

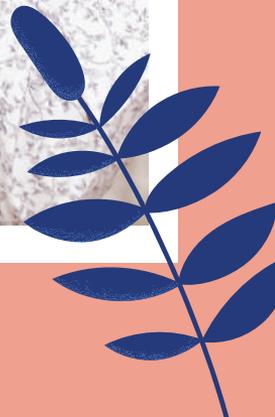
# Rapport RSE

2020-2021



Déclaration de Performance Extra-Financière

GRUPE  
BEAUMANOIR



# Table des Matières

|  |           |
|--|-----------|
| <b>Le Groupe Beaumanoir</b>  | <b>05</b> |
| Préambule  |           |
| Ses activités  |           |
| Ses valeurs  |           |
| Son modèle d'affaires  |           |
| <b>La démarche de responsabilité sociétale</b>   | <b>15</b> |
| Les principaux risques et enjeux RSE   |           |
| Les engagements RSE  |           |
| Les partenaires  |           |
| <b>La gestion des risques</b>  | <b>23</b> |
| Risque de défaut de qualité de l'offre   |           |
| Risque d'atteinte à la sécurité et à la santé des clients                              |           |
| Risques environnementaux et sociétaux liés aux matières premières                      |           |
| Risque de perte d'attractivité et de compétences                                       |           |
| Risques de discrimination et de manque de diversité                                    |           |
| Risque lié à l'éthique des affaires et à la corruption                                 |           |
| Risque lié à la traçabilité et à la transparence                                       |           |
| Risque de non-respect des droits de l'Homme et des principes internationaux du travail |           |
| Risques de pollution et d'épuisement de la ressource en eau                            |           |
| Risque lié au changement climatique  |           |
| Risques environnementaux liés à la fin de vie des produits                             |           |
| <b>Les résultats RSE</b>   | <b>57</b> |
| Indicateurs RSE publiés dans le rapport  |           |
| Méthodologie et périmètre de reporting   |           |



# Le Groupe Beaumanoir



## Préambule

Pour le Groupe Beaumanoir<sup>1</sup>, l'exercice 2020/2021 a été une année de défis à bien des égards.

Tout d'abord, la crise sanitaire qui a débuté en Chine dès janvier 2020 pour se propager ensuite rapidement au reste du monde, a bouleversé l'ensemble de ses activités. Elle a notamment impacté ses clients avec la fermeture des magasins, ses fournisseurs, ses partenaires affiliés et bien sûr ses équipes. Dans ce contexte difficile, le Groupe a dû constamment s'adapter et gérer des situations inédites, qui ont pu entraîner un retard dans la mise en œuvre de certains programmes. Ceci explique en partie les indicateurs clefs de performance parfois en retrait figurant dans ce rapport.

L'exercice a également été marqué par un changement notable de périmètre.

Fin 2020, le Groupe Beaumanoir a noué un partenariat stratégique avec un acteur majeur du marché retail textile chinois, à qui il a cédé sa participation majoritaire dans sa filiale locale. Les magasins Cache Cache, l'entrepôt et le siège de la marque situés en Chine ne sont ainsi plus pris en compte dans le périmètre de la Déclaration de Performance Extra-financière 2020/2021.

Pour offrir une meilleure lisibilité, il a été décidé de faire figurer dans le rapport les indicateurs clefs de performance du Groupe 2019/2020 sur les deux périmètres : avec l'activité Cache Cache Chine et sans Cache Cache Chine<sup>2</sup>

En juillet 2020, les actionnaires du Groupe Beaumanoir ont acquis la marque La Halle, une large partie de ses magasins, ses sièges de Paris et Lille ainsi que l'entrepôt situé à Montierchaume. La société qui porte l'ensemble de ces activités n'étant pas contrôlée par la holding du Groupe, elle n'est pas incluse dans le périmètre de ce rapport.

<sup>1</sup> Le « Groupe Beaumanoir » n'a pas d'existence juridique en tant que tel. Cette dénomination est utilisée pour désigner la holding du Groupe et toutes les sociétés contrôlées par cette dernière.

<sup>2</sup> L'activité Cache Cache Chine est notée « CC Chine » dans le rapport

# Ses Activités

## Métiers

L'activité du Groupe Beaumanoir s'organise autour des métiers de :

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

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

Ils sont commercialisés pour l'essentiel dans les magasins Cache Cache, Bonobo, Bréal, Vib's et Morgan exploités par le Groupe en direct ou par ses partenaires affiliés et franchisés, et sur internet, via les sites e-commerce en propre et ceux de partenaires.

Sa filiale logistique C-Log se charge de l'acheminement des produits depuis les différentes régions d'approvisionnement vers ses sept sites logistiques, puis vers les magasins ou directement chez les clients, physiques ou 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.

## Ambition

Le marché mondial du textile qui était déjà en pleine mutation ces dernières années poursuit sa consolidation principalement accélérée par la pandémie de Covid 19. Plus que jamais, les entreprises doivent être agiles pour faire face aux défis de demain.

Les modes de consommation ainsi que les attentes des consommateurs évoluant, le Groupe Beaumanoir compte poursuivre sa transformation digitale, omnicanale et s'affirmer encore plus comme une entreprise au service de ses partenaires, répondant aux besoins et attentes de ses clients.

**Sa vision : Devenir un acteur majeur de la distribution textile omnicanale**

## Données clefs

725

millions d'euros de chiffre d'affaires

31

millions de pièces vendues

4000

salariés

1680

points de vente

150

partenaires affiliés & franchisés  
en France

7

entrepôts logistiques

# Ses Valeurs

Le Groupe Beaumanoir structure son management autour de sept valeurs-clé, 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 pourrons comprendre les besoins, répondre aux attentes, gagner la confiance mutuelle et bénéficier du partage d'expérience.



## 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.

## 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 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.

# Son Modèle d'Affaires

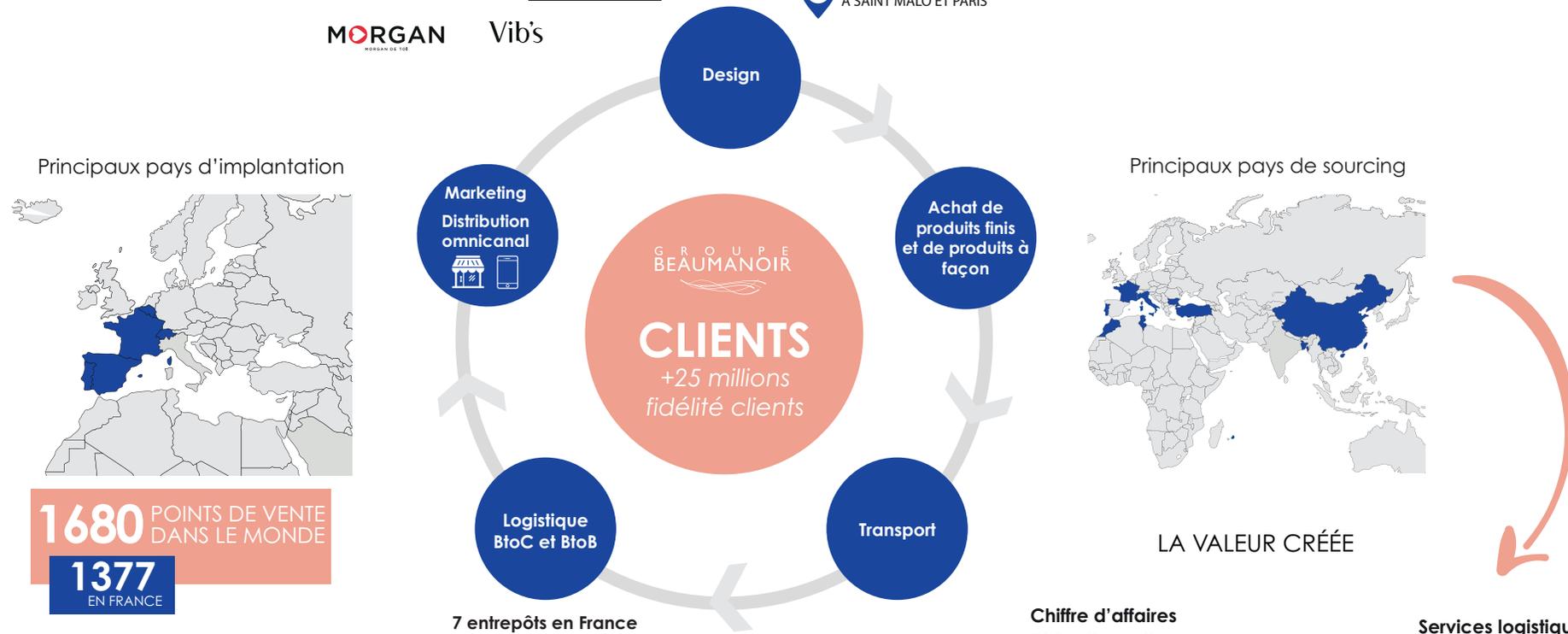
## COMMENT NOUS CREONS DE LA VALEUR

**NOTRE VISION : DEVENIR UN ACTEUR MAJEUR DE LA DISTRIBUTION TEXTILE OMNISCANALE**  
 NOS VALEURS : Esprit commerçant - Humilité - Proximité - Respect - Réactivité - Passion - Progrès

CACHE CACHE • BONOBONO • BRÉAL

MORGAN Vib's

SIÈGE DU GROUPE  
À SAINT MALO ET PARIS



### LES RESSOURCES DONT NOUS AVONS BESOIN

#### Collaborateurs

6900 personnes dont 4000 salariés

#### Ressources financières

Actionariat familial

#### Actifs matériels et immatériels

Magasins  
Entrepôts logistiques  
Prestations de services

#### Fournisseurs

270 fournisseurs de produits finis

#### Partenaires affiliés et franchisés

150 partenaires en France

#### Matières premières

Matières renouvelables et non renouvelables  
Electricité et gaz naturel (25 GWh)  
Eau



#### Transport et logistique pour clients tiers

Environ 30 clients du secteur de la mode et du luxe

#### Chiffre d'affaires

725 millions d'euros

#### Vêtements et accessoires de mode

31 millions de pièces dont 5 millions d'accessoires

#### Une mode accessible pour les femmes et les hommes

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

#### Satisfaction clients

NPS\* compris entre 55 et 70

#### Services logistiques de qualité

40 millions de pièces expédiées  
7000 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...)  
57% d'électricité d'origine renouvelable  
71% de coton éco responsable

\* Net Promoter Score



# La démarche de responsabilité sociétale du Groupe

# Les Principaux Risques et Enjeux

**RSE<sup>1</sup>**

## Approche et méthodologie

Un groupe de travail DPEF (Déclaration de Performance Extra-Financière), composé de représentants des différentes directions, a été mis en place fin 2018 pour identifier les principaux risques et 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, il a été décidé d'inclure les risques extra-financiers liés aux droits de l'Homme et à la lutte contre la corruption à l'analyse.

Dans un premier temps, le groupe de travail a défini l'univers des enjeux extra-financiers pertinents pour l'entreprise en s'appuyant sur la norme ISO 26000, une veille sectorielle et média et des référentiels RSE mondiaux<sup>2</sup>. 22 enjeux vecteurs de risques ont ainsi été sélectionnés et leurs impacts sur la chaîne de valeur du Groupe précisés.

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 risques ne sont pas applicables à l'activité.

**La matrice de matérialité du Groupe a ensuite été élaborée et chaque enjeu extra-financier priorisé en fonction de deux dimensions :**



Son importance 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 ainsi que degré de maîtrise du risque par le Groupe,



Les attentes des parties prenantes sur ces enjeux. Pour cela, trois des parties prenantes identifiées comme prioritaires ont été interrogées au travers d'enquêtes par mail ou par téléphone : les salariés, les clients des marques et les fournisseurs textile.

## Les 11 risques RSE prioritaires

La matrice de matérialité a permis d'identifier les risques RSE prioritaires pour le Groupe Beaumanoir et ses parties prenantes.

En 2018, il a été décidé pour la première année d'en retenir dix, 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 l'analyse de matérialité, devaient être réévalués. En effet, au regard de l'évolution globale du marché, des attentes des parties prenantes et des risques et opportunités business qu'ils présentent, les enjeux « Economie circulaire » et « Matières textiles » ont été intégrés dans la DPEF 2019/2020.

Ce travail de revue des risques extra-financiers et d'actualisation éventuelle a été une nouvelle fois effectué en 2020, de manière à tenir compte de l'évolution de l'environnement et des activités du Groupe.

Le modèle économique du Groupe Beaumanoir n'ayant pas changé sur la période, il a été estimé que les risques extra-financiers restaient globalement les mêmes. Trois ont toutefois été repriorisés.

L'enjeu « Bien-être animal » a été intégré à l'enjeu « Matières premières », la part des matières d'origine animale dans notre sourcing étant très faible (1,7% en 2019) et le Groupe ayant déjà pris des dispositions et mesures pour limiter les risques associés.

L'enjeu relatif à la traçabilité et à la transparence, qui n'apparaissait pas en tant que tel dans la DPEF du Groupe et était abordé dans le cadre de l'enjeu « Droits de l'Homme », a semblé en revanche un risque croissant, qui méritait d'être traité en tant que tel. Les attentes des parties prenantes sur ce sujet, y compris du législateur avec l'affichage environnemental, sont en effet de plus en plus fortes. L'amélioration de la traçabilité des produits permettra également d'atténuer d'autres risques sur la chaîne d'approvisionnement.

Enfin, compte tenu de leur périmètre connexe, les enjeux « Ethique des affaires » et « Pratiques d'achat responsables » ont été regroupés pour traiter ensemble les risques de corruption, fraude, conflits d'intérêts et les risques de pratiques d'affaires non éthiques et durables.

<sup>1</sup>Responsabilité Sociétale de l'Entreprise

<sup>2</sup>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) ...

# Les Engagements RSE

La stratégie RSE du Groupe Beaumanoir s'articule autour de quatre grands engagements qui regroupent l'ensemble des onze risques extra-financiers prioritaires sur lesquels le Groupe concentre ses efforts en matière de responsabilité sociétale :

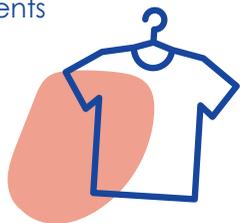
- Offrir des produits et services responsables répondant aux attentes des clients
- Assurer aux collaborateurs un univers de travail juste et motivant
- Construire et développer des partenariats éthiques
- Maîtriser l'empreinte environnementale



## Offre

### Des produits et services responsables

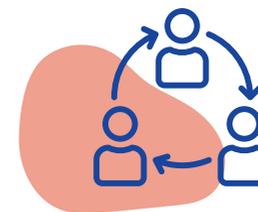
Qualité de l'offre  
Sécurité et santé des clients  
Matières premières



## Collaborateurs

### Un univers du travail juste et motivant

Attractivité et fidélisation des talents  
Diversité et égalité des chances



## Partenariats

### Des partenariats éthiques

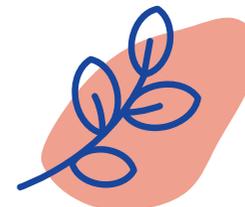
Ethique des affaires  
Traçabilité et transparence  
Droits de l'Homme et conditions de travail



## Environnement

### Une empreinte environnementale maîtrisée

Préservation de l'eau et des océans  
Energie et changement climatique  
Economie circulaire



# Enjeux

# Risques

|   |  |
|---|--|
| Qualité de l'offre  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risque réputationnel et d'insatisfaction clients</li> <li>Risque financier liés aux retours produits</li> </ul>   |
| Sécurité et santé des clients   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risque de non respect de la réglementation</li> <li>Risque réputationnel et de perte de clients</li> <li>Risque financier lié aux rappels des produits et réclamations</li> </ul> |
| Matières premières  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risque de perte de compétitivité</li> <li>Risques opérationnels et financiers liés à l'épuisement des ressources naturelles</li> <li>Risque réputationnel</li> </ul>              |
| Attractivité et fidélisation des talents                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risque d'obsolescence des talents</li> <li>Risque financier lié au coût de recrutement et à la perte de compétences</li> </ul>  |
| Diversité et égalité des chances  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risque de non respect de la réglementation</li> <li>Risque de déficit d'attractivité et d'engagement des salariés</li> <li>Risque de contentieux</li> </ul>                       |
| Éthique des affaires  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risque de non respect de la réglementation</li> <li>Risque réputationnel</li> <li>Risque de contentieux avec les fournisseurs</li> </ul>  |
| Traçabilité et transparence   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risque de non respect de la réglementation</li> <li>Risque réputationnel</li> </ul>   |
| Droits de l'Homme et conditions de travail dans la chaîne d'approvisionnement | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risque de non respect des droits de l'Homme chez nos fournisseurs</li> <li>Risque opérationnel lié à l'interruption de la production</li> <li>Risque réputationnel</li> </ul>     |
| Préservation de l'eau et des océans   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risque réputationnel</li> <li>Risque opérationnel</li> <li>Risque environnemental lié à l'épuisement de la ressource</li> </ul>   |
| Énergie et changement climatique  | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risque de non respect de la réglementation</li> <li>Risque climatique</li> <li>Risque financier lié au coût de l'énergie</li> </ul>   |
| Économie circulaire   | <ul style="list-style-type: none"> <li>Risque de non respect de la réglementation</li> <li>Risque de perte de compétitivité</li> <li>Risque réputationnel lié à la fin de vie des produits</li> </ul>                    |

# Les Partenaires

Le Groupe Beaumanoir est signataire du **Fashion Pact**. Cette coalition mondiale de plus de 60 entreprises de la mode et du textile (prêt-à-porter, sport, lifestyle et luxe), représentant environ 200 marques. 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 doit permettre à l'ensemble des signataires d'accélérer leur transformation vers des modèles d'entreprises plus durables. Plus d'informations sur <https://thefashionpact.org>.

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.

Le Groupe est ainsi membre d'**Amfori**, la principale association d'entreprises internationale soutenant des échanges commerciaux ouverts et durables. Il améliore les performances sociales et environnementales de ses chaînes d'approvisionnement grâce à Amfori BSCI et Amfori BEPI. Plus d'informations sur [www.amfori.org](http://www.amfori.org).

Depuis janvier 2021, le Groupe est également membre de **ICS**, une organisation française 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. L'objectif est d'accroître encore la mutualisation des audits sociaux avec les autres marques et groupes de distribution textile. Plus d'informations sur <https://ics-asso.org>.

Enfin, les marques du Groupe sont engagées à améliorer les pratiques de la culture du coton dans le monde avec la **Better Cotton Initiative** (BCI). Plus d'informations sur <https://bettercotton.org>.

**FASHION  
PACT**

**BCI** Better  
Cotton  
Initiative  
[www.bettercotton.org](http://www.bettercotton.org)

**amfori**   
Trade with purpose

**ics**





# La gestion des risques

## Risque de défaut de qualité de l'offre

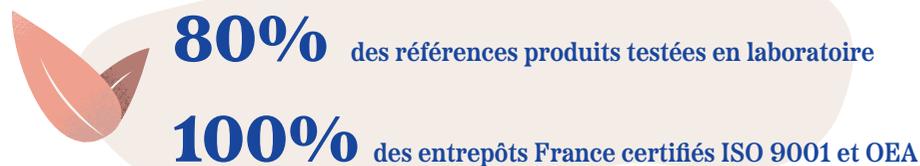
La qualité des produits textile est un des principaux critères d'achat des clients et devient de plus en plus importante avec la prise de conscience des impacts sur l'environnement de nos modes de consommation. Pour satisfaire leurs clients, les fidéliser et continuer à se développer au cours des prochaines années, il est donc indispensable pour les marques du Groupe Beaumanoir d'offrir des produits et des services de qualité.

### Politiques

Le Groupe Beaumanoir a mis en place une politique qualité produits structurée autour de ses Chartes Qualité fournisseurs, de contrôles et de tests en laboratoire et d'un accompagnement sur site de ses partenaires tout au long de l'année. Depuis quelques années, il s'applique également à renforcer les critères de durabilité de certains produits.

Le Groupe a l'ambition de devenir numéro un de la relation clients. Il est engagé dans une démarche de qualité globale tout au long du parcours d'achat, qui intègre aussi bien les prestations logistiques que l'assistance apportée aux clients.

### Objectifs et performances



### Indicateurs clefs de performance

Part des références produits avec un test qualité en laboratoire : **80,3%**

|      | monde (hors CC Chine) | monde (CC Chine inclus) |
|------|-----------------------|-------------------------|
| 2020 | 80,3%                 | -                       |
| 2019 | 79,5%                 | 83,0%                   |

## Principales actions

### Gestion de la qualité des produits

- Contrats-cadres signés par la totalité des fournisseurs, incluant notamment des exigences en matière de qualité des produits commercialisés.
- Conformité des produits en termes de qualité matière, confection, tenue et bien-aller, de respect de l'étiquetage et du conditionnement, etc., contrôlée par les départements Qualité produits présents en France et dans les pays de sourcing du Groupe.
- Contrôles qualité (tests laboratoire sur propriétés physiques et inspections) réalisés par des prestataires externes de référence ou par les contrôleurs qualité internes, avant expédition ou lors de la réception de la marchandise dans les entrepôts.
- Dans une démarche de confiance et de responsabilisation, délégation aux fournisseurs de certaines opérations de contrôle et de validation des livraisons depuis 2017, avec la mise en place en parallèle d'un système d'accréditation de leurs moyens de contrôles.

### Résultat 2020

Nombre de contrôles qualité<sup>1</sup> :

**62 007**

### Durabilité des produits textiles

- Exigences de qualité renforcée sur la majorité des familles de produits en 2019, notamment en matière de tenue à l'entretien.
- Groupe de travail mis en place pour mesurer la conformité des produits aux nouveaux critères de durabilité définis par l'éco-organisme Refashion. Ce travail a permis d'identifier des marges de progrès, qui permettront de faire évoluer une partie des standards qualité du Groupe en 2021 et 2022.

### Assistance aux clients

- Formation régulière des équipes du Service client pour offrir un accueil de qualité, aussi bien au téléphone qu'en ligne, répondre aux questions et traiter les éventuels irritants et réclamations dans les meilleurs délais.
- Appel systématique par le Service client des personnes n'ayant pas répondu favorablement aux enquêtes de satisfaction afin de mieux comprendre leur mécontentement et de faire le nécessaire pour y remédier.
- Dispositif de suivi de la satisfaction post-contact déployé en France fin 2019, permettant de mesurer la qualité des services apportés au client.
- Accessibilité du Service client de la marque Bréal aux personnes sourdes et malentendantes depuis 2018.

## Prestations logistiques de qualité

- Démarche systématique de certification ISO 9001<sup>2</sup> des sites de la société C-Log, filiale logistique du Groupe Beaumanoir, initiée dès 2013. Certification de l'entrepôt de Poupry (28), en activité depuis fin 2020, prévue d'ici 2022.
- Certification OEA<sup>3</sup> du siège et des entrepôts logistiques C-Log depuis 2017, garantissant des processus douaniers de qualité. Renouvellement début 2020 du certificat, avec intégration du site de Vatry (51), et certification du nouvel entrepôt de Poupry prévue début 2023.
- Dispositif d'enquête de satisfaction destiné aux magasins du Groupe pour mesurer leur satisfaction et inscrire C-Log dans une démarche d'amélioration continue.

## Résultats 2020



Part des entrepôts logistiques certifiés ISO 9001 : **86%** (6 sites sur 7)

Part des entrepôts logistiques certifiés OEA : **86%** (6 sites sur 7)

<sup>1</sup>Tests laboratoire (propriétés physiques) et inspections

<sup>2</sup>Système de management de la qualité

<sup>3</sup>Opérateur Economique Agréé en douane



## Risque d'atteinte à la sécurité et à la santé des clients

Pour obtenir des textiles résistants et doux, des teintures stables, des finitions variées, etc., l'industrie de la mode recourt à des substances chimiques dans le processus de fabrication de ses produits. La priorité numéro un pour le Groupe Beaumanoir est de s'assurer que ses vêtements et accessoires de mode répondent aux réglementations en vigueur en la matière et que les clients ne courent aucun risque en achetant ses produits ou en se rendant dans les magasins. Ce niveau d'exigence est indispensable pour la réputation et la performance économique de ses marques et activités

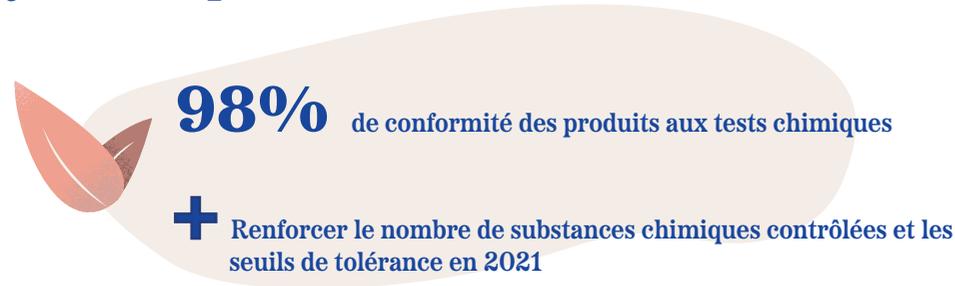
### Politiques

Afin de garantir à ses clients la sécurité maximale, le Groupe Beaumanoir a défini un cadre exigeant détaillé dans ses Chartes Qualité fournisseurs et mis en place des dispositifs de contrôle des produits ainsi qu'une politique d'audits et de tests laboratoires stricts.

Le Groupe a également défini une politique relative aux substances chimiques utilisées dans ses produits ou dans leur processus de fabrication, plus restrictive dans certains cas que la réglementation en vigueur, visant à mieux préserver la santé, garantir la sécurité tout au long de la chaîne de production et réduire l'impact sur l'environnement.

En parallèle, le Groupe s'attache, dans chaque pays où ses magasins sont implantés, à respecter les réglementations en matière de sécurité s'appliquant aux Etablissements Recevant du Public (ERP).

### Objectifs et performances



### Indicateurs clefs de performance

Part des références produits avec un test qualité en laboratoire : **98,1%**

|      | monde (hors CC Chine) | monde (CC Chine inclus) |
|------|-----------------------|-------------------------|
| 2020 | 98,1%                 | -                       |
| 2019 | 97,3%                 | 98,3%                   |

## Principales actions

### Innocuité des produits

- Respect de la réglementation européenne REACH qui encadre le recours aux substances chimiques et définit le type et les quantités autorisées pour les produits commercialisés par les marques du Groupe Beaumanoir.
- Contrats-cadres, signés par tous les fournisseurs, incluant un certain nombre d'exigences visant à garantir l'innocuité des produits et le respect des réglementations en vigueur dans les pays où sont présentes les marques du Groupe.
- Tests réalisés par des laboratoires extérieurs indépendants, reconnus et accrédités, pour s'assurer de la conformité des produits, effectués à la demande du département Qualité produits.
- Le cas échéant, refus des produits non conformes, comportant des substances non autorisées ou dans des quantités au-delà des réglementations.

### Résultat 2020

Nombre de tests laboratoire sur propriétés chimiques : **6 021**

### Restrictions des substances chimiques

- Démarche de réduction des seuils de tolérance, voire suppression de certaines substances chimiques dans les produits et dans leur processus de fabrication, plus stricte que les réglementations en vigueur et renforcée notamment pour les APEO en 2021.
- Définition d'un plan de tests intégrant davantage de substances chimiques présentant potentiellement des risques critiques pour la santé. De 11 familles de substances chimiques clefs suivies en laboratoire, le Groupe passera à 12 en 2021.
- Préconisation faite aux fournisseurs d'utiliser des matières et accessoires fabriqués dans le respect du label OEKOTEX, qui encadre l'absence ou présence limitée d'un grand nombre de substances chimiques.

### Résultat 2020

Nombre de familles de substances chimiques suivies en laboratoire : **11**

### Sécurité des lieux de vente

- Installation, dans chaque point de vente du Groupe, d'équipements de sécurité contre les risques d'incendie (systèmes de détection, extincteurs, robinets d'incendie armés...) et de panique (alarmes, portes de secours...) conformes aux réglementations locales en vigueur.
- Formation du personnel à l'évacuation.
- Vérification annuelle du bon fonctionnement des équipements par des bureaux de contrôle ou des entreprises qualifiées.

## Risques Environnementaux et Sociétaux liés aux matières premières

Dans l'Analyse de Cycle de Vie d'un produit textile, les fibres représentent le principal impact environnemental. Compte tenu de cet enjeu, des attentes fortes des clients et parties prenantes en matière de protection de l'environnement et de l'évolution globale du marché de la mode, le Groupe Beaumanoir souhaite accélérer la transformation de son offre vers des produits durables et intégrer des fibres textiles plus responsables.

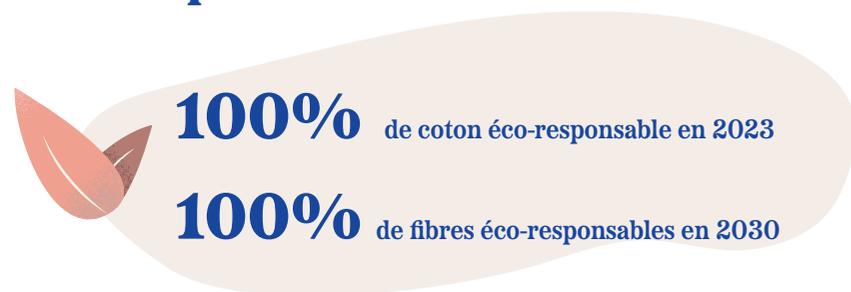
Parmi les matières premières utilisées par les marques du Groupe, certaines sont d'origine animale. Le respect de la condition animale étant aujourd'hui une préoccupation majeure pour une grande partie des citoyens, il est également indispensable de proposer des alternatives à ces matières ou de s'assurer du bien-être animal.

### Politiques

Le Groupe Beaumanoir a défini et déployé une politique ambitieuse d'achat de fibres textiles plus durables pour l'ensemble de ses marques. Cette politique fait écho aux engagements pris dans le cadre du Fashion Pact.

En parallèle, le Groupe interdit depuis plusieurs années l'usage de certaines matières animales dans les collections de ses marques et a mis en place des dispositifs visant à garantir le respect du bien-être animal par les fournisseurs.

### Objectifs et performances



### Indicateurs clefs de performance

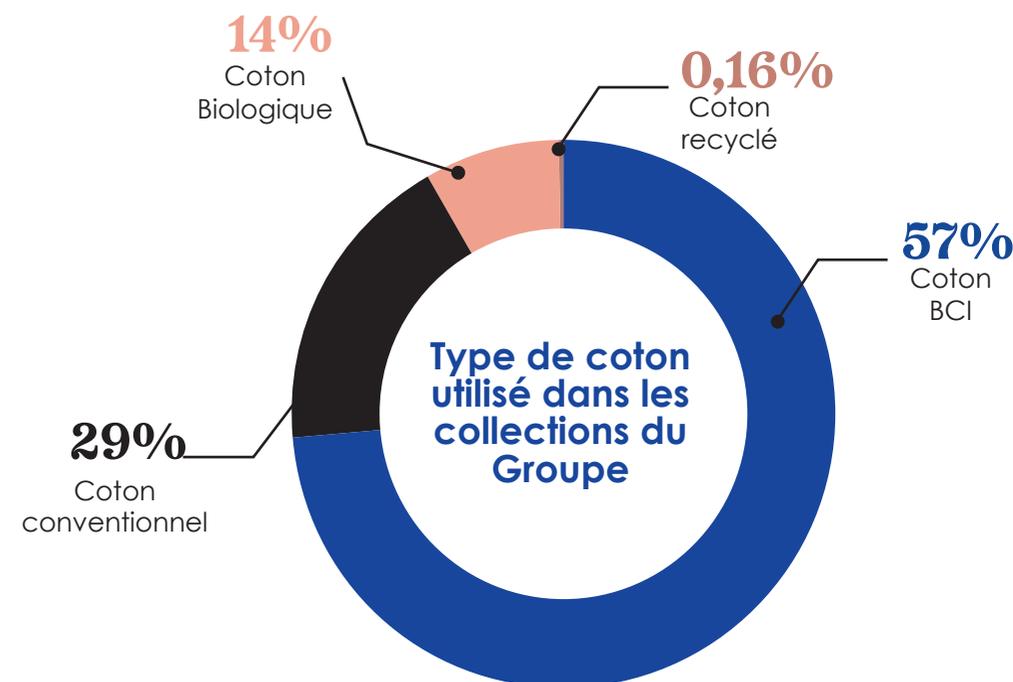
Part du coton éco-responsable dans le coton total utilisé : **71%**

|      | monde (hors CC Chine) | monde (CC Chine inclus) |
|------|-----------------------|-------------------------|
| 2020 | 71%                   | -                       |
| 2019 | 37%                   | 26%                     |

## Principales actions

### Achat de matières textiles plus durables

- Réalisation en 2020 de la première matrice de matérialité du Groupe sur la biodiversité, permettant d'intégrer cet enjeu dans la stratégie sourcing.
- Adhésion en juin 2020 des marques Cache Cache, Bréal et Morgan à la Better Cotton Initiative (BCI), Bonobo étant déjà membre depuis 2016.
- Incorporation massive de coton issu de l'agriculture biologique<sup>1</sup>, de coton recyclé<sup>2</sup> ou issu de l'agriculture raisonnée<sup>3</sup> dans les collections des marques du Groupe.
- Substitution progressive de la viscose et du polyester conventionnels par de la viscose issue de forêts gérées durablement et du polyester recyclé.
- Projet d'éco-conception globale sur une référence jean Bonobo en 2020 : utilisation de matières recyclées ou biologiques pour le tissu, la griffe, l'étiquette d'entretien et le fil, de papier pour le jacron<sup>4</sup> et traitement éco-responsable de la toile.



## Accompagnement des équipes et des fournisseurs

- Formation des équipes achats en France et dans les bureaux de sourcing sur les impacts environnementaux des principales matières, les matières alternatives et les exigences du Groupe en termes de traçabilité.
- Evolution des outils informatiques pour garantir une bonne traçabilité des matières éco-responsables.
- Intégration de la thématique matières durables aux revues d'activité réalisées chaque semestre avec les fournisseurs clés.

## Bien-être animal

- Suppression, depuis plusieurs années, de l'usage de fourrure animale et de poils de lapin angora véritables des collections de toutes les marques du Groupe.
- Substitution du cuir animal par du papier ou du cuir 100% recyclé pour les jacrons des produits denim de la marque Bonobo en 2019 et 2020.
- Chapitre « Respect des animaux » de la Charte éthique du Groupe - signée par 100% des fournisseurs - aligné sur les standards internationaux Cinq Libertés pour le bien-être animal énoncées par l'Organisation mondiale de la santé animale, ou CITES (Convention sur le commerce international sur les espèces de faune et de flore menacées d'extinction).
- Nomination des fournisseurs de mohair et cachemire, afin de garantir que les matières proviennent d'élevages respectant les droits des animaux.
- Nouvel outil développé en 2020 pour tracer, à terme, 100% des matières animales (plumes, cornes, alpaga, etc.).

## Résultat 2020



Part des fibres d'origine animale :

1,77%

<sup>1</sup>Référentiels Global Organic Textile Standard (GOTS) ou Organic Content Standard (OCS)

<sup>2</sup>Référentiels Global Recycle standard (GRS) ou Recycled Claim Standard (RCS)

<sup>3</sup>Partenariat avec Better Cotton Initiative (BCI) depuis 2016

<sup>4</sup>Jacron : pièces de marquage, souvent en cuir, apposées à l'arrière des jeans



## Risque de perte d'attractivité et de compétences

C'est grâce à ses collaborateurs et à leur implication, que le Groupe Beaumanoir a pu se développer comme il l'a fait depuis sa création. Pour assurer la performance économique des marques et des activités demain, il est indispensable de continuer à attirer de nouveaux talents, de les fidéliser, de s'assurer du maintien et du développement des compétences de l'ensemble des salariés et de leur satisfaction.

### Politiques

Pour continuer à développer sa notoriété en qualité d'employeur et donner envie à de nouveaux collaborateurs de le rejoindre, le Groupe Beaumanoir s'appuie sur une politique de recrutement privilégiant les contrats permanents, des dispositifs de recrutement innovants et des partenariats forts avec des écoles référentes sur son territoire et ses métiers.

Il s'attache également à avoir une politique de formation et de mobilité interne, en cohérence avec son ambition d'être une entreprise apprenante et avec sa volonté de donner de réelles opportunités d'évolution aux collaborateurs curieux, responsables et désireux d'entreprendre.

Enfin, le Groupe favorise un dialogue social de qualité et s'applique à renforcer sa marque employeur.

### Objectifs et performances



### Indicateurs clefs de performance

Part des contrats permanents dans l'effectif :

**93%**

|      | monde (hors CC Chine) | monde (CC Chine inclus) |
|------|-----------------------|-------------------------|
| 2020 | 93%                   | -                       |
| 2019 | 91%                   | 90%                     |

Part des salariés<sup>1</sup> bénéficiant d'un point annuel avec leur manager (France) : **37%**

2019 : 77%

## Principales actions

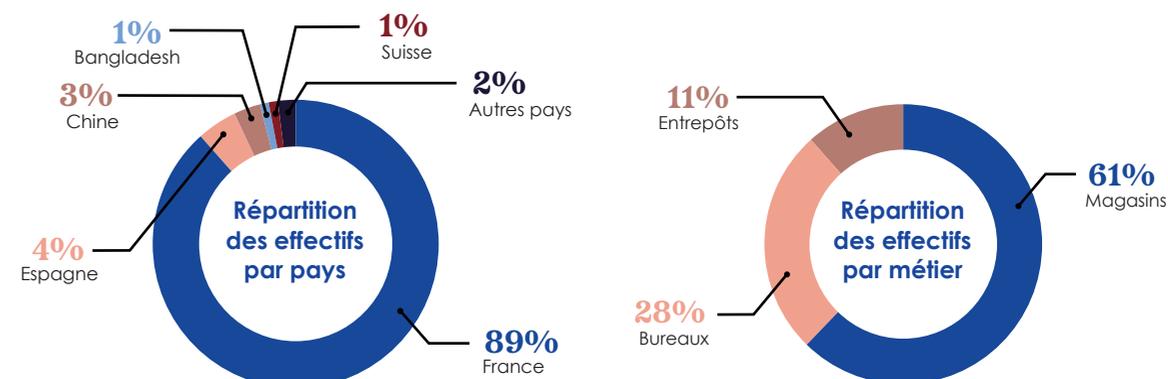
Un certain nombre de dispositifs décrits ci-dessous, ayant pour vocation d'être renouvelés chaque année, ont été affectés en 2020 par la crise sanitaire et ont dû être reportés ou annulés.

### Recrutement de nouveaux collaborateurs

- Recrutements principalement en contrat à durée indéterminée, de plusieurs centaines de salariés chaque année sur les métiers de la création, de la distribution et de la logistique sur l'ensemble des sociétés et territoires du Groupe Beaumanoir.
- Enrichissement en 2019 et 2020 des pages employeur des sites d'emploi & recrutement partenaires, pour permettre aux candidats de mieux percevoir l'ambiance de travail au sein du Groupe ; prise de parole régulière sur ce thème sur les réseaux sociaux professionnels.
- Animation des dispositifs de recrutement existants du Groupe : journées de job dating, programme 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.
- Organisation en 2019 de la première édition du salon de recrutement Beaumanoir on the Beach à Saint-Malo, dispositif original créé par le Groupe, ayant permis à plus d'une centaine de candidats de rencontrer des opérationnels sur une plage pour découvrir leur métier et des chargés de recrutement pour un premier contact.
- Pour faciliter les recrutements en magasin : mise en place fin 2019 d'un partenariat avec l'application Job Hopps, qui permet le cumul de contrats à temps partiel, et déploiement national en 2020 du dispositif d'assistant recruteur via chatbot, testé à Paris en 2019.

### Résultats 2020

Effectif salarié au 28/02/2021 : **4032**



<sup>1</sup> Salariés présents sur l'ensemble de l'année

## Développement des talents

- Campagnes annuelles d'entretien d'évaluation et de développement et d'entretien professionnel permettant un échange privilégié entre le salarié et son manager. Difficultés rencontrées en 2020 pour mener les entretiens en raison de la crise sanitaire.
- Animation du dispositif de revue de carrière People Review, permettant de partager entre managers les perspectives d'évolution des collaborateurs et de dessiner des trajectoires professionnelles.
- Développement depuis 2019 de modules e-learning à destination des différents métiers du Groupe, et notamment des équipes magasin.
- Poursuite du Beaumanoir Talent Program, initié en 2019, et destiné à former et accompagner les managers de demain.

### Résultats 2020

Nombre de salariés formés : **553**

Part des managers formés au management (France) : **48%**

## Marque employeur

- Parcours d'intégration systématiquement mis en place pour les personnes du siège et les responsables magasins en France, avec notamment la découverte des services pendant deux semaines et un système de parrainage. Renforcement en 2021 du parcours d'intégration pour l'ensemble des équipes magasin.
- Evènements internes réguliers (Soirée des vœux, Semaine du Développement durable, réunions de régions...) pour partager des moments de convivialité.
- Association sportive ASGB, animée par et pour les collaborateurs des sites bretons et parisien, et sponsorisée par le Groupe.
- Installation de ruches près des entrepôts logistiques bretons et jardin potager sur le site de Cambrai (59), avec distribution régulière de produits de la récolte aux collaborateurs de C-Log.

### Résultat 2020

Ancienneté moyenne : **5,9 ans**

## Dialogue social

- Accords d'entreprise sur le temps de travail, signés en France avec les partenaires sociaux et visant à allier performance de l'entreprise et qualité de vie au travail.
- Accord Groupe en faveur de l'insertion et du maintien dans l'emploi de personnes handicapées signé en 2019 par l'ensemble des organisations syndicales représentatives pour les sociétés françaises.

## Risques de discrimination et de manque de diversité

Respecter l'égalité des chances et de traitement entre salariés est une obligation légale et une attente forte de la Société en général, et des salariés en particulier. Au-delà, le manque de diversité en entreprise, en limitant la pluralité des points de vue, peut restreindre la capacité des organisations à innover et à répondre aux attentes de leurs parties prenantes.

Le Groupe Beaumanoir a placé le respect parmi ses sept valeurs clefs et s'engage à lutter contre toute forme de discrimination et à promouvoir l'égalité des chances. Il s'applique également à développer une politique inclusive, réelle opportunité de développement et de performance économique pour ses marques et activités.

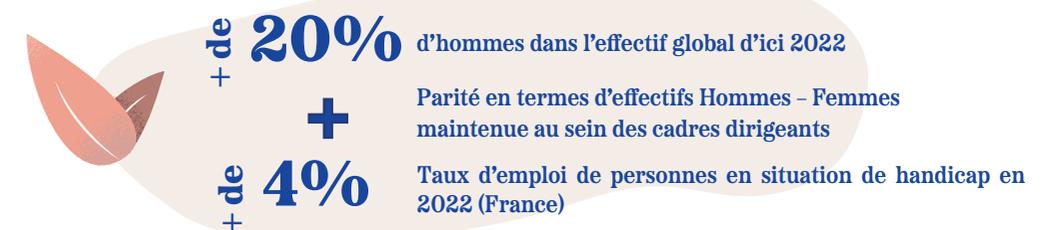
## Politiques

Au travers de sa Charte Ethique, le Groupe Beaumanoir réaffirme comme principes fondamentaux l'égalité des chances et de traitement professionnel entre les femmes et les hommes, la diversité et le droit au travail pour tous, et axe sa politique sociale sur les compétences et la performance.

Le Groupe encourage l'insertion professionnelle de jeunes avec une politique de recrutement en faveur des jeunes diplômés, et est attentif à ce que les femmes et les hommes soient traités de manière équitable tout au long de leur parcours au sein de l'entreprise.

En 2019, le Groupe a signé en France un accord en faveur de l'insertion et du maintien dans l'emploi de personnes handicapées, agréé par la DIRECCTE (Direction régionale des entreprises, de la concurrence, de la consommation, du travail et de l'emploi). Il s'est ainsi fixé des objectifs et s'est engagé à déployer au travers de sa Mission handicap un certain nombre d'actions à court et moyen termes.

## Objectifs et performances



### Indicateurs clefs de performance

Part des femmes au sein des cadres dirigeants (France) : **58%**

2019 : 63%

Taux d'emploi de travailleurs handicapés : **3,4%**

|      | monde (hors CC Chine) | monde (CC Chine inclus) | France |
|------|-----------------------|-------------------------|--------|
| 2020 | 3,4%                  | -                       | 3,7%   |
| 2019 | 3,3%                  | 3,0%                    | 3,7%   |

## Principales actions

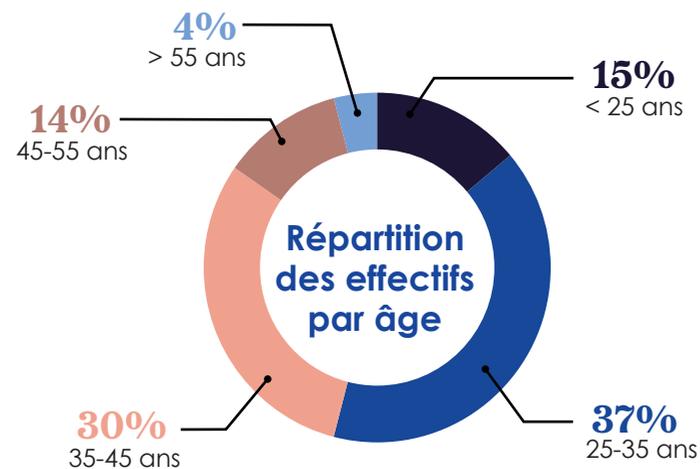
### Egalité des chances

- Diffusion de la Charte Ethique, disponible sur le site internet du Groupe Beaumanoir, à l'ensemble des collaborateurs du Groupe et aux nouveaux entrants.
- Formation e-learning obligatoire mise en place pour s'assurer de l'appropriation des principes de la charte Ethique par tous.
- Constitution d'un Comité éthique, composé des dirigeants de l'entreprise, qui se réunit deux fois par an pour s'assurer d'une vigilance continue des équipes sur ce sujet.

### Insertion professionnelle des jeunes

- Plusieurs dizaines de jeunes recrutés chaque année dans des sociétés du Groupe : plus de 50% des salariés ont moins de 35 ans.
- Partenariats avec de nombreuses écoles en France, dont l'IUT de Saint-Malo, l'ESSCA d'Angers, les Ateliers Chardon Savard, la Faculté des Métiers ...

### Résultats 2020

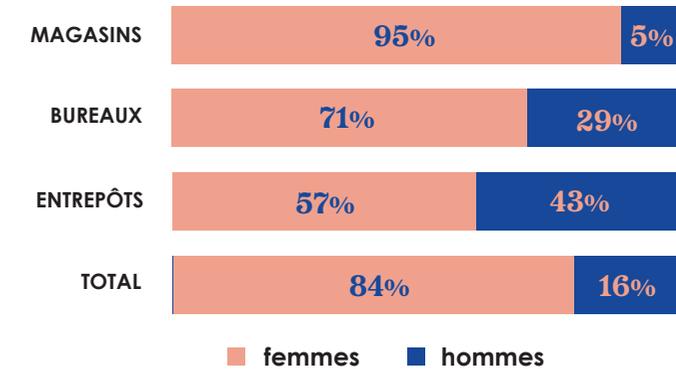


### Egalité Femmes-Hommes

- Formation et sensibilisation des équipes des ressources humaines pour que seuls les critères de compétences soient pris en compte au moment du recrutement, et que l'accès à la formation soit identique pour tous.
- Grille de classification des emplois déployée en 2018, qui a permis de vérifier l'équité entre salariés, d'objectiver les catégories d'emplois et les éventuels écarts de salaires, hommes-femmes notamment, et de régulariser les situations le cas échéant.
- Bilans annuels et initiatives déployées en concertation avec les représentants du personnel dans le cadre des plans d'actions pour l'égalité Femmes-Hommes.

### Résultats 2020

#### Répartition des effectifs par genre



### Insertion et maintien dans l'emploi les travailleurs handicapés

- Aménagement de postes de travail, au siège et en entrepôts notamment.
- Partenariats avec le secteur protégé et adapté et achat de prestations de services et produits.
- Emploi tout au long de l'année de salariés à domicile lourdement handicapés pour la réalisation de certaines missions administratives.
- Participation deux fois par an au salon de recrutement virtuel Hello Handicap, qui permet de recruter des personnes pour des contrats à durée déterminés en magasin essentiellement, et à d'autres salons spécialisés.
- Collaboration en 2020 avec l'Institut Solacroup de Dinard (22) pour proposer des stages à des jeunes en situation de handicap.
- Information des collaborateurs sur la reconnaissance du handicap et sensibilisation à l'occasion de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées (annulée en 2020 en raison de la crise sanitaire).

## Risque lié à l'éthique des affaires et à la corruption

Le contexte réglementaire en matière d'éthique des affaires et de relations entre donneur d'ordres et fournisseurs est en évolution constante. Il est primordial pour le Groupe Beaumanoir de respecter les réglementations en vigueur. Il est également important de mettre en place des pratiques d'achats responsables, afin de sécuriser l'approvisionnement et de construire avec ses fournisseurs des partenariats solides, capables d'assurer un développement durable et rentable pour tous.

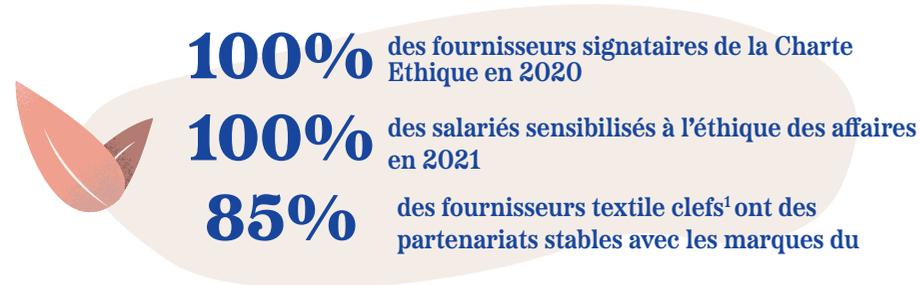
### Politiques

Le Groupe Beaumanoir implique et sensibilise ses collaborateurs à l'éthique des affaires et à la lutte contre la corruption et l'évasion fiscale via sa Charte Éthique et une politique de formation obligatoire

Il a mis en place une gouvernance adaptée pour suivre et piloter la gestion de ce risque et un dispositif d'alerte permettant à toute personne d'informer la Direction d'un fait ou comportement non éthique.

En parallèle, le programme « Supplier Relationship Management » vise à établir des relations durables, équilibrées et de confiance avec les fournisseurs textiles et accessoires de mode.

### Objectifs et performances



### Indicateurs clefs de performance

Part des fournisseurs ayant signé la charte éthique du Groupe : **100%**

|      | monde (hors CC Chine) | monde (CC Chine inclus) |
|------|-----------------------|-------------------------|
| 2020 | 100%                  | -                       |
| 2019 | 100%                  | 93%                     |

Part des fournisseurs clefs stables<sup>1</sup> : **79%**

|      | monde (hors CC Chine) | monde (CC Chine inclus) |
|------|-----------------------|-------------------------|
| 2020 | 79%                   | -                       |
| 2019 | 82%                   | 78%                     |

## Principales actions

### Engagement des collaborateurs en matière d'éthique des affaires

- Diffusion de la Charte Éthique à l'ensemble des collaborateurs, fournisseurs et partenaires (<https://www.groupe-beaumanoir.com/le-groupe-et-ses-valeurs/>), qui rappelle les valeurs du Groupe, ses principes éthiques en matière de conduite des affaires (fiabilité, sincérité, équité, responsabilité sociétale et lutte contre la corruption) et les règles qui doivent guider les comportements des salariés dans leur activité professionnelle.
- Module e-learning obligatoire pour les salariés du siège portant spécifiquement sur les règles de conduite, telles que définies dans la Charte Éthique.
- Formations en présentiel à l'éthique des affaires destinées aux collaborateurs les plus à risque (équipes achats, contrôleurs qualité...) et déployées dans les principaux bureaux d'achats et de liaison.
- Mise en place depuis 2018 de règles spécifiques de référencement et paiement des fournisseurs, visant à renforcer le programme de lutte contre la fraude et l'évasion fiscale.
- Nomination en 2019 de « Relais compliance » dans les principales filiales du Groupe (Chine, Bangladesh, Turquie, Suisse, Espagne) afin d'assurer au mieux le respect de ses engagements à l'international.

### Résultat 2020

Part des salariés<sup>2</sup> sensibilisés à l'éthique des affaires : **66%**

### Gouvernance de la démarche et dispositif d'alerte

- Commission composée des dirigeants du Groupe et présidée par la Direction Générale créée en 2018, destinée à traiter les potentiels signalements et à assurer une démarche de progrès continu en matière de conformité.
- Mise en place d'une procédure de signalement à disposition de tous les salariés.

### Gestion de la relation fournisseur

- Outil de gestion de la relation fournisseur déployé en 2017 qui vise à améliorer la connaissance des fournisseurs, rationaliser et stabiliser le parc fournisseurs, gérer les risques et suivre les performance financière et extra-financière, identifier plus facilement les fournisseurs à potentiel avec lesquels renforcer les partenariats et favoriser l'innovation.
- Evaluation annuelle des fournisseurs sur un ensemble de critères quantitatifs et qualitatifs.
- Revues d'activité organisées régulièrement depuis 2019 avec les fournisseurs clefs pour renforcer les partenariats, la compréhension mutuelle et la performance.

### Résultat 2020

Nombre de fournisseurs textile et accessoires de mode : **271**

<sup>1</sup>Fournisseurs représentant plus de 80% de la valeur d'achat du Groupe Beaumanoir ayant collaboré avec les marques du Groupe sur les deux derniers exercices

<sup>2</sup>Salariés travaillant dans les bureaux (hors magasins et entrepôts logistiques)

## Risque lié à la traçabilité et à la transparence

Compte tenu sa complexité, connaître sa chaîne d'approvisionnement est une priorité pour les entreprises du secteur textile pour maîtriser et réduire les risques sociaux et environnementaux potentiels liés à leurs fournisseurs directs et indirects. C'est également une priorité pour répondre aux attentes de leurs parties prenantes, et notamment de leurs clients qui souhaitent avoir de plus en plus d'informations sur les produits, leurs conditions de fabrication, ou encore leur impact sur l'environnement, de manière à pouvoir faire un achat éclairé. Dans ce contexte, il est indispensable pour le Groupe Beaumanoir d'avoir une vision claire de l'ensemble de ses fournisseurs et d'être plus transparent.

### Politiques

Le Groupe Beaumanoir s'est attelé depuis plusieurs années à rationaliser son parc fournisseurs, et à améliorer la connaissance qu'il en a. Cette démarche de progrès passe notamment par un important travail de cartographie de sa chaîne d'approvisionnement.

En parallèle, la marque Bonobo consolide et étend la politique d'affichage environnemental de ses produits. Elle s'appuie pour cela sur le système de notation développé par l'ADEME<sup>1</sup>, qui permet au client d'évaluer l'impact des vêtements sur le changement climatique et la pollution de l'eau.

### Objectifs et performances

**100%** des usines de confection (rang 1) cartographiées

**100%** des usines de tissu<sup>2</sup> (rang 2) cartographiées d'ici 2025

### Indicateurs clefs de performance

Nombre d'usines de rangs 2 et 3 cartographiées : **109**

## Principales actions

### Cartographie de la chaîne d'approvisionnement

- Cartographie complète des usines de confection (rang 1).
- Cartographie complète des usines de délavage des jeans (rang 2).
- Cartographie partielle des usines de tissage, filature et teinture (rangs 2 et 3).
- Cartographie partielle des usines d'extraction de la fibre (rang 4).
- Cartographie partielle des sous-traitants des usines de rang 1 (broderie et impression) au Bangladesh, en Turquie et en Inde.
- Poursuite du déploiement du projet pilote « Going Beyond Tiers 1 – Cascade Effect » ayant pour objectif de maîtriser et d'améliorer les conditions de travail sur l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement du Groupe, au-delà du rang 1.

### Résultats 2020

Nombre de pays de production : **21**

Part des usines de confection (rang 1) cartographiées : **100%**

Nombre d'usines de confection (rang 1) :

Total : **720**

Hors Union européenne : **568**

### Transparence vis-à-vis du client

- Depuis 2018, étiquetage environnemental de l'ensemble des jeans de la marque Bonobo permettant d'évaluer, grâce au logiciel EIM (Environmental Impact Measurement) de Jeanologia, l'impact des étapes de teinture et de délavage selon quatre critères : eau, énergie, produits chimiques, santé des travailleurs.
- Affichage environnemental selon la méthodologie de l'ADEME, déployé en 2020 sur le site internet de la marque Bonobo, offrant la possibilité au client de comparer l'impact environnemental sur l'ensemble du cycle de vie du produit d'environ 400 références (t-shirts, pulls et pantalons principalement).

<sup>1</sup>Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie

<sup>2</sup>Tissus en provenance de fournisseurs / usines « nominés », c'est à dire choisis par le Groupe Beaumanoir

# Risque de non-respect des droits de l'Homme et des principes internationaux du travail

Au même titre que d'autres industries, l'industrie textile peut être confrontée au non-respect des droits de l'Homme et des réglementations internationales en matière de conditions de travail par certaines entreprises. Il est indispensable pour un groupe international et un important donneur d'ordres tel que le Groupe Beaumanoir de prendre les mesures nécessaires pour que les produits commercialisés par ses marques soient fabriqués dans le respect des normes sociales internationalement reconnues.

## Politiques

Le Groupe Beaumanoir a défini une Charte Ethique, où sont détaillées ses exigences en matière de respect des droits de l'Homme et du droit du travail, et ne travaille qu'avec des fournisseurs l'ayant signée.

Afin de s'assurer que les normes sociales de la Charte Ethique sont appliquées dans les usines, des audits sociaux et des visites de contrôle sont réalisés dans l'ensemble des pays de sourcing du Groupe.

En parallèle, un programme d'accompagnement des usines dans la mise en place d'actions correctives, lorsque cela est nécessaire, a été mis en place. Il s'accompagne d'un dispositif de sanctions et de déréférencement en cas de non-conformité persistante.

## Objectifs et performances

**100%** des usines de confection (rang 1) et des usines de tissu<sup>1</sup> (rang 2) hors Union Européenne auditées respectivement d'ici 2021 et 2025

## Indicateurs clefs de performance

Part des usines de rang 1 hors Union Européenne auditées : **99,7%**

|      | monde (hors CC Chine) | monde (CC Chine inclus) |
|------|-----------------------|-------------------------|
| 2020 | 99,7%                 | -                       |
| 2019 | 98,9%                 | 90%                     |

Part des usines de rang 1 hors Union Européenne avec une résultat d'audit « BON » : **33%**

2019 : 35%

## Principales actions

### Engagement de la chaîne d'approvisionnement

- Membre actif d'amfori BSCI depuis 2013<sup>2</sup>.
- Membre actif d'ICS<sup>3</sup> depuis début 2021, pour accroître encore la mutualisation des audits sociaux avec les autres marques et groupes de distribution textile.
- Charte Ethique signée obligatoirement par les fournisseurs directs des marques intégrant le code de conduite amfori BSCI<sup>4</sup>, les règles relatives à la qualification des nouvelles usines et l'interdiction formelle de la sous-traitance non déclarée.
- Information systématique des fournisseurs de la démarche amfori BSCI, du processus d'audit par les équipes ou prestataires externes et des critères d'évaluation.
- Application du mécanisme de l'« effet de cascade » : les fournisseurs des marques doivent communiquer le code de conduite à leur propres sous-traitants et fournisseurs.

### Audits sociaux des fournisseurs

- Formation proposée aux fournisseurs en amont des audits leur donnant la possibilité de se préparer et de s'auto-évaluer pour améliorer si besoin certains points par anticipation.
- Audits réguliers réalisés en interne par les auditeurs sociaux du Groupe établis en Chine, en Turquie, au Bangladesh et en France, ou par des prestataires externes reconnus et accrédités par amfori BSCI, des usines identifiées comme prioritaires.
- Depuis 2019, révision du process de conduite des audits pour garder principalement des audits inopinés ou semi-annoncés, qui permettent d'avoir un reflet réaliste des conditions de travail.
- Contrôle par les collaborateurs des bureaux d'achat et de liaison répartis dans les principaux pays de sourcing, des points de conformité sociale clefs, lors de leurs visites d'usines (« Factory Checklist »).

## Résultats 2020

Nombre d'audits réalisés sur la période : **183**

### Audits des usines de rang 1 (28/02/2021)

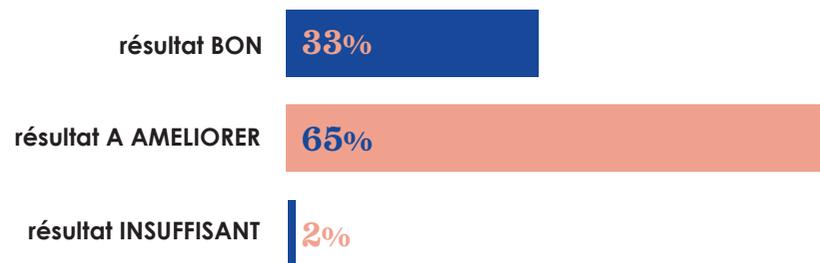
| Zone de production    | Nombre total d'usines de rang 1 | % d'usines de rang 1 auditées |
|-----------------------|---------------------------------|-------------------------------|
| Union Européenne      | 152                             | 28%                           |
| Hors union Européenne | 568                             | 99,7%                         |
| <b>Total Groupe</b>   | <b>720</b>                      | <b>85%</b>                    |

## Accompagnement des fournisseurs dans une démarche de progrès

- Accompagnement des usines dans l'analyse des causes des non-conformités et dans la mise en œuvre des plans d'actions correctives, en cas de résultats d'audit insuffisants.
- En 2020, renforcement de l'accompagnement des usines où sont constatées des heures de travail excessives au Bangladesh.
- Sessions de formations organisées par amfori BSCI dans les pays de sourcing proposées aux responsables conformité et production des usines, en fonction de leurs besoins ou de la nature des non-conformités décelées durant les audits.

### Conformité des usines auditées

(rang 1 - hors UE)



## Exigence de conformité

- Audits de suivi réguliers afin de constater la bonne mise en œuvre des actions correctives.
- 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 qui refusent de s'engager dans une démarche de progrès ou qui ne parviennent pas à s'améliorer malgré l'accompagnement du Groupe.

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

<sup>2</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.

<sup>3</sup>ICS (Initiative for Compliance & Sustainability) est une organisation française 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.

<sup>4</sup>Code de conduite basé sur les conventions internationales reconnues en matière de protection des droits des travailleurs, qui énonce les exigences de ses membres 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.

## Risques de pollution et d'épuisement de la ressource en eau

L'eau joue un rôle essentiel dans la chaîne de valeur de l'industrie textile, que ce soit en amont pour obtenir les fibres naturelles et transformer les textiles (teinture et délavage), ou en aval pour l'utilisation des vêtements par les clients. Préserver l'eau est une priorité pour le Groupe Beaumanoir, pour accroître notamment 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 clés.

Ses marques déploient également des démarches d'éco-conception de leurs produits et de leurs emballages pour limiter la quantité d'eau utilisée dans les process de fabrication et la pollution des océans.

Elles sensibilisent, en parallèle, leurs clients à un entretien éco-responsable de leurs vêtements.

## Objectifs et performances



**100%** des unités de délavage de jeans et pantalons auditées en 2020

**100%** des emballages e-commerce France en matière recyclée ou renouvelable d'ici 2022

## Indicateurs clefs de performance

Part des unités de délavage auditées<sup>1</sup> : **84%**

2019 : 83%

## Principales actions

### Meilleure gestion de l'eau dans les usines

- Audits environnementaux des usines de délavage des fournisseurs de jeans et pantalons initiés en 2018, avec pour objectif principal de garantir, dans chaque usine, la présence d'une station d'épuration des eaux usées fonctionnelle.
- Accompagnement des fournisseurs et mise en œuvre de plans d'actions correctives.

### Démarche d'éco-conception produits visant à économiser l'eau

- Substitution des fibres conventionnelles par des fibres plus économes en eau : coton recyclé, coton biologique, viscose EcoVero®, Tencel®... (pour plus de détails se reporter à la section « Matières premières » du rapport).
- Evolution des traitements et des process de fabrication des jeans Bonobo et Cache Cache au profit de technologies utilisant moins d'eau et de produits chimiques<sup>2</sup> : délavage à l'ozone, laser, procédé e-flow... Démarche encadrée par l'EIM scoring de Jeanologia<sup>3</sup>.
- Substitution progressive à partir de 2019 des procédés conventionnels de finitions des accessoires Bonobo (zip, boutons, rivets...) par des procédés nécessitant moins d'eau, moins de produits chimiques et moins d'énergie.
- Projet pilote de teinture de pantalons à base de colorants issus de déchets agroalimentaires (coquilles de noix, résidus de betteraves, feuilles de palmiers...) lancé en 2019 par Bonobo.

### Réduction des emballages en plastique

- Suppression initiée en 2019 d'une partie des sachets en plastique (polybags) utilisés pour l'acheminement et la protection des produits depuis les pays de sourcing.
- Travail mené en 2020 pour faire évoluer les emballages e-commerce et utiliser, à compter de début 2021, uniquement des enveloppes réutilisables en plastique 100% recyclé (50% pour Morgan) ou des emballages en carton

### Engagement des clients

- Conseils d'entretien pour prendre soin des produits tout en préservant la planète donnés sur les sites internet des marques et logo renvoyant vers le site «clevercare.info» du Cofreet<sup>4</sup> apposé sur les étiquettes d'entretien des vêtements.
- Mise à disposition des équipes de vente France de l'application « Mon Etiquette » du Cofreet pour apporter des conseils de qualité aux clients en matière d'entretien de leurs vêtements et les sensibiliser à la préservation de l'environnement, et notamment de l'eau.

<sup>1</sup>Audits environnementaux portant sur les stations d'épuration des eaux usées.

<sup>2</sup>Economie d'eau de 70% à 100% et de produits chimiques d'au moins 50% par rapport à des procédés de fabrication conventionnels

<sup>3</sup>Environmental Impact Measurement Software de Jeanologia : <https://www.jeanologia.com/portfolio/eim-environmental-impact-software/>

<sup>4</sup>Comité Français de l'Etiquetage pour l'Entretien Textile



## Risque lié au changement climatique

Le changement climatique fait peser un risque important sur l'ensemble des activités économiques mondiales. Dans le cadre de l'Accord de Paris, les Etats se sont engagés à limiter les émissions de gaz à effet de serre pour maintenir la hausse des températures en deçà de 2°C.

Face aux nouvelles réglementations en vigueur, aux fortes attentes de la société civile et de ses clients concernant le climat, au renchérissement de l'énergie, le Groupe Beaumanoir se doit d'agir sur l'ensemble de sa chaîne de valeur pour limiter l'impact de ses activités sur le réchauffement climatique, assurer la résilience de son modèle économique et améliorer sa performance.

## Politiques

Le Groupe Beaumanoir mesure et suit les émissions de Gaz à Effet de Serre de ses activités, de manière à définir et piloter une stratégie carbone alignée sur l'engagement de réduction de 30% pris à horizon 2030.

Afin de réduire ses émissions, le Groupe met en place des politiques d'achats ambitieuses, privilégiant des produits et services plus durables et moins impactants.

Il mène également une démarche d'efficacité énergétique dans l'ensemble des magasins, bureaux et entrepôts qu'il opère directement et de certification environnementale systématique de ses sites logistiques.

En parallèle, le Groupe sensibilise et engage ses parties prenantes (fournisseurs, affiliés, clients et collaborateurs) sur les thématiques environnementales, afin les rendre acteurs du changement.

## Objectifs et performances

**-30%** d'émissions de Gaz à Effet de Serre d'ici 2030 (base 2019)

**100%** d'électricité d'origine renouvelable en France d'ici 2025

**100%** des entrepôts logistiques C-Log certifiés ISO 14001 en 2022

## Indicateurs clefs de performance

Part d'électricité d'origine renouvelable en France : **59%**

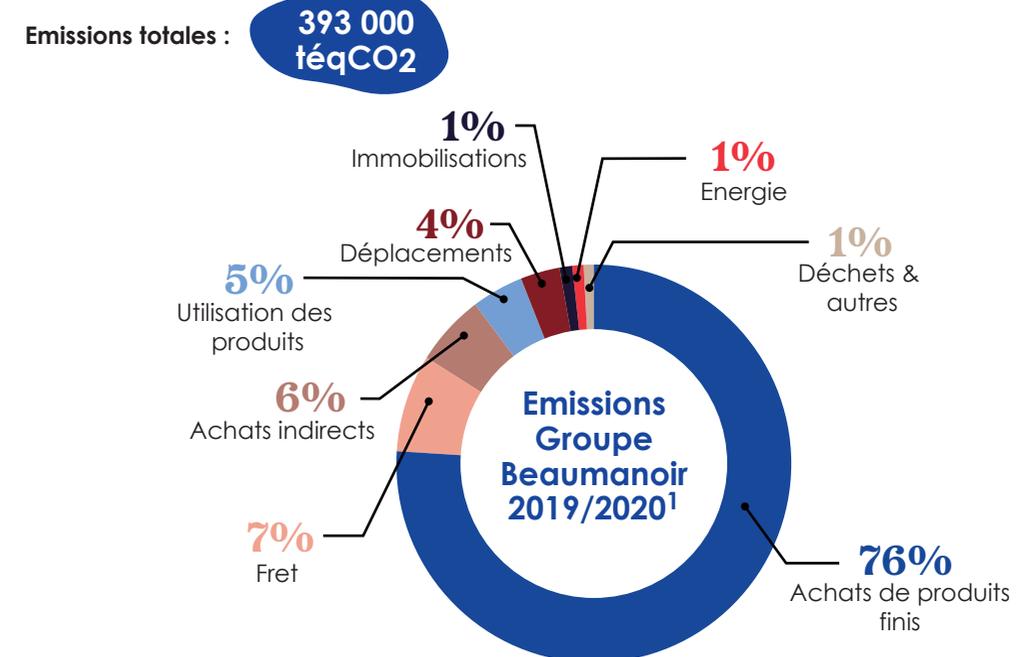
|      | France | monde (CC Chine inclus) | monde (hors CC Chine) |
|------|--------|-------------------------|-----------------------|
| 2020 | 59%    | 57%                     | -                     |
| 2019 | 65%    | 62%                     | 53%                   |

## Principales actions

### Mesure de l'impact carbone

- Calcul en 2020 des émissions de gaz à effet de serre sur le périmètre consolidé, qui permettra de définir la stratégie carbone du Groupe en 2021 et de suivre l'atteinte des objectifs.

### Résultats 2020



### Achats de produits et services durables

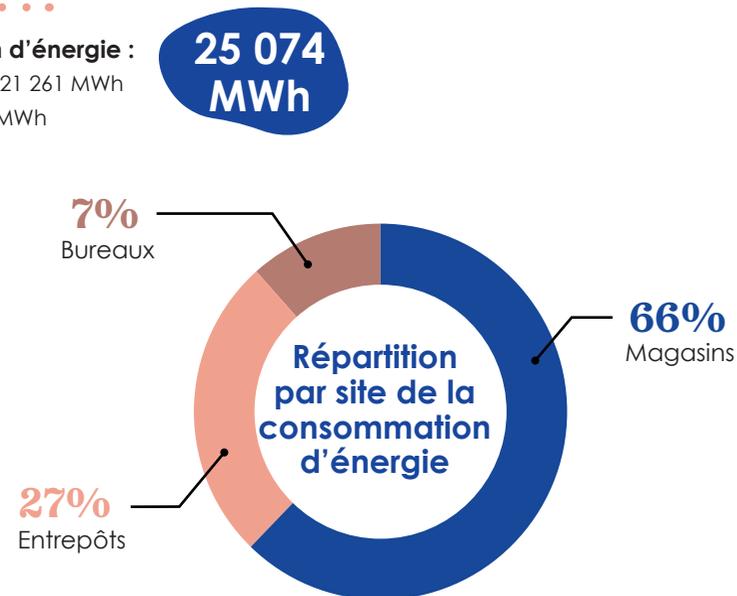
- Utilisation de fibres éco-responsables dans les collections des marques du Groupe et projets d'éco-conception permettant de réduire les émissions de CO<sub>2</sub> associées à chaque produit (pour plus de détails se reporter à la section « Matières premières »).
- Contrats d'achat d'énergie « verte » pour les sites opérés.
- Acheminement de produits par train entre la France et la Chine ; projet pilote de livraison en véhicules électriques de cinq points de vente depuis les entrepôts C-Log.
- Intégration de 11 nouveaux véhicules hybrides ou électriques dans la flotte d'entreprise en 2020.
- Sélection d'emballages plus durables : enveloppes e-commerce en plastique 100% recyclé pour les marques Cache Cache, Bonobo, Bréal et Vib's depuis fin 2020 et sacs de caisse en papier 100% recyclé pour toutes les marques en 2021.
- Exigence de conformité à la Réglementation Thermique 2012 ou 2020 pour les locaux commerciaux livrés.

## Réduction de la consommation d'énergie

- Analyse régulière des consommations énergétiques de l'ensemble des sites opérés et traitement des alertes de surconsommation grâce à une plateforme de suivi SaaS et l'accompagnement d'une société spécialisée.
- Installation systématique, lors des rénovations ou ouvertures de magasins, d'éclairages LED, d'équipements de chauffage et climatisation à haute performance énergétique, et amélioration progressive de l'isolation thermique et de l'étanchéité à l'air des magasins.
- Diffusion et affichage de consignes énergie dans l'ensemble des points de vente.
- Installation d'éclairage LED, recours au zonage pour l'éclairage, optimisation de la régulation du chauffage et des Gestions Techniques Centralisées (GTC)... dans les entrepôts.
- Lancement d'une équipe projet fin 2020 pour mise en conformité avec le Décret Tertiaire qui précise les modalités d'application la loi ÉLAN.

### Résultats 2020

**Consommation d'énergie :**  
dont électricité : 21 261 MWh  
dont gaz : 3 813 MWh



## Certification des sites logistiques

- Certification ISO 14001 du siège de l'activité logistique et de 6 entrepôts ; certification en 2022 de l'entrepôt de Poupry (28) entré en activité fin 2020.
- Certification HQE Construction et THPE de l'entrepôt de Saint-Malo (22) et HQE Production de l'entrepôt de Longueil Sainte Marie (60).

### Résultat 2020

**Part des entrepôts logistiques C-Log certifiés ISO 14001 : 86%** (6 sites sur 7)

## Engagement et accompagnement des fournisseurs textile

- Membre actif d'amfori BEPI<sup>2</sup> depuis 2015
- Lancement en 2020 d'un projet pilote d'efficacité énergétique dans les usines avec BEPI, s'articulant comme suit : collecte des données énergétiques, formation des usines à l'efficacité énergétique, accompagnement individualisé par un consultant spécialisé si besoin, puis mise en œuvre d'actions concrètes d'efficacité énergétique.

## Sensibilisation des collaborateurs et des clients

- Lancement du module e-learning « Mon point de vente responsable » en 2020 pour former les équipes magasin au bon usage des ressources (énergie, eau, papier...)
- Sensibilisation régulière des collaborateurs siège aux éco-gestes et pratiques numériques responsables : parcours nouveaux entrants, campagnes de communication, affichage ...
- Sensibilisation des clients au bon entretien des textiles via l'étiquetage des vêtements, les sites internet des marques et la formation des équipes magasin.

<sup>1</sup>Emissions carbone liées aux déplacements des visiteurs vers les magasins non prises en compte. Emissions calculées selon la méthodologie du Protocole GHG.

<sup>2</sup>Amfori BEPI (Business Environmental Performance Initiative) est une organisation internationale qui regroupe des donneurs d'ordre de différents secteurs d'activité dont l'objectif est d'améliorer la performance environnementale des usines de leur chaîne d'approvisionnement dans les pays à risque.

## Risques environnementaux liés à la fin de vie des produits

La pression sur les ressources naturelles est aujourd'hui forte partout dans le monde et pousse le législateur et l'ensemble des acteurs économiques à agir pour favoriser une économie moins prédatrice et plus circulaire.

Le Groupe Beaumanoir doit naturellement respecter ces nouveaux cadres réglementaires. Il doit aussi prendre en compte la raréfaction des ressources et l'évolution des attentes de la société civile et des comportements, pour réduire et valoriser ses déchets mais aussi innover et offrir des produits et services plus durables à ses clients.

### Politiques

Au cours des dernières saisons, les marques du Groupe ont fait évoluer leur politique d'achat de textile afin d'optimiser leurs stocks et ainsi limiter la surproduction de produits finis et les invendus.

Elles ont également mobilisé leurs clients et leur donnent aujourd'hui les moyens de s'engager en faveur d'une économie circulaire via une nouvelle offre de services.

En parallèle, le Groupe Beaumanoir déploie sur l'ensemble de ses sites une politique de gestion des déchets visant à les réduire, les trier et les valoriser davantage, et met en œuvre un accompagnement de ses fournisseurs sur cette thématique.

### Objectifs et performances

**100%** des magasins Cache Cache, Bonobo, Bréal et Vib's proposent la reprise de vêtements usagés en France en 2021

**100%** des déchets des entrepôts valorisés et près de 95% recyclés d'ici 2025

### Indicateurs clefs de performance

Part des magasins (France) proposant une collecte de vêtements usagés<sup>1</sup> : **49%**

<sup>1</sup>Hors magasins Morgan et C-Stock, qui ne sont pas intégrés à l'objectif Groupe

## Principales actions

### Réduction et gestion des invendus

- Optimisation et réduction des stocks en amont et en aval, grâce au développement d'outils de pilotage, au travail mené par les bureaux d'achat avec leurs fournisseurs et par les équipes de pilotage des flux et à une meilleure animation des politiques de démarque.
- Gestion des invendus des marques par la société de déstockage C-Stock, filiale du Groupe Beaumanoir, qui utilise différents canaux de distribution pour leur offrir un débouché commercial. Aucun produit n'est détruit, à l'exception de ceux pouvant présenter des risques en matière de santé ou de sécurité.
- Dons à des associations partenaires locales des vêtements et accessoires de mode présentant un petit défaut qualité et qui n'ont pu être mis à la vente (Les Restos du Cœur, Le Secours Populaire, Le Relais, La Croix Rouge française...)

### Deuxième vie des produits

- Dispositif offert toute l'année au client de reprise de vêtements usagés dans les magasins Bonobo et Vib's, en partenariat avec une société spécialisée dans la seconde main des produits textile. Dispositif étendu à l'ensemble du réseau Cache Cache et Bréal en 2021.
- Pour la deuxième année consécutive, participation des marques du Groupe à la nouvelle édition de la campagne nationale #RRR (#RéutilisonsRéparonsRecyclons) pilotée par l'éco-organisme Refashion et destinée à sensibiliser le citoyen-consommateur à la seconde vie des produits textiles.
- Dons des échantillons de tissus reçus par les équipes achats de Saint-Malo à l'atelier couture de l'Institut Médico-Educatif de Tréleau (22), pour permettre à des jeunes en situation de handicap de s'exercer et de confectionner des petits articles.
- Programmes ciblés visant à offrir une deuxième vie à des produits n'ayant plus d'usage en magasin tels que les mannequins, les cintres, les consommables d'impression...

### Valorisation des déchets

- Tri et recyclage des déchets d'exploitation des entrepôts : carton, papier, bois, verre, métal et certains plastiques.
- Dispositifs de tri et recyclage des cartons et, lorsque la filière de valorisation existe localement, de certains plastiques dans les magasins opérés par le Groupe.
- Partenariat avec l'éco-organisme Valdélia pour assurer la valorisation des déchets d'éléments d'ameublement des magasins.
- Démarche d'éco-bureaux, avec tri systématique des déchets sur les sites.
- Accompagnement des fournisseurs dans la gestion de leurs déchets, avec comme exigence le respect des obligations légales, l'obtention des permis nécessaires, 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.

### Résultat 2020

Part des déchets recyclés dans les entrepôts (France) : **86%**



# Les résultats RSE

## Indicateurs RSE publiés dans le rapport

### Risques et Indicateurs

#### QUALITÉ DE L'OFFRE

|   | TYPE     | PÉRIMÈTRE | VALEUR      |
|---|----------|-----------|-------------|
| Part des références produits avec test qualité en laboratoire | KPI      | monde     | 80,3%       |
| Nombre de contrôles qualité                                   | Résultat | monde     | 62 007      |
| Part des entrepôts logistiques certifiés ISO 9001             | Résultat | monde     | 6 / 7 ratio |
| Part des entrepôts logistiques certifiés OEA                  | Résultat | monde     | 6 / 7 ratio |

#### SÉCURITÉ ET SANTÉ DES CLIENTS

|   |          |       |       |
|---|----------|-------|-------|
| Taux de conformité tests chimiques                                | KPI      | monde | 98,1% |
| Nombre de familles de substances chimiques suivies en laboratoire | Résultat | monde | 11    |
| Nombre de tests laboratoire sur propriétés chimiques              | Résultat | monde | 6 021 |

#### MATIÈRES PREMIÈRES

|   |     |       |       |
|---|-----|-------|-------|
| Part du coton éco-responsable dans le coton total utilisé | KPI | monde | 71 %  |
| Part des fibres d'origine animale                         | KPI | monde | 1,8 % |

#### ATTRACTIVITÉ ET FIDÉLISATION DES TALENTS

|   |          |        |            |
|---|----------|--------|------------|
| Part des contrats permanents dans l'effectif total              | KPI      | monde  | 93 %       |
| Part des salariés bénéficiant d'un point annuel avec le manager | KPI      | France | 37%        |
| Effectif salarié total  | Résultat | monde  | 4 032      |
| Ancienneté moyenne  | Résultat | monde  | 5,9 années |
| Nombre de partenariats écoles                                   | Résultat | France | 9          |
| Nombre de salariés formés                                       | Résultat | monde  | 553        |
| Part des managers formés au management                          | Résultat | France | 48 %       |

#### DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DES CHANCES<sup>1</sup>

|  |          |        |      |
|--|----------|--------|------|
| Part des femmes au sein des cadres dirigeants              | KPI      | France | 58%  |
| Taux d'emploi de travailleurs handicapés                   | KPI      | monde  | 3,4% |
| Part des salariés de moins de 35 ans dans l'effectif total | Résultat | monde  | 52%  |
| Part des femmes dans l'effectif total                      | Résultat | monde  | 84%  |

#### ÉTHIQUE DES AFFAIRES

|   |          |       |      |
|---|----------|-------|------|
| Part des fournisseurs ayant signé la charte éthique     | KPI      | monde | 100% |
| Part des fournisseurs clé stables                       | KPI      | monde | 79%  |
| Part des salariés sensibilisés à l'éthique des affaires | Résultat | monde | 66%  |
| Nombre de fournisseurs textile et accessoires de mode   | Résultat | monde | 271  |

#### TRAÇABILITÉ ET TRANSPARENCE

|  |          |       |     |
|--|----------|-------|-----|
| Nombre d'usines de rang 2 & 3 cartographiées | KPI      | monde | 109 |
| Nombre de pays de production                 | Résultat | monde | 21  |
| Nombre d'usines de rang 1                    | Résultat | monde | 720 |
| Nombre d'usines de rang 1 hors UE            | Résultat | monde | 568 |

#### DROITS DE L'HOMME ET CONDITIONS DE TRAVAIL DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

|  |          |       |       |
|--|----------|-------|-------|
| Part des usines de rang 1 hors UE auditées                     | KPI      | monde | 99,7% |
| Part des usines de rang 1 hors UE auditées avec résultat «BON» | KPI      | monde | 33%   |
| Nombre d'audits sociaux réalisés sur la période                | Résultat | monde | 183   |

#### PRÉSERVATION DE L'EAU ET DES OCÉANS

|                                      |     |       |     |
|--------------------------------------|-----|-------|-----|
| Part des unités de délavage auditées | KPI | monde | 84% |
|--------------------------------------|-----|-------|-----|

#### ÉNERGIE ET CHANGEMENT CLIMATIQUE

|  |          |       |                 |
|--|----------|-------|-----------------|
| Part de l'électricité d'origine renouvelable       | KPI      | monde | 57%             |
| Emissions carbone                                  | Résultat | monde | 393 000 téq CO2 |
| Consommation d'énergie                             | Résultat | monde | 25 074 MWh      |
| Part des entrepôts logistiques certifiés ISO 14001 | Résultat | monde | 6/7             |

#### ÉNERGIE ET CHANGEMENT CLIMATIQUE

|  |          |        |     |
|--|----------|--------|-----|
| Part des magasins proposant la reprise de vêtements usagés | KPI      | France | 49% |
| Part des déchets recyclés dans les entrepôts               | Résultat | monde  | 86% |

## Méthodologie et périmètre de reporting

Les indicateurs RSE sont décrits dans un protocole de reporting détaillé, établi par la Direction RSE du Groupe Beaumanoir 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 terme « Groupe Beaumanoir » recoupe CCV Beaumanoir Holding, holding du Groupe, et toutes les sociétés contrôlées par cette dernière.

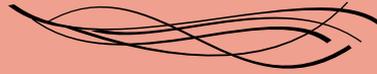
Les indicateurs publiés dans la DPEF correspondent à l'ensemble des sociétés et sites du « Groupe Beaumanoir », sauf indications contraires précisées dans le corps du texte.

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



G R O U P E  
BEAUMANOIR



# Notre Mo(n)de pour Demain



CACHE CACHE

BRÉAL



MORGAN

Vib's

