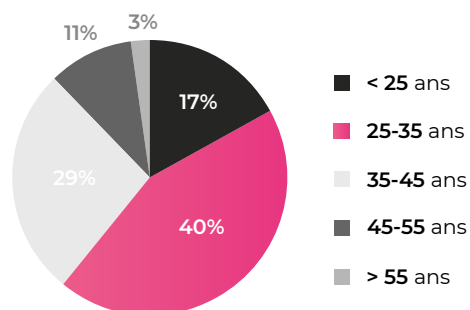
La Charte Ethique, disponible sur notre site internet, a été diffusée à l'ensemble des collaborateurs du Groupe. Une formation e-learning obligatoire a été mise en place pour s'assurer de l'appropriation des principes de ce document fondateur par tous.

Un Comité éthique, composé des dirigeants de l'entreprise, se réunit deux fois par an pour s'assurer d'une vigilance continue des équipes sur ce sujet.

FAVORISER L'INSERTION PROFESSIONNELLE DES JEUNES

L'insertion des jeunes diplômés sur le marché de l'emploi a toujours été importante pour le Groupe Beaumanoir. Aujourd'hui, près de 40% de nos salariés ont moins de 30 ans. En France, nous avons déjà plusieurs partenariats avec des écoles et avons mis en place de nouveaux partenariats en 2019, avec l'IUT de Saint-Malo, l'ESSCA d'Angers, les Ateliers Chardon Savard, la Faculté des Métiers ...

Répartition des effectifs salariés par âge



S'ASSURER DE L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES

Nous sommes attentifs à ce que les femmes et les hommes soient traités de manière équitable tout au long de leur parcours au sein du Groupe.

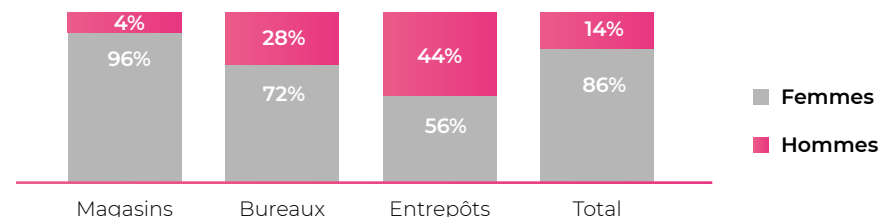
Les équipes des ressources humaines veillent notamment à ce que les seuls critères de compétences soient pris en compte au moment du recrutement, et à ce que l'accès à la formation soit identique pour tous.

Concernant les rémunérations, une grille de classification des emplois a été déployée en 2018. Elle a permis de vérifier l'équité entre les salariés, d'objectiver les catégories d'emplois, ainsi que les éventuels écarts de salaires, notamment entre hommes et femmes. En cas d'écarts injustifiés constatés, l'entreprise s'engage à faire le nécessaire pour régulariser les situations.

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 et des bilans sont réalisés chaque année pour identifier d'éventuelles pistes d'amélioration.



Répartition des effectifs par genre

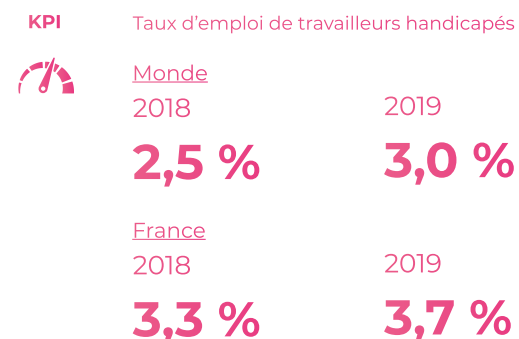


INSÉRER ET MAINTENIR DANS L'EMPLOI LES TRAVAILLEURS HANDICAPÉS

Le Groupe Beaumanoir s'applique à favoriser l'intégration et le maintien dans l'emploi de personnes en situation de handicap, via l'aménagement des postes de travail, l'achat de prestations de services et de produits auprès du secteur protégé, l'information des collaborateurs sur la reconnaissance du handicap, la sensibilisation des salariés à l'occasion notamment de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées, ou encore l'emploi de salariés à domicile lourdement handicapés pour la réalisation de certaines missions administratives.

Le Groupe continue à participer deux fois par an au salon de recrutement virtuel Hello Handicap qui lui permet de recruter à chaque fois plusieurs personnes pour des contrats à durée déterminée essentiellement sur le réseau. Cette démarche donne notamment l'occasion à des personnes intéressées par le secteur du prêt à porter de découvrir concrètement ces métiers et de mesurer leur aptitude à occuper ces postes.

La mission handicap, créée en 2018, incarne les ambitions du groupe sur le sujet du handicap et l'anime tout au long de l'année auprès des équipes.





DES PARTENARIATS ÉTHIQUES

37

Éthique des affaires

Dans un contexte réglementaire en évolution constante, le respect des règles d'éthique des affaires est une valeur fondamentale pour le Groupe Beaumanoir et est indispensable pour assurer un développement durable et rentable.

Politiques : Notre engagement est d'être une entreprise responsable partout où nous intervenons et que l'ensemble de nos dirigeants et salariés se conforment aux lois et règlements en vigueur. Nous nous appuyons sur notre Charte éthique, la formation des collaborateurs et un dispositif qui permet à toute personne d'alerter la direction sur un fait ou comportement non éthique pour prévenir les conflits d'intérêts, la corruption et la fraude, et respecter les règles de concurrence.

Nos principaux objectifs

> 100% des collaborateurs du siège Groupe sensibilisés à l'éthique des affaires d'ici 2021

RÉAFFIRMER NOS EXIGENCES EN MATIÈRE DE CONDUITE DES AFFAIRES

À la suite du travail de cartographie des risques effectué en 2017, le Groupe Beaumanoir 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-beumanoir.com/le-groupe-et-ses-valeurs/>), rappelle les principales valeurs du Groupe et les principes éthiques que nous défendons en matière de conduite des affaires : fiabilité, sincérité, équité, responsabilité sociétale et lutte contre la corruption.

Elle précise également les règles qui doivent guider les comportements des collaborateurs dans leur activité professionnelle et notamment avec nos partenaires.

PRÉVENIR ET LUTTER CONTRE LA CORRUPTION ET L'ÉVASION FISCALE

En matière de corruption nous appliquons une politique stricte, explicitement rappelée et détaillée dans notre Charte éthique ainsi que la procédure à suivre en cas de découverte d'agissements suspects.

Afin de renforcer encore notre programme de lutte contre la fraude et l'évasion fiscale, nous avons mis en place en 2018 de nouvelles règles concernant le référencement et le paiement de nos fournisseurs

FORMER LES COLLABORATEURS

Afin que nos collaborateurs s'approprient la Charte éthique, une campagne d'information et de sensibilisation a été déployée en 2018, ainsi qu'un module e-learning dédié et obligatoire en France. Des formations en présentiel pour les collaborateurs les plus à risque (équipes achats, contrôleurs qualité...) ont été mises en place en parallèle dans nos principaux bureaux d'achats et de liaison notamment. Nous avons poursuivi le déploiement de ces modules de formation en 2019



PROPOSER UN DISPOSITIF D'ALERTE

En parallèle, une Commission composée des dirigeants du Groupe et présidée par notre Direction Générale a été créée en 2018. Cette Commission est destinée à traiter les potentiels signalements, une procédure de signalement étant aujourd'hui à disposition de tous nos salariés, mais aussi à assurer une démarche de progrès continu en matière de conformité.

ORGANISER LA DÉMARCHE À L'INTERNATIONALE

Afin d'assurer au mieux le respect de nos engagements à l'international, le Groupe Beaumanoir a nommé en 2019 des relais « compliance » dans ses principales filiales : Chine, Bangladesh, Turquie, Suisse, Espagne.

¹ Salariés travaillant dans les bureaux (hors magasins et entrepôts logistiques)

Pratiques d'achat responsables

Compte tenu de son activité, le Groupe Beaumanoir est amené à travailler avec de nombreux fournisseurs. Il est important pour nous de respecter les réglementations régissant les relations entre donneurs d'ordre et fournisseurs en vigueur. Il est également important de sécuriser notre approvisionnement et de construire avec ces entreprises des partenariats solides, afin de nous développer dans la durée et de nous engager ensemble dans une dynamique de progrès.

Politiques : La démarche d'achats responsables du Groupe s'appuie sur le programme « Supplier Relationship Management », qui vise à établir des relations durables, équilibrées et de confiance avec nos fournisseurs. Notre objectif pour les années à venir est de poursuivre le déploiement de ce programme et ainsi de continuer à stabiliser notre base fournisseurs, notamment avec ceux avec lesquels nous souhaitons établir une relation partenariale de long terme.

Nos principaux objectifs

> 85% des fournisseurs textile clefs ont des partenariats stables avec les marques du Groupe en 2021

AMÉLIORER LA GESTION DE LA RELATION FOURNISSEUR

Aujourd'hui, le Groupe Beaumanoir travaille avec 341 fournisseurs de textile et accessoires de mode à travers le monde.

Afin de gagner en efficacité, d'adapter et affiner notre stratégie en fonction des catégories de fournisseurs, nous disposons et utilisons depuis 2017 un outil de gestion de la relation Fournisseurs « Supplier Relationship Management » (SRM) en France.

Ce programme a pour vocation de nous aider, entre autres, à :

- Améliorer notre connaissance des fournisseurs
- Rationnaliser et stabiliser notre base fournisseurs
- Gérer les risques
- Identifier plus facilement les fournisseurs à potentiel avec lesquels nous pourrions développer des partenariats renforcés
- Favoriser le développement de relations commerciales sur le long terme
- Mieux suivre la performance financière et extra financière des fournisseurs
- Favoriser l'innovation

En outre, nos filiales chinoises et française évaluent annuellement les fournisseurs sur un ensemble de critères quantitatifs qui permettent ensuite de les classer selon leur niveau de performance. Ainsi, les fournisseurs identifiés comme stratégiques se voient proposer un accord de partenariat avec des engagements mutuels sur le long terme

RESULTAT



341

fournisseurs

KPI



2018

74 %

2019

78 %

de nos fournisseurs clefs¹ ont collaboré avec les marques du groupe sur les 2 dernières années.

ACCOMPAGNER LE CHANGEMENT

Dans le cadre de cet objectif, la Direction Sourcing du Groupe Beaumanoir accompagne depuis sa création en 2018, les fournisseurs textile et prêt-à-porter, avec entre autres une équipe dédiée au maintien et à l'exploitation du programme SRM.

Outre les outils existants tels que :

- Les contrats cadre qui régissent la relation commerciale avec l'ensemble de nos fournisseurs (cahier des charges)
- Les profils fournisseurs et les profils usines nous permettant de mieux connaître nos fournisseurs
- Les outils d'évaluation et de catégorisation des fournisseurs

des revues d'activités sont organisées depuis 2019, notamment avec les fournisseurs clefs.

¹ Fournisseurs représentant plus de 80% de la valeur d'achat du Groupe Beaumanoir

Droits de l'Homme et conditions de travail dans la chaîne d'approvisionnement

Il est indispensable pour un groupe international et un important donneur d'ordres comme le Groupe Beaumanoir, de prendre les mesures nécessaires pour que les produits commercialisés soient fabriqués dans le respect des droits de l'Homme et des réglementations internationales en matière de conditions de travail

Politiques : Nous avons mis en place une Charte éthique fournisseurs qui détaille nos exigences en matière de respect des droits de l'Homme et du droit du travail, et que nos fournisseurs s'engagent à appliquer dans leurs usines. Ce dispositif s'accompagne d'une politique d'audits sociaux et de visites de contrôle dans l'ensemble de nos pays de sourcing, et lorsque cela est nécessaire, d'un programme d'accompagnement des usines dans la mise en place d'actions correctives.

Nos principaux objectifs

- > 100% des usines de tissu¹ (rang 2) cartographiées d'ici 2025
- > 100% des usines de confection (rang 1) et des usines de tissu¹ (rang 2) hors Union Européenne auditées respectivement d'ici 2021 et 2025

TRACER NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Aujourd'hui, nous travaillons avec 341 fournisseurs et 868 usines de rang 1 réparties dans 23 pays.

Le Groupe Beaumanoir a aujourd'hui une visibilité complète sur les usines de confection de prêt-à-porter et accessoires (rang 1), ainsi que sur les usines de délavage des jeans (rang 2). Il a également une visibilité partielle sur les étapes de fabrication du tissu et de teinture. L'objectif pour les années à venir est d'augmenter notre niveau de connaissance de l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement, notamment sur les étapes de teinture et tissage.

RESULTATS



23

pays de production

868

usines (rang 1)

ENGAGER NOS FOURNISSEURS

Afin de mobiliser nos fournisseurs sur ces sujets, notre Charte éthique fournisseurs précise les exigences de nos marques concernant les sites de production, les conditions de fabrication et les produits.

¹ Tissus en provenance de fournisseurs / usines « nominés », c'est à dire choisis par le Groupe Beaumanoir

Cette charte intègre également :

- le code de conduite amfori BSCI, dont nous sommes membres depuis 2013¹, et qui 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.
- Les règles relatives à la qualification des nouvelles usines et l'interdiction formelle de la sous-traitance non déclarée.

Pour travailler avec nos marques, tous nos partenaires doivent signer notre Charte éthique fournisseurs et donc s'engager à respecter notre code de conduite et les normes sociales et environnementales qui y figurent. A date, 93%² d'entre eux ont signé notre nouvelle charte. Les fournisseurs ne l'ayant pas fait sont les fournisseurs avec lesquels nos marques arrêteront de travailler dans les prochains mois.

ENGAGER L'ENSEMBLE DE NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Nous demandons à nos fournisseurs de communiquer notre code de conduite à leur propres sous-traitants et fournisseurs (mécanisme de « l'effet de cascade »).

En 2019, nous avons poursuivi le déploiement de notre projet pilote « Going Beyond Tiers 1 – Cascade Effect » ayant pour objectif de maîtriser et d'améliorer les conditions de travail sur l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement, au-delà du rang 1. Ainsi, nous avons systématisé la réalisation de cartographies des sous-traitants de tous nos fournisseurs au Bangladesh, et avons déployé le projet auprès de nos principaux fournisseurs en Turquie et en Inde. Le projet est en cours de déploiement sur la Chine.

AUDITER 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. Les audits sociaux sont réalisés dans les usines identifiées comme prioritaires au regard des volumes de commande, du niveau de risque lié au pays de production, de la typologie de produits fabriqués, etc.

Ils sont effectués soit en interne par nos quatre auditeurs sociaux établis en Chine, en Turquie, au Bangladesh et en France, soit par des prestataires externes reconnus et accrédités par amfori BSCI. Au cours de l'année, nous avons conduit 302 audits sociaux.

Afin d'avoir un reflet réaliste des conditions de travail, nous organisons de plus en plus d'audits inopinés ou semi-annoncés (l'usine ne sait pas du tout, ou pas exactement, quand nos auditeurs vont passer). Nous allons encore renforcer cette politique en 2020 afin que cela devienne la norme.

Les collaborateurs de nos bureaux de sourcing et de liaison, répartis dans les principaux pays de sourcing, assurent également 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 ».

¹ 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.

² 100% pour les marques européennes

Audits des usines de rang 1 (29/02/2020)

Marques	Zone de production	Nombre total d'usines de rang 1	% d'usines de rang 1 auditées
Cache Cache Europe, Bonobo, Bréal, Morgan	Union Européenne	165	27%
	Hors Union Européenne	575	99%
Cache Cache China [magasins en Chine]	Hors Union Européenne	128	48%
Total Groupe	Monde	868	78%

RESULTAT



302

audits sociaux réalisés sur la période



KPI

2018

66 %

2019

90 %

des usines de rang 1 hors UE auditées

ACCOMPAGNER NOS FOURNISSEURS DANS UNE DÉMARCHE DE PROGRÈS

Le Groupe Beaumanoir s'inscrit dans une démarche de progrès pour construire des partenariats sécurisés et de confiance avec nos fournisseurs, en matière de performance sociale notamment.

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 correctif, 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 organisées par amfori BSCI dans les pays de sourcing. Notre Pôle Sourcing Durable oriente les partenaires vers ces différentes formations en fonction de leurs besoins ou de la nature des non-conformités décelées durant les audits.

En 2019, nous avons accentué notre politique d'accompagnement des usines sur le plan social, en réalisant moins d'audits afin de dégager plus de temps à nos équipes pour accompagner les usines dans l'analyse des causes des non-conformités et dans la mise en œuvre des plans d'actions correctifs. Nos efforts se sont notamment concentrés sur la réduction des heures supplémentaires au Bangladesh et l'amélioration de la sécurité incendie et des équipements électriques dans les usines en Inde.

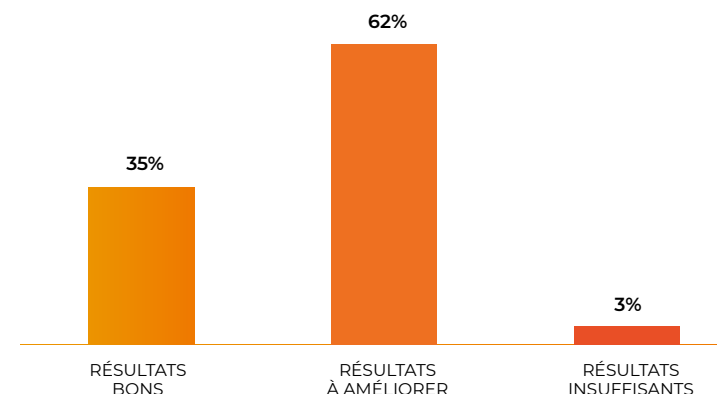
KPI



35 %

des usines de rang 1 hors UE¹ avec résultat « bon » en 2019

Conformité des usines auditées (hors filiale chinoise)



EXIGER LA 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 à notre charte éthique fournisseurs 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.

¹ Hors marque Cache Cache Chine



UNE EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE MAÎTRISÉE

47

Préservation de l'eau et des océans

L'eau joue un rôle essentiel dans notre chaîne de valeur, que ce soit en amont pour obtenir les fibres et transformer les textiles, ou en aval pour l'utilisation de nos produits par nos clients. La préservation de l'eau est donc une priorité pour le Groupe Beaumanoir, notamment pour accroître la résilience de son modèle d'affaires face à une ressource naturelle en tension et limiter les risques d'image

Politiques : Le Groupe Beaumanoir s'est engagé à réduire la quantité d'eau consommée et à préserver sa qualité sur sa chaîne d'approvisionnement au travers d'une politique d'audits environnementaux ciblés, mise en œuvre dans des unités de production clefs. En parallèle, nos marques déploient des démarches d'éco-conception de leurs produits et emballages et de sensibilisation de leurs clients, visant en particulier à mieux préserver l'eau et les océans.

Nos principaux objectifs

- > 100% des unités de délavage de jeans et pantalons auditées en 2020
- > 100% des emballages e-commerce en matière recyclée et/ou renouvelable d'ici 2022

GARANTIR LE TRAITEMENT DES EAUX USÉES ET UNE MEILLEURE GESTION DE L'EAU DANS LES USINES

L'un des enjeux majeurs de consommation et de pollution de l'eau dans le secteur textile se situe au niveau de la teinture et du délavage des produits.

En 2018, nous avons initié un travail d'audit environnemental des usines de prêt-à-teindre et de délavage de nos fournisseurs de jeans et pantalons, notre objectif principal étant de garantir, dans chaque usine, la présence d'une station d'épuration des eaux usées qui soit fonctionnelle. En 2019, nous avons poursuivi ce travail d'audit environnemental et la mise en œuvre des plans d'actions correctives. Sans les événements liés au coronavirus survenus début 2020 en Chine, notre objectif d'avoir audité 100% des unités de délavage jeans à fin février aurait été atteint.

Pour les usines, l'action corrective la plus récurrente à mettre en place est l'installation de compteurs d'eau au niveau global et à chaque étape de production. Les compteurs permettent d'identifier les process de production les plus gourmands en eau et les actions à mettre en œuvre en priorité, puis dans un second temps, de mesurer les quantités d'eau économisées.



¹Audit environnemental portant sur les stations d'épuration des eaux usées

VEILLER À RÉDUIRE L'EMPREINTE EAU LIÉE AU AUX PROCÉDÉS DE TRANSFORMATION DES PRODUITS

Bonobo s'attache depuis plusieurs saisons à faire évoluer les procédés de délavage et de teinture de ses jeans au profit de nouvelles technologies nécessitant moins d'eau et de traitements chimiques, telles que :

- Le délavage à l'ozone, obtenu en transformant l'oxygène de l'air, pour donner l'aspect délavé et usé à la toile du jeans
- Le laser pour créer, à sec et sans produits chimiques, des effets sur les jeans
- Le délavage aux noyaux de fruits recyclés, des olives principalement
- Le procédé e-flow pour sa nouvelle gamme de Jeans éco-responsables lancée au printemps 2018, et étoffée en 2019 et 2020
- Des colorants issus de déchets agroalimentaires (coquilles de noix, résidus de betteraves, feuilles de palmiers...) sur quelques modèles commercialisés début 2019

Ces procédés de délavage innovants réduisent de 70 à 100 % la consommation en eau sur chaque jean fabriqué par rapport à des procédés conventionnels. Le délavage à l'ozone et l'e-flow permettent également d'économiser à minima 50% de produits chimiques et donc de mieux préserver la qualité de l'eau et des océans.

En parallèle, Bonobo a commencé en 2019 à subsister aux procédés conventionnels de finitions des accessoires (zip, boutons, rivets...) des procédés nécessitant moins d'eau, moins de produits chimiques, et moins d'énergie.

LIMITER NOS EMBALLAGES EN PLASTIQUE

En 2019, des mesures ont été prises pour réduire le nombre de sachets plastiques (polybags) utilisés pour l'acheminement des produits depuis nos pays de sourcing. Notre objectif est de poursuivre ses efforts, tout en préservant la qualité de nos produits, ces emballages contribuant à protéger les produits contre l'humidité et à faciliter leur manutention.

En parallèle un groupe de travail chargé de revoir nos emballages e-commerce s'est mis en place cette année, avec pour ambition de ne plus avoir, en France, que des emballages en matière recyclée et/ou renouvelable en 2022.

ENGAGER NOS CLIENTS

En France, les marques du Groupe Beaumanoir sensibilisent leurs clients sur le rôle qu'ils peuvent jouer pour mieux préserver l'eau lorsqu'ils lavent leurs produits.

Des recommandations pour prendre soin des produits tout en préservant la planète figurent sur nos étiquettes d'entretien, ainsi que le logo « clevercare.info », site où sont dispensés des conseils d'éco-entretien.

En parallèle, nous avons mis à disposition des équipes de vente France l'application Mon Etiquette du Cofreet. Elle permet 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, et notamment de l'eau.

Énergie et changement climatique

Face aux réglementations visant à réduire les consommations énergétiques et les pollutions associées, au renchérissement de l'énergie et aux fortes attentes de la Société concernant le climat, le Groupe Beaumanoir se doit d'agir sur l'ensemble de sa chaîne de valeur pour limiter l'impact de ses activités et améliorer sa performance économique.

Politiques : Depuis plusieurs années, nos sociétés se sont engagées à réduire leur consommation d'énergie et mettent en place des programmes d'efficacité énergétique sur l'ensemble de leurs sites. Nous limitons également l'impact de nos activités sur le climat par des politiques ciblées (achat, logistique...), l'accompagnement de nos fournisseurs et un engagement fort en faveur des énergies renouvelables.

Nos principaux objectifs

- > 100% d'électricité d'origine renouvelable en France d'ici 2025
- > 100% des entrepôts France certifiés ISO 14001
- > Baisse de 30 % des émissions de Gaz à Effet de Serre d'ici 2030 (base 2019)

MESURER NOTRE IMPACT

Au cours des dernières années, plusieurs des marques du Groupe ont effectué leur bilan carbone (scopes 1 à 3) et leur bilan de gaz à effet de serre (scopes 1 et 2). En 2019, cela a été au tour de la société C-LOG de lancer un bilan carbone sur son périmètre d'activité logistique et transport, puis du Groupe, début 2020. Ce travail de mesure des émissions de GES aide nos équipes à identifier et évaluer les principales sources d'émissions et à définir leur stratégie carbone pour les prochaines années.

En 2019, les marques Cache Cache, Bonobo, Bréal, Morgan et l'enseigne Vib's ont réalisé un nouvel audit énergétique réglementaire de leur activité.

DIMINUER NOTRE CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE

En France, le Groupe a mis en place plusieurs mesures pour réduire la consommation d'énergie en **magasin** :

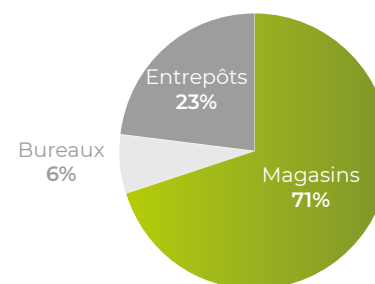
- Programme d'efficacité énergétique dans l'ensemble de nos succursales depuis 2018, en partenariat avec une société spécialisée
- Installation systématique d'éclairage LED et d'équipements de chauffage et de climatisation à haute performance énergétique lors des rénovations ou ouvertures
- Amélioration de l'isolation thermique et de l'étanchéité à l'air des magasins
- Exigence renforcée en matière de performance énergétique des locaux qui nous sont livrés (conformité à la Réglementation Thermique 2012 ou 2020)

En 2020, le module e-learning « Mon point de vente responsable » destiné aux équipes magasin sensibilisera encore davantage les collaborateurs à la bonne gestion de l'énergie notamment.

Dans les **entrepôts** C-LOG basés en France, un important travail d'optimisation des consommations d'énergie est en cours ces dernières années : installation d'éclairage LED, recours au zonage pour l'éclairage, traitement des déperditions de chaleur... En 2019, l'équipe chargée de la maintenance des bâtiments a mis en place de nouveaux plans d'actions après des analyses détaillées des consommations. Des modifications et réglages ont été apportés sur les installations existantes, les Gestions Techniques Centralisées (GTC) ont été optimisées, et quelques investissements réalisés, qui ont permis d'enregistrer au global des gains énergétiques de 8% par rapport à l'année précédente. Deux de nos entrepôts sont certifiés HQE Construction et THPE d'une part, et HQE Production d'autre part.

Dans nos **bureaux**, les caractéristiques de nos équipements bureautiques, les paramétrages automatiques (signatures des mails, moteur de recherche...) et la sensibilisation régulière des collaborateurs aux éco-gestes contribuent à réduire nos consommations. Créé début 2019, un Comité Green IT est chargé d'animer cette démarche.

Répartition par site de la consommation d'énergie



RÉSULTATS



Consommation d'énergie :

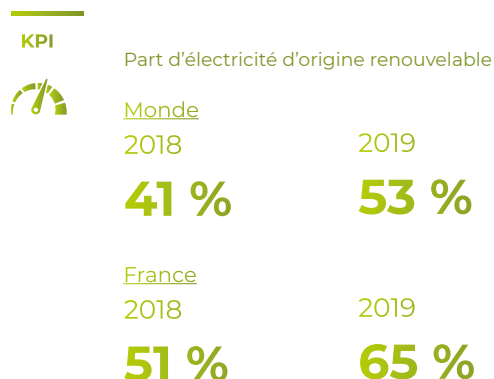
33 618 MWH

dont électricité : **29 156** MWH

dont gaz : **4 462** MWH

FAVORISER LES ÉNERGIES RENOUVELABLES

L'électricité représente aujourd'hui 87% de l'énergie globale du Groupe Beaumanoir. Depuis 2015, nos sociétés achètent de l'électricité d'origine renouvelable pour leurs entrepôts, bureaux et magasins. En France, notre objectif est d'atteindre 100% d'électricité verte pour l'ensemble des sites d'ici 2025.



RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE ET CELLE DE NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Sur la base des bilans carbone effectués par ses marques et activités, le Groupe travaille à réduire les postes d'émissions de gaz à effet de serre les plus significatifs, et met en place un certain nombre d'initiatives :

- Intrants : Utilisation de fibres biologiques, recyclées ou éco-responsables, ayant un plus faible impact carbone, dans nos collections (voir partie « Matières textiles »).
- Transport : Part du transport maritime dans l'acheminement des produits de nos marques stabilisée en 2019 après une hausse significative en 2018. Le transport par train, testé entre la France et la Chine en 2018, a continué à être utilisé en 2019 et sera potentiellement amené à se développer au cours des prochaines années pour le grand import. Concernant le transport des produits des entrepôts vers nos magasins, nous avons initié cette année un projet pilote pour livrer cinq points de vente situés en Ille-et-Vilaine avec des véhicules électriques.
- Logistique : Certification ISO 14001 du siège de l'activité logistique et de six entrepôts en 2019. L'objectif est de certifier le septième entrepôt C-LOG démarré en 2020, dès 2021.
- Déplacements des collaborateurs : En 2019, un travail a été initié en France pour faire évoluer la flotte d'entreprise vers des véhicules moins polluants ; il sera poursuivi en 2020, notre objectif étant de réduire de 10% le taux moyen d'émissions de CO2 d'ici 2021

- Utilisation et fin de vie des produits : Sensibilisation des clients au bon entretien des textiles via l'étiquetage des vêtements, les sites internet des marques et la formation des équipes magasin. En 2020, toutes nos marques proposeront à leurs clients une solution de reprise de leurs vêtements usagés (voir partie « Economie circulaire »).

La chaîne d'approvisionnement représente également une part conséquente de l'impact climat du Groupe. Grâce à notre engagement dans la démarche amfori BEPI (Business Environmental Performance Initiative), nous avons effectué cette année avec nos principaux fournisseurs un état des lieux de la performance environnementale globale de leurs usines (eau, énergie, déchets, pollutions...). Le projet a été déployé dans une soixante d'usines implantées au Bangladesh, en Chine, en Turquie, au Maroc et au Portugal :

- Recueil de données environnementales complètes sur les trois dernières années via le questionnaire d'auto-évaluation
- Analyse du niveau de gestion environnementale de chaque site de production
- Présélection pour chacun des sites des quatre domaines environnementaux prioritaires, fonction du niveau de l'usine, de ses process de production, et de ses impacts sur l'environnement.

L'année 2020 sera consacrée à la mise en œuvre des actions d'accompagnement et / ou des actions correctives en usine, telles que des missions de conseil spécialisé, des formations techniques¹ (gestion de l'énergie, gestion des eaux usées, système de management environnemental...), des audits de gestion des produits chimiques, des tests des eaux usées ou des boues² ...

¹Formation via des sessions de e-learning et des workshops/conférences/cours proposés par amfori dans les principaux pays de sourcing

²Boues : déchets des stations d'épuration après retraitement des eaux usées

Économie circulaire

Le cadre réglementaire en matière d'économie circulaire se renforce fortement en France. Pour le Groupe Beaumanoir, cela implique notamment de bien gérer les déchets générés par ses activités et d'engager ses parties prenantes. Cela crée également pour nos marques et activités l'opportunité d'offrir de nouveaux services à leurs clients.

Politiques : Le Groupe Beaumanoir a défini et déploie sur l'ensemble de ses sites des programmes visant à mieux trier et valoriser les déchets et met en œuvre une politique d'accompagnement de ses fournisseurs sur cette thématique. Au-delà, les marques du Groupe se sont engagées à offrir à leurs clients un service de reprise de leurs vêtements usagés, de manière à leur offrir une deuxième vie.

Nos principaux objectifs

- > 100% des déchets des entrepôts valorisés et près de 95% recyclés d'ici 2025
- > 100% des magasins en France proposent la reprise de vêtements usagés en 2020¹

OPTIMISER LA GESTION DES DÉCHETS SUR NOS SITES

En **magasin**, la gestion des déchets courants est complexe car les possibilités de tri et de valorisation dépendent de l'emplacement (ZAC, centre-ville ou centre commercial) et de la région où est implanté le point de vente. En 2019, et de manière à garantir une bonne valorisation de nos déchets carton et plastique, un projet pilote a été mis en place avec une société spécialisée sur une partie du réseau Vib's. Il devrait être étendu aux autres enseignes du Groupe en 2020. En parallèle, notre Groupe travaille depuis plusieurs années en partenariat avec l'éco-organisme Valdélia pour assurer la valorisation des déchets d'éléments d'ameublement.

Dans nos **entrepôts**, nous recyclons nos déchets d'exploitation : carton, papier, bois, verre, métal et certains plastiques. Afin d'améliorer encore notre taux de tri, l'objectif en 2020 est de retravailler la signalétique sur site, d'adapter certains contenants de tri et de sensibiliser les équipes. Au-delà de ces déchets, nous essayons de donner une deuxième vie à des produits comme les mannequins, les cintres, la décoration magasin. En 2020, nous souhaitons mettre en place de nouveaux partenariats pour trouver des débouchés à d'autres produits dont les magasins n'ont plus besoin.

Dans nos **bureaux**, en France comme dans la plupart des pays où le Groupe est implanté, nos collaborateurs peuvent trier leurs déchets.



¹Service proposé à minima 2 semaines par an dans les magasins succursales

ACCOMPAGNER NOS FOURNISSEURS DANS LA GESTION DE LEURS DÉCHETS

Le Groupe Beaumanoir veille à ce que les usines avec lesquelles ses marques travaillent aient une gestion des déchets appropriée. Il exige à minima :

- Le respect des obligations légales,
- Les permis nécessaires et à jour,
- Le tri des déchets dangereux et non dangereux,
- La formation des ouvriers à la gestion des déchets
- L'absence d'incinération de déchets sur site.

OFFRIR UNE DEUXIÈME VIE AUX PRODUITS TEXTILES

Le Groupe Beaumanoir a l'ambition de contribuer au développement d'une mode circulaire. Nos marques se sont ainsi mobilisées en 2019, avec plus de soixante autres marques du secteur et sous la houlette de l'éco-organisme EcoTLC, pour une première campagne de sensibilisation du citoyen à la deuxième vie des produits. Baptisée #RRR (#RéutilisonsRéparonsRecyclons), l'opération a été déployée courant octobre sur les réseaux sociaux et en magasin. Nos marques participeront à nouveau à l'édition 2020, et comptent relayer les messages tout au long de l'année sur leur site internet et leurs réseaux sociaux.

Au-delà de la sensibilisation, les marques du Groupe souhaitent faciliter le geste de tri à leurs clients. Les magasins Bonobo et Vib's offrent déjà depuis plusieurs années un système gratuit de reprise de vêtements usagés. En 2019, un projet pilote a été mené avec la société Rescue, qui propose aux clients de racheter leurs vêtements pour leur offrir une deuxième vie (réutilisation ou recyclage matières lorsqu'il est trop abîmé). L'expérience ayant été concluante, le dispositif sera proposé dans tous nos magasins succursales basés en France en 2020.

Au siège de Saint-Malo, les équipes achats veillent également à valoriser au mieux les échantillons de tissus qu'elles reçoivent des fournisseurs. Donnés à l'atelier couture de l'Institut Médico-Educatif de Tréleau, ils permettent à des jeunes en situation handicap de s'exercer et de confectionner toutes sortes de petits articles.

KPI



DONNER À DES ASSOCIATIONS

Les invendus de nos marques sont gérés par notre société de déstockage C-Stock.

Les vêtements et accessoires de mode présentant un petit défaut qualité, qui n'ont pu être mis à la vente, sont donnés à des associations partenaires locales telles que Le Relais, Les Restos du Cœur, Le Secours Populaire, ou encore La Croix Rouge française. Elles se chargent ensuite de les donner ou de les vendre à prix modique dans leurs propres boutiques.

Aucun des produits n'est détruit, à l'exception de ceux pouvant présenter des risques en matière de santé ou de sécurité.



LES RÉSULTATS

RSE

57

INDICATEURS PUBLIÉS DANS LE RAPPORT

ENJEUX ET INDICATEURS	TYPE	PÉRIMETRE	VALEUR-UNITÉ
QUALITÉ DE L'OFFRE ET SERVICE CLIENTS			
Part des références produits avec test qualité en laboratoire	KPI	monde	83 %
Nombre de contrôles qualité	Résultat	monde	91 141 nombre
Part des entrepôts logistiques certifiés ISO 9001	KPI	monde	6 / 7 ratio
Part des entrepôts logistiques certifiés OEA1	KPI	monde	6 / 7 ratio
Nombre de contacts clients traités par le Service clients	Résultat	France	182 000 nombre
Qualité de service des appels au Service clients	KPI	France	96 %
SÉCURITÉ ET SANTÉ DES CLIENTS			
Nombre de familles de substances chimiques suivies en laboratoire	Résultat	monde	11 nombre
Nombre de tests laboratoire sur propriétés chimiques	Résultat	monde	16 557 nombre
Taux de conformité tests chimiques	KPI	monde	98,3%
MATIÈRES TEXTILES			
Part du coton éco-responsable dans le coton total utilisé	KPI	monde	26 %
BIEN-ÊTRE ANIMAL			
Part des fournisseurs ayant signé notre charte éthique	KPI	monde	93 %
Part des matières animales dans le total matières	Résultat	monde	1,7 %
ATTRACTIVITÉ ET FIDELISATION DES TALENTS			
Effectif salarié total	Résultat	monde	4 407 nombre
Part des contrats permanents dans l'effectif total	KPI	monde	90%
Ancienneté moyenne	KPI	monde	5,0 années
Nombre de salariés formés	Résultat	monde	1 810 nombre
Nombre de partenariats écoles	Résultat	France	12 nombre
Part des managers formés au management	KPI	France	63 %
Part des salariés bénéficiant d'un point annuel avec le manager	KPI	France	77 %
DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES'			
Part des femmes dans l'effectif total	Résultat	monde	86%
Part des femmes au sein des cadres dirigeants	KPI	France	63%
Taux d'emploi de travailleurs handicapés	KPI	monde	3,0%
Taux d'emploi de travailleurs handicapés	KPI	France	3,7%
ÉTHIQUE DES AFFAIRES			
Part des salariés sensibilisés à l'éthique des affaires	KPI	monde	63%
PRATIQUES D'ACHAT RESPONSABLES			
Nombre de fournisseurs textile et accessoires de mode	Résultat	monde	341 nombre
Part de fournisseurs stables sur le 20/80	KPI	monde	78%
DROITS DE L'HOMME ET CONDITIONS DE TRAVAIL DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT			
Nombre de pays de production	Résultat	monde	23 nombre
Nombre d'usines de rang1	Résultat	monde	868 nombre
Nombre d'usines de rang1 hors UE	Résultat	monde	703 nombre
Nombre d'audits sociaux réalisés sur la période	Résultat	monde	302 nombre
Part des usines de rang1 hors UE auditées	KPI	monde	90 %
Part des usines de rang1 hors UE auditées avec un résultat BON	KPI	Europe- Moyen-Orient	35 %

ENJEUX ET INDICATEURS	TYPE	PÉRIMETRE	VALEUR-UNITÉ
PRÉSERVATION DE L'EAU ET DES OCÉANS			
Part des unités de lavage auditées	KPI	Europe-Moyen-Orient	83%
ÉNERGIE ET CHANGEMENT CLIMATIQUE			
Consommation d'énergie	Résultat	monde	33 618 MWh
Part de l'électricité d'origine renouvelable	KPI	monde	53 %
Part des entrepôts logistiques certifiés ISO 14001	KPI	monde	6 / 7 ratio
ÉCONOMIE CIRCULAIRE			
Part des magasins proposant la reprise de vêtements usagés	KPI	France	39 %
Part des déchets recyclés dans les entrepôts	KPI	France	87 %

MÉTHODOLOGIE ET PÉRIMÈTRE DE REPORTING

Les indicateurs RSE sont décrits dans un protocole de reporting détaillé, établi par la Direction RSE du Groupe conjointement avec les directions impliquées dans le reporting extra-financier. Ce protocole, à la disposition des responsables de collecte, précise la définition des indicateurs, les périmètres spatio-temporels, le mode de recueil des indicateurs et les méthodes de calculs.

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 indicateurs publiés dans la DPEF correspondent à l'ensemble des sociétés et sites du « Groupe Beaumanoir », sauf indications contraires précisées dans le corps du texte.

Les indicateurs publiés dans la DPEF couvrent la période du 1er mars au 28 février ou les saisons Printemps-Eté et Automne-Hiver, à l'exception des indicateurs suivants qui sont basés sur l'année calendaire :

- Formation des salariés
- Collaborateurs bénéficiant d'un point annuel avec leur manager
- Emploi de travailleurs handicapés
- Partenariats écoles
- Consommation d'énergie
- Tri des déchets

A woman with long dark hair is sitting on a stone ledge in a garden. She is wearing a yellow dress with a small white pattern and a white lace strap over her shoulder. She is looking back over her shoulder at the camera. The garden is filled with various potted plants, including a large green plant in the foreground and a potted palm tree in the background. A green metal chair and a black metal table are also visible in the background.

G R O U P E
BEAUMANOIR

G R O U P E
BEAUMANOIR



CACHECACHE. BONOBO BRÉAL  Vib's

MORGAN
MORGAN DE TOI

