

2025-2026

RAPPORT RSE



NOTRE MONDE POUR DEMAIN

G R O U P E
BEAUMANOIR



CACHECACHE. BRÉAL BONOBON JENYFER Vib's LA HALLE NAFNAF LOG
MORGAN CAROLL SARENZA.com CAJALISVISE ROXY BILLABONG DC ELEMENT RVCA C-stock



SOMMAIRE

01. Préambule

- 06. Édito
- 07. 2025 : les chiffres clés
- 08. Le Groupe et ses activités
- 10. Son histoire
- 12. Ses marques
- 20. Ses valeurs
- 22. Ses partenaires
- 24. 2025 : les faits marquants

02. Informations générales

- 28. Objectif et périmètre du rapport
- 31. Approche méthodologique des indicateurs de durabilité
- 32. Stratégie, modèle d'affaires et chaîne de valeur
- 36. Gouvernance globale
- 42. Démarche de double matérialité
- 44. Les engagements de durabilité

03. Environnement

- 52. Changement climatique
- 62. Pollutions
- 67. Eau et ressources marines
- 70. Biodiversité et écosystèmes
- 73. Économie circulaire

05. Gouvernance

- 102. Éthique des affaires

04. Social

- 82. Équipes du Groupe
- 90. Travailleurs de la chaîne de valeur
- 94. Soutien aux communautés et ancrage local
- 97. Clients du Groupe

06. Annexe

- 108. Lexique



PRÉAMBULE

- 06. Édito
- 07. 2025 : les chiffres clés
- 08. Le Groupe et ses activités
- 10. Son histoire
- 12. Ses marques
- 20. Ses valeurs
- 22. Ses partenaires
- 24. 2025 : les faits marquants

ÉDITO

Pour le Groupe Beaumanoir, **tout commence par l'Humain. Nos clients d'abord**, car ce sont eux qui font vivre nos collaborateurs, nos partenaires et l'ensemble de notre écosystème. Notre **responsabilité première** est donc de **leur proposer une offre de qualité, sûre et accessible**. Pour y parvenir durablement, la responsabilité sociétale doit être pleinement intégrée à notre modèle d'affaires.

Aux côtés de nos marques, **nous faisons de la responsabilité sociétale un pilier de notre stratégie**. Sur l'ensemble de nos sites (magasins, entrepôts, bureaux d'achats, sièges sociaux), nos équipes s'engagent chaque jour pour **transformer nos ambitions en actions concrètes**. Elles pilotent des projets, accompagnent les évolutions de nos pratiques et mobilisent les collaborateurs et les différentes parties prenantes afin que chacun puisse contribuer, à son niveau, à cette dynamique de progrès.

Notre responsabilité dépasse largement le cadre de nos propres activités. Elle s'étend à l'ensemble de notre chaîne de valeur (fournisseurs, transporteurs, affiliés...). Nous veillons ainsi au **respect des droits humains, à des conditions de travail dignes et à l'application d'exigences environnementales** élevées dans notre chaîne d'approvisionnement. Cet engagement se traduit par des audits réalisés sur le terrain, via nos propres auditeurs ou des tierces parties, mais aussi par un dialogue et un accompagnement avec nos partenaires, où qu'ils soient. En parallèle, nous poursuivons nos efforts pour mieux mesurer la performance environnementale de nos produits, **développer l'écoconception, et renforcer la traçabilité de nos matières**.

Cette ambition se traduit ainsi naturellement par une stratégie structurée autour de cinq piliers : **l'offre, les collaborateurs, les partenaires, l'environnement et les territoires**. Ensemble, ils couvrent l'entièreté de notre chaîne d'activité. À chaque étape, nous veillons à placer l'Humain au cœur de nos décisions et de notre développement.

La transformation de notre industrie est un défi collectif. Aux côtés de nos partenaires et de l'ensemble du secteur, nous faisons évoluer nos pratiques pour construire **une activité plus durable**. En 2025, cette dynamique nous a permis de franchir de nouvelles étapes, présentées dans ce rapport. Si ces projets sont encourageants, ils nous rappellent le chemin à parcourir et nous incitent à poursuivre nos efforts et à aller toujours plus loin. **Cap sur 2026**.

Thomas Beaumanoir, Directeur Général Délégué



Jocelyne BEAUMANOIR
Directrice
Ressources Humaines



Roland BEAUMANOIR
Président



Thomas BEAUMANOIR
Directeur
Général Délégué



2025

Les chiffres clés

+20
MARQUES
ET ENSEIGNES

2,9
MILLIARDS D'EUROS
DE VOLUME D'AFFAIRES

119
MILLIONS DE
PIÈCES VENDUES

10 676
SALARIÉS

208
PARTENAIRES AFFILIÉS
& FRANCHISÉS EN FRANCE

9
BUREAUX D'ACHAT
ET DE SOURCING

11
ENTREPÔTS
LOGISTIQUES

2 226
POINTS DE VENTE
(SUCCURSALES, AFFILIÉS ET AUTRES)



Le Groupe et ses activités

Acteur incontournable du prêt-à-porter, le Groupe Beaumanoir opère aujourd'hui plus de **20 marques emblématiques** qui couvrent l'ensemble des **univers de la Mode et du Lifestyle**.

Son activité s'organise autour des métiers de :

- **La création et la distribution** de prêt-à-porter, de chaussures et d'articles de sport
- **La supply chain**

L'ensemble des références - vêtements, accessoires de mode (chaussures, bijoux, sacs...) et équipements sportifs - sont **conçus par ses équipes basées à Saint-Malo, Paris, Wasquehal et à Saint-Jean-de-Luz**.

L'acheminement des produits depuis les différentes régions d'approvisionnement vers les **11 sites logistiques** en propre en France est assuré par la filiale logistique du Groupe, C-LOG, se chargeant également de leur distribution vers leurs lieux de destination, magasins en propre, partenaires et clients finaux.

La suite des opérations repose en partie sur des **partenariats forts** :

- **La production**, assurée par ses fournisseurs, avec le soutien local des bureaux d'achats et de sourcing du Groupe, basés dans les principaux bassins d'approvisionnement ;
- **La distribution et la commercialisation**, assurée dans les magasins et les sites e-commerce des marques Cache Cache, Bonobo, Bréal, Vib's, Morgan, Caroll, La Halle mais aussi Quiksilver (...) exploitées directement par le Groupe ou par ses partenaires affiliés, franchisés et grossistes (ou wholesalers) mais aussi via les sites e-commerce Sarenza.com et ceux de partenaires.

C-LOG, en tant qu'**expert supply chain fashion** en France, **commissionnaire de transport et représentant en douanes enregistré (RDE)**, met également son expertise logistique, d'import, de distribution et de préparation de commandes cross canal au profit de marques externes au Groupe dans les univers de la mode et du luxe.

Dans un marché du textile en profonde et constante mutation depuis 2020, entre évolution des comportements consommateurs, changements climatiques, concurrence accrue d'acteurs Chinois ou encore essor de la seconde main, le Groupe Beaumanoir, parvient avec prudence à poursuivre son développement en acquérant des marques emblématiques de segments de marché complémentaires aux activités historiques.

2025 a vu cette tendance se confirmer. Le besoin de transparence, avec l'affichage volontaire du score environnemental, s'installe durablement dans les habitudes de consommation. Le paysage concurrentiel s'est encore modifié. Les attentes réglementaires se sont précisées.

Dans ce contexte, le **Groupe Beaumanoir** poursuit sa **transformation digitale, omnicanale et sectorielle** pour **maintenir son statut de leader** du marché français, au service de ses partenaires et des besoins de ses clients.



SON HISTOIRE

Fondé en 1981 par Jocelyne et Roland Beaumanoir, le Groupe Beaumanoir est une entreprise familiale indépendante qui s'est imposée comme un acteur majeur du prêt-à-porter en France. Porté par un esprit commerçant affirmé, le Groupe s'est construit avec humilité, audace et une vision long terme dans un secteur en constante mutation.

CRÉATION
DU MAGASIN
MULTIMARQUE
VÉTIMOD

1981

CRÉATION DE LA
SOCIÉTÉ C-LOG

2002

CRÉATION DE
LA MARQUE
BONOBO

2007

OUVERTURE
DU 2 000^E MAGASIN
GROUPE BEAUMANOIR

2010

RACHAT DE LA
MARQUE CAROLL

2021

INTÉGRATION DE LA
HALLE AU SEIN DU
GROUPE BEAUMANOIR

2024

RACHAT DES
MARQUES
JENNYFER
& NAF NAF

2025



1985

OUVERTURE DU
1^{ER} MAGASIN
CACHE CACHE

2003

REPRISE DE
LA MARQUE
PATRICE BRÉAL

2009

RACHAT DE LA
MARQUE MORGAN

LANCEMENT DES
SITES E-COMMERCE
MORGAN & BONOBO

2020

RACHAT DE
LA HALLE PAR
LA FAMILLE
BEAUMANOIR

2022

RACHAT DE
SARENZA.COM

2024

RACHAT DU
GROUPE BOARDRIDERS
EN EUROPE DE L'OUEST

SES MARQUES

Univers mode



CACHE CACHÉ.

La Mode de la vraie vie.

La marque de prêt-à-porter pour les femmes joyeuses et optimistes.

Cache Cache, c'est une marque de mode pensée pour toutes les femmes. Une mode qui aide chacune à révéler son côté solaire sans renier son caractère. Une mode qui ne triche pas, qui se porte facilement et qui se vit à fond.

Parce que s'habiller, c'est autant se sentir belle que se sentir soi. C'est une façon de dire Je.



Marchons à l'Optimisme

Depuis 2006 Bonobo dessine une mode mixte, décontractée et accessible, portée par une pièce emblématique : le jeans. Pensée pour une génération optimiste et engagée, la marque accompagne celles et ceux qui veulent vivre leur style sans compromis entre look et convictions.

Depuis sa création, Bonobo défend une vision positive et engagée : une mode qui suit les tendances tout en étant plus durable et toujours accessible. L'engagement de Bonobo se manifeste au quotidien : dans le choix des matières et dans les démarches pour limiter leur empreinte sur la planète. Bonobo cultive une philosophie de vie : celle d'une communauté ouverte, bienveillante et tournée vers l'avenir.



BRÉAL

Être belle c'est surtout être soi.

Depuis 1972, Bréal accompagne les femmes en créant des collections qui soulignent ce qui les rend belles et féminines.

Chez Bréal, nous habillons toutes les femmes, sans question de taille, d'âge ou de standard. Nous créons une mode sans compromis : des collections qui riment avec plaisir, des coupes, des matières qui suivent les envies, des pantalons magiques devenus iconiques. Nous aimons la féminité combinée à l'ingéniosité. Nous mêlons style, confort et détails bien pensés. Pour, qu'à la fin, les femmes se sentent toujours belles, toujours bien.

Vib's

Votre style est là.

Vib's, c'est bien plus qu'un magasin : c'est un concept unique et pluriel à la fois.

Unique, car ici, on est libre de déambuler, de flâner, de fouiner parmi 4 marques exclusives : Cache Cache, Bonobo, Bréal & Jennyfer.

Pluriel, par son expérience multiple : multimarque, multi-génération, multi-styles.

Vib's place l'expérience client au centre de son concept. L'aménagement des points de vente est pensé pour offrir un environnement spacieux, convivial et accueillant, favorisant un parcours d'achat fluide et agréable. Chaque magasin vise à proposer un service de qualité, fondé sur l'écoute, le conseil et la proximité. Vib's offre une infinité de possibilités pour s'habiller de la tête aux pieds, selon vos envies, vos moments, votre style.



LA HALLE

Habille la vie

La Halle habille toutes les familles et chaque individu, en étant proche de chacun, en proposant un **large choix de marques de mode et de produits du quotidien**, de qualité durable à prix toujours accessibles, avec une expertise particulière pour la chaussure et la lingerie.

HABILLER LA VIE ! Répondre aux attentes des consommateurs en recherche de produits du quotidien confortables et à **petits prix**. Par ailleurs, La Halle propose tout au long de l'année des **promotions attractives pour les clients en quête de bonnes affaires**.



M O R G A N

Une histoire de Cœur

Morgan, une marque de **prêt-à-porter française née à Paris**, qui **accompagne les femmes depuis plus de 30 ans** avec des **collections modernes, audacieuses et glamour**. Morgan s'est imposée comme une référence incontournable pour **rendre les femmes belles et sûres d'elles**.

Morgan s'engage à rendre le quotidien des femmes plus beau en proposant des vêtements qui reflètent la personnalité et le style de la **femme citadine**. Morgan, c'est la promesse **d'une mode chic et dans l'air du temps**, qui accompagne les femmes audacieuses dans toutes les facettes de leur vie.



CAROLL

P A R I S

L'élégance de la Féminité

Depuis 1963, le style Caroll traverse le temps. De génération en génération, il **accompagne les femmes à chaque étape de leur vie**. Intemporel, il transcende les tendances.

Plus que des vêtements, Caroll affirme une personnalité, révèle une allure, signe un dressing. **Parce que le style n'a pas d'âge, parce que l'élégance n'est pas une question de tendance**.

Caroll affirme : **l'élégance est intemporelle**. Caroll incarne une élégance contemporaine, pensée pour **accompagner les femmes actives** dans tous les **moments clés de leur vie**. De la silhouette urbaine du quotidien aux tenues d'exception, chaque collection **reflète un savoir-faire exigeant** et une attention portée aux coupes, aux matières et aux finitions.

Caroll se distingue par son **expertise en tailoring**, proposant des **vestiaires structurés et raffinés**, pensés pour le working comme pour les instants plus solennels avec sa collection Cérémonie. **Caroll, c'est l'alliance du style et de la maîtrise, au service d'une allure affirmée**.

SES MARQUES

Univers Lifestyle

S.



SARENZA.com

La boutique de mode en ligne française !

Chez Sarenza.com, le style est un moteur : **des looks inspirés et un cool assumé** qui s'expriment pleinement à travers le slogan « des looks, du style, du cool ! ».

La mission consiste à proposer des pièces mode, des chaussures et des accessoires pour toute la famille. Des essentiels de saison aux tendances du moment, la sélection rassemble plus de 750 marques et incarne une vision du style à la fois décontractée, accessible et toujours affirmée.

Depuis ses débuts, Sarenza.com cultive l'audace et la différenciation. Dès 2005, un défi de taille a été relevé : vendre des chaussures en ligne, sans essayage, à une époque où le concept semblait inconcevable.

Aujourd'hui, l'offre s'est élargie à un univers lifestyle complet, **avec plus de 60 000 références pour répondre à toutes les envies mode.** La satisfaction client y est une priorité, bien au-delà d'une simple promesse.



ROXY

Faire des vagues, déplacer des montagnes

Depuis 1990, Roxy est bien plus qu'une marque : **c'est un mouvement. Première et unique** marque mondiale de sports outdoor dédiée exclusivement aux femmes, ROXY s'adresse à celles qui sont prêtes à **redéfinir les règles du jeu** et encourage toutes les femmes à **repousser leurs limites, dans tous les aspects de leur vie.** ROXY va bien au-delà de la performance sportive : c'est **une véritable communauté portée par une passion commune** qui rassemble des femmes animées par des valeurs fortes. Chaque collection incarne un **équilibre subtil entre technicité et féminité**, pensée pour répondre aux attentes des sportives et de toutes celles qui choisissent de **vivre chaque instant avec passion.**

QUIKSILVER

Surfer la vague, Surfer le Monde

Depuis 1969, Quiksilver incarne **l'essence du surf** à travers son logo emblématique « **la montagne et la vague** ». Bien plus qu'une simple marque, Quiksilver représente un **véritable mode de vie, porté par une quête de liberté et d'authenticité.** C'est cette vision unique qui guide Quiksilver depuis plus de **50 ans.**

Quiksilver célèbre **l'esprit de liberté** et ce besoin essentiel **d'explorer de nouveaux horizons.** Pour la marque, **la culture surf dépasse largement les océans** : elle s'exprime dans une manière de vivre, de créer et de se dépasser. Animée par une **volonté constante d'innover**, Quiksilver propose bien plus qu'un style - **un véritable état d'esprit.** Celui de ceux qui osent et restent profondément **connectés à ce qui les entoure.**





BILLABONG
Z

Réellement progressiste

Depuis 1973, au cœur de la culture surf australienne, Billabong incarne un esprit authentique. Elle accompagne les passionnés de l'océan et d'aventures avec des produits techniques ainsi que des collections pensées pour les femmes et les hommes qui vivent chaque jour au plus près de la nature.

Plus qu'une marque, Billabong est un mode de vie - celui de ceux qui cherchent le frisson de glisser sur une vague, « Know the Feeling ».

Billabong célèbre la liberté, l'authenticité et l'émotion unique que procure le surf. Inspirée par l'océan et animée par la passion de son fondateur Gordon Merchant – « I just want surfers to feel special » – la marque crée bien plus que des vêtements : elle incarne un état d'esprit. Chaque collection reflète cet amour profond pour la nature, l'aventure et ceux qui vivent intensément, avec l'océan comme guide et la créativité comme moteur.



DC*

Exprimer sa différence, repousser les limites

Dès sa création en 1994, DC Shoes bouscule les codes du skate et du snowboard avec un style inspiré du hip-hop alliant style et performance. Fondée par Ken Block et Damon Way, DC Shoes incarne l'énergie brute d'une génération de riders athlétiques et techniques, dotée d'un esprit rebelle qui ne suit que sa propre voie et relie les univers sportifs et artistiques.

Authentique, audacieuse et indépendante, DC Shoes a toujours su garder un esprit novateur en apportant à chaque individu les moyens de créer, de se démarquer et de laisser une empreinte durable. La marque s'est imposée comme une référence mondiale en matière de skate et de snow, en alliant technicité, durabilité et esthétique urbaine.

ELEMENT

Future Nature

Depuis 1992, Element conçoit des produits pensés pour durer, taillés pour l'action, et porteurs de valeurs fortes. Ancrée dans la culture skate, la marque soutient les skateboarders et promeut une attitude de respect de soi, des autres, et de la planète.

Son emblème, un arbre dans un cercle : la terre, soutenu par un demi-cercle : notre communauté reflète une vision en équilibre avec les quatre éléments : la terre, le feu, l'air et l'eau.

La nature est au cœur de la culture d'Element. De la conception à la production, notre approche responsable guide chaque étape. À travers nos collections, nos collaborations artistiques et nos engagements environnementaux, nous encourageons une nouvelle génération à rider, à créer avec sens, et à vivre avec intention.



RVCA

The balance of opposites

La marque californienne RVCA (à prononcer « ROUKA »), s'est imposée comme une marque hybride et incontournable, à la croisée de la mode, de l'art, du surf, du skate et du sport. Son ADN repose sur un équilibre subtil entre créativité et performance, réunissant des artistes, des athlètes et des passionnés autour d'une même vision.

Fondée en 2001 en Californie, RVCA s'est construite autour d'un concept fort : « The Balance of Opposites » l'équilibre des opposés. La marque unit les mondes du sport et de l'art, du fonctionnel et du créatif, du brut et du raffiné. RVCA, c'est une vision du monde où chaque mouvement est une forme d'expression, chaque vêtement un manifeste.

SES VALEURS

01. L'esprit commerçant

C'est l'ADN du Groupe Beaumanoir. Être commerçant consiste à comprendre les attentes des clients, anticiper leurs besoins et leur offrir une expérience unique. Cela implique également de cultiver l'agilité, l'audace et l'esprit d'entreprendre au quotidien.

02. L'humilité

Le Groupe considère la remise en question comme une force. L'humilité encourage à écouter, à apprendre et à progresser collectivement. Elle contribue à la pérennité du modèle et à la qualité des relations humaines.

03. La proximité

Le Groupe Beaumanoir entretient une relation de proximité avec ses collaborateurs, ses partenaires et ses clients. Elle repose sur la confiance, l'écoute et la transparence, et constitue un levier de performance et d'engagement.

04. Le respect

Le respect guide les actions du Groupe : respect des personnes, des cultures, des engagements et de l'environnement. Il est au cœur de la démarche RSE et de la responsabilité sociale.

05. La réactivité

Dans un monde en perpétuelle évolution, la capacité à décider rapidement et efficacement représente un atout stratégique pour le Groupe Beaumanoir. Son organisation agile permet de transformer les défis en opportunités.

06. La passion

La passion anime le Groupe. Elle se traduit par l'enthousiasme, l'envie de réussir collectivement et le plaisir de faire grandir ses marques.

07. Le progrès

Le progrès, tant technique qu'humain, est au cœur de la démarche du Groupe Beaumanoir. En confiant de véritables responsabilités à ses collaborateurs et en favorisant l'acquisition continue de connaissances, il développe des organisations dynamiques tournées vers l'avenir.



Ses Partenaires

Le Groupe Beaumanoir collabore avec des partenaires reconnus et tire parti de leur expertise pour mettre en place des programmes de responsabilité sociétale, s'engageant ainsi dans une véritable dynamique de progrès.



Le Groupe s'est engagé aux côtés de Canopy, association à but non lucratif, dont l'objectif est d'assurer la préservation des forêts du monde. Cette dernière accompagne les marques et les producteurs qui achètent ou fabriquent des fibres cellulosiques ainsi que des produits en papier à adopter et à mettre en œuvre des engagements politiques ambitieux pour mettre fin à l'approvisionnement issu de forêts essentielles pour le climat et la biodiversité. Pour plus d'informations : <https://canopyplanet.org>



Le Groupe est membre de Cascale, une alliance mondiale à but non lucratif qui rassemble des acteurs de l'industrie de la mode et des biens de consommation pour accélérer la transition vers des chaînes d'approvisionnement plus durables et équitables. L'organisation développe notamment des outils (Higg FEM, Higg FLSM, Higg BRM, Higg MSI) et initiatives permettant de mesurer et de réduire efficacement l'impact environnemental et social du secteur. Pour plus d'informations : <https://cascale.org>



La filiale logistique du Groupe, C-LOG, a obtenu en 2025, pour la deuxième année consécutive, la médaille d'argent EcoVadis, confirmant un bon niveau de maturité RSE sur l'ensemble de la chaîne logistique. Pour plus d'informations : <https://ecovadis.com/fr>



Le Groupe fait également partie de Textile Exchange, une organisation mondiale à but non lucratif qui regroupe des marques, des fabricants et des agriculteurs de l'industrie textile et habillement, afin de les guider vers des pratiques de production moins impactantes dès le début de la chaîne d'approvisionnement. Pour plus d'informations : <https://textileexchange.org>



En 2025, le Groupe s'est engagé auprès de la Science Based Targets initiative (SBTi) en se fixant un objectif de réduction de ses émissions de gaz à effet de serre aligné avec les recommandations scientifiques en matière de climat. La trajectoire proposée a été validée par l'initiative en février 2026. Pour plus d'informations : <https://sciencebasedtargets.org>



En tant que membre actif de l'Alliance du Commerce, le Groupe Beaumanoir échange et œuvre avec ses pairs pour accroître et promouvoir les actions de pérennisation et de transformation de la filière de distribution textile en France. Pour plus d'informations : <https://alliancecommerce.org>



Le Groupe Beaumanoir collabore également avec l'éco-organisme Ecologic, pour la filière des articles de sport et de loisir des marques Boardriders. Ce partenariat permet d'organiser et de financer la collecte, le réemploi, la réparation et le recyclage, et ainsi contribuer à l'économie circulaire. Pour plus d'informations : <https://www.ecologic-france.com>



Depuis janvier 2025, Le Groupe Beaumanoir a intégré le comité innovation du CETIA, la première plateforme d'innovation dédiée à la recyclabilité des articles textiles & cuirs. Pour plus d'informations : <https://cetia.tech>



Le Groupe Beaumanoir collabore régulièrement avec Refashion, éco-organisme de la filière REP Textile d'habillement, Linge de Maison et Chaussure en France. Membre des Associés et de comités thématiques, le Groupe contribue en tant que partie prenante à sa stratégie et soutient ses actions pour accélérer la transformation vers l'économie circulaire. Pour plus d'informations : <https://refashion.fr>



Le Groupe est membre de l'ICS : Initiative for Compliance and Sustainability, une initiative multisectorielle française qui regroupe des donneurs d'ordre de différents secteurs d'activité. Elle a pour objet l'amélioration des conditions de travail et le respect de l'environnement dans les chaînes d'approvisionnement mondiales. ICS permet aux sociétés membres de collaborer avec des outils partagés, de mutualiser les audits, et ainsi de contribuer à réduire le nombre d'audits simultanés dans les usines. Pour plus d'informations sur <https://ics-asso.org>



Le Groupe est adhérent à la Better Cotton Initiative. La mission de Better Cotton est d'aider les communautés locales impliquées dans la culture du coton à prospérer, tout en protégeant et en restaurant l'environnement. Pour plus d'informations : <https://bettercotton.org>



2025

Les faits marquants

En 2025, le Groupe a choisi d'accélérer concrètement sa transition climatique en soumettant une nouvelle trajectoire de réduction carbone alignée avec un scénario à **+1,5°C d'ici 2030 sur le scope 1 et 2¹**, et **+2°C sur le scope 3**. Inscrite dans le cadre des standards SBTi, cette trajectoire s'inscrit sur une méthode scientifique, mesurable et pilotée dans le temps.

Cette dynamique s'étend à la préservation des ressources naturelles. Avec son premier plan de biodiversité, le Groupe structure son action pour **réduire son empreinte sur les écosystèmes**. Un cap ambitieux est fixé : **- 30 % de consommation d'eau sur l'ensemble de la chaîne de valeur d'ici 2035**. En parallèle, l'engagement en faveur de matières premières moins impactantes se poursuit.

Parce qu'on ne transforme que ce que l'on mesure, 2025 a également été une année de montée en puissance opérationnelle. L'adhésion à Cascale et le déploiement de l'outil Higg FEM ont permis de renforcer la collecte de données environnementales dans les usines partenaires. Les résultats de **281 évaluations vérifiées ont été collectés sur l'année**.

Le Groupe a ouvert un nouveau chantier stratégique sur le **numérique responsable**. Après avoir mesuré son empreinte carbone IT avec le cabinet conseil Sustainably, une feuille de route structurée a été définie. Son déploiement, amorcé début 2026, vise à **réduire l'impact environnemental des infrastructures, des usages et des équipements numériques**.

En 2025, le Groupe a renforcé son dispositif d'éthique des affaires en déployant une formation en ligne auprès de ses fournisseurs et prestataires au Pakistan et au Cambodge. L'objectif : diffuser des standards clairs en matière de conformité, de lutte contre la corruption et de pratiques responsables. Il a également réuni ses partenaires stratégiques à Saint-Malo à l'occasion d'un « Supplier Day », pour partager ses ambitions et aligner les engagements.

Dans une logique de transparence accrue vis-à-vis des consommateurs, les marques Bonobo et Element ont été pionnières dans le déploiement de l'affichage environnemental (score PEF) sur leurs sites e-commerce.



Le Groupe a créé un cabinet de recrutement interne dédié au périmètre français. L'objectif : professionnaliser les pratiques, gagner en agilité et renforcer l'attractivité employeur dans un secteur en pleine évolution.

¹ Le scope 1 et 2 correspond aux émissions directes générées par les activités de l'entreprise et celles liées à la production de l'énergie qu'elle achète et consomme. Le scope 3 regroupe l'ensemble des autres émissions indirectes de la chaîne de valeur, en amont comme en aval, résultant des activités de l'entreprise.

- 28. Objectif et périmètre du rapport
- 31. Approche méthodologique des indicateurs de durabilité
- 32. Stratégie, modèle d'affaires et chaîne de valeur
- 36. Gouvernance globale
- 42. Démarche de double matérialité
- 44. Les engagements de durabilité

INFORMATIONS GÉNÉRALES

OBJECTIF ET PÉRIMÈTRE

du rapport

Le rapport RSE du Groupe Beaumanoir a pour ambition de rendre lisibles sa stratégie, ses engagements et les résultats concrets déployés en matière de durabilité pour l'exercice 2025-2026.

Bien que le Groupe ne soit pas, à ce jour, juridiquement soumis à la directive Corporate Sustainability Reporting Directive (CSRD), il fait le choix **d'anticiper en 2026 ses futures obligations en adoptant volontairement un cadre de publication qui tend à s'aligner sur les standards européens de durabilité**. Cette démarche proactive traduit la volonté du Groupe de **répondre aux attentes croissantes de ses parties prenantes** (collaborateurs, partenaires, investisseurs et clients) tout en **incarnant une démarche de transparence et de progrès continu**.

Cette démarche permet également au Groupe de renforcer et d'éprouver ses processus internes de collecte, de consolidation et de pilotage des données ESG, afin de monter progressivement en maturité et d'être prêt dans le cadre de l'échéance réglementaire de 2028.

Le périmètre couvre l'ensemble des activités du Groupe Beaumanoir, incluant toutes les entités consolidées dans les états financiers pour l'exercice 2025. À la suite de l'acquisition du Groupe Boardriders, l'entité en question a été intégrée au périmètre extra-financier à compter de mars 2025. Les données de durabilité le concernant ont ainsi été intégrées pour cet exercice, dans la mesure des informations disponibles et des dispositifs de reporting existants à date. La méthode de consolidation retenue pour les données de durabilité est alignée avec celle appliquée aux états financiers consolidés, afin de garantir cohérence et comparabilité.

Le rapport du Groupe Beaumanoir couvre la période du 1^{er} mars 2025 au 28 février 2026, en cohérence avec l'exercice comptable du Groupe. Sauf indication contraire, l'ensemble des données, analyses et indicateurs présentés se rapportent à cette période.





Approche méthodologique des indicateurs de durabilité

Les données présentées sont issues :

- **Des systèmes de gestion et de pilotage du Groupe** (reporting RSE, ERP, SIRH) ;
- **Des données de terrain** remontées par les marques et équipes locales puis consolidées au niveau Groupe ;
- **De données estimées ou extrapolées** lorsque les informations réelles ne sont pas encore disponibles, notamment pour certaines filiales plus récentes.

Lorsque cela a été nécessaire, des moyennes sectorielles ou ratios ont été utilisés, afin de garantir une première estimation des impacts significatifs.

Les indicateurs quantitatifs sont calculés selon des méthodologies internes harmonisées à l'échelle du Groupe. **Pour les indicateurs environnementaux** (notamment les émissions de gaz à effet de serre), les facteurs d'émission proviennent de **bases de données reconnues à l'international**, telles que la Base Carbone de l'ADEME ou les facteurs d'émission de l'IEA pour l'électricité. Les périmètres d'émissions sont clairement indiqués.

Les indicateurs sociaux s'appuient sur les **données RH** consolidées, **tout comme les indicateurs économiques**, issus des données financières du Groupe. Chaque indicateur est accompagné d'une note méthodologique spécifique en cas d'hypothèse particulière ou de couverture partielle.

Le processus de collecte et de validation des données est supervisé par la Direction RSE, en coordination avec les directions métiers. Des points de contrôle ont été réalisés tout au long de l'exercice pour assurer la fiabilité et la cohérence des données. Une revue de cohérence et d'exhaustivité du rapport a été effectuée en interne, avec un circuit de validation incluant la Direction Générale.

Le Groupe Beaumanoir a souhaité renforcer la couverture et la fiabilité des données dès l'exercice 2026 grâce à l'harmonisation des outils de reporting et à la montée en compétences des équipes. Depuis 2019, il publiait historiquement son reporting extra-financier conformément aux attentes de la Directive 2014/95/UE du Parlement Européen, qui régissait les règles de publication des données extra-financières jusqu'à l'adoption en 2024 de la CSRD, en s'inspirant des Standards GRI (Global Reporting Initiative). Ce cadre a servi de socle pour structurer la collecte des données et les indicateurs utilisés dans les précédents rapports RSE du Groupe.

Dans le cadre de l'entrée en vigueur des nouvelles exigences européennes en matière de durabilité, les travaux menés pour ce rapport ont été orientés en priorité vers les exigences des standards européens de durabilité, tout en assurant une cohérence de fond avec les indicateurs et principes du GRI.

STRATÉGIE,

modèle d'affaires et chaîne de valeur

Prise en compte de l'intérêt des parties prenantes

Dans l'optique de répondre aux attentes de ses parties prenantes, le Groupe a structuré une démarche de concertation dans le cadre de son analyse de double matérialité. Les échanges avec les parties prenantes permettent d'alimenter en continu la stratégie de transition environnementale et sociale du Groupe.

En 2025, le Groupe a ainsi actualisé la cartographie de ses parties prenantes. Cette cartographie couvre les parties prenantes prioritaires susceptibles d'être le plus impactées par les activités du Groupe sur l'ensemble de la chaîne de valeur. Pour assurer un dialogue pertinent, le Groupe adapte la fréquence et la modalité d'échange, visant toujours à mieux répondre aux enjeux de durabilité et impacts, risques et opportunités. **Pour la majorité des parties prenantes, l'évaluation confirme un niveau satisfaisant du dialogue.**

Détail des parties prenantes

LES PARTIES PRENANTES PRIORITAIRES	DÉTAIL DE LA PARTIE PRENANTE	SECTIONS DE RÉFÉRENCE DANS LE RAPPORT
POUVOIR PUBLICS ET RÉGULATEURS	Ensemble des institutions publiques encadrant, régulant ou influençant les activités du Groupe Beaumanoir en France et à l'international. <ul style="list-style-type: none"> • Union Européenne • États et Gouvernements des pays d'implantation Ministères, Collectivités territoriales • Autorités fiscales, sociales et douanières • Autorités de régulation du commerce de la concurrence et de la protection des consommateurs y compris les éco-organismes • Administrations en charge du droit du travail et de l'environnement 	<ul style="list-style-type: none"> • Changement climatique • Pollutions • Eau et ressources marines • Utilisation des ressources et économie circulaire • Équipes du Groupe • Éthique des affaires
FOURNISSEURS PARTENAIRES	Entreprises et acteurs intervenant dans la chaîne de valeur du Groupe Beaumanoir, de la conception à la distribution des produits. <ul style="list-style-type: none"> • Fabricants textiles et ateliers de confection • Fournisseurs de matières premières • Partenaires logistiques et transporteurs • Prestataires technologiques et digitaux • Affiliés et partenaires commerciaux des enseignes du Groupe 	<ul style="list-style-type: none"> • Changement climatique • Pollutions • Eau et ressources marines • Biodiversité et écosystèmes • Utilisation des ressources et économie circulaire • Travailleurs de la chaîne de valeur • Éthique des affaires

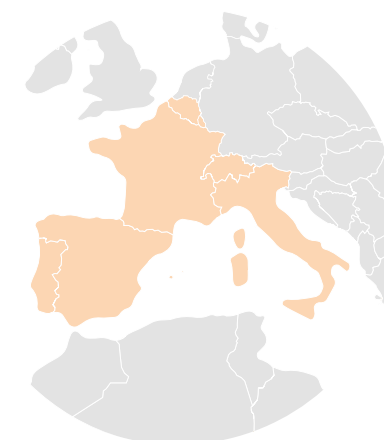
LES PARTIES PRENANTES PRIORITAIRES	DÉTAIL DE LA PARTIE PRENANTE	SECTIONS DE RÉFÉRENCE DANS LE RAPPORT
RESSOURCES HUMAINES	Toute personne contribuant directement à l'activité du Groupe Beaumanoir. <ul style="list-style-type: none"> • Collaborateurs en magasins succursales en France et à l'international, sièges, entrepôts. • Instances représentatives du personnel et partenaires sociaux • Administrateurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Équipes du Groupe • Changement climatique • Eau et ressources marines • Utilisation des ressources et économie circulaire • Soutien aux communautés • Éthique des affaires
CLIENTS	Toute personne achetant ou susceptible d'acheter un produit commercialisé par les enseignes du Groupe Beaumanoir. <ul style="list-style-type: none"> • Clients finaux des magasins physiques • Clients finaux marketplace • Clients négoce et Grossistes • Clients logistique (C-LOG) 	<ul style="list-style-type: none"> • Eau et ressources marines • Utilisation des ressources et économie circulaire • Clients du Groupe
PARTENAIRES FINANCIERS	Acteurs contribuant au financement, à la structuration et au développement stratégique du Groupe. <ul style="list-style-type: none"> • Banque de France • Autres banques • Actionnaires • Commissaires aux comptes et OTI • Assureurs et partenaires de gestion des risques 	<ul style="list-style-type: none"> • Changement climatique • Éthique des affaires
ONG ET ASSOCIATIONS	Organisations de la société civile susceptibles d'influencer, d'évaluer ou d'accompagner le Groupe sur ses impacts sociaux et environnementaux. <ul style="list-style-type: none"> • ONG environnementales (climat, biodiversité, textile moins impactant) • Associations de défense des droits humains et des conditions de travail • Associations locales dans les territoires d'implantation • Associations de défense du bien être animal 	<ul style="list-style-type: none"> • Changement climatique • Biodiversité et écosystèmes • Utilisation des ressources et économie circulaire • Travailleurs de la chaîne de valeur • Soutien aux communautés • Gouvernance
RÉSEAUX D'INFLUENCE ET MÉDIAS	Acteurs participant à la réputation, à la visibilité et à l'influence du Groupe Beaumanoir. <ul style="list-style-type: none"> • Médias • Influenceurs et créateurs de contenus • Fédérations professionnelles du commerce et du textile • Réseaux économiques territoriaux et organisations patronales • Concurrents 	<ul style="list-style-type: none"> • Changement climatique • Biodiversité et écosystèmes • Équipes du Groupe • Utilisation des ressources et économie circulaire

PRINCIPAUX
pays de production

PRINCIPAUX
pays d'implantation

2 226
POINTS DE VENTE
DANS LE MONDE

1 633
EN FRANCE



Les ressources nécessaires
au Groupe

COLLABORATEURS

14 300 personnes dont 10 676 salariés

RESSOURCES FINANCIÈRES

100 % actionariat familial

ACTIFS MATÉRIELS ET IMMATÉRIELS

Magasins, entrepôts logistiques, prestations de services, 9 bureaux d'achat et de sourcing

ENERGIE

65,2 Gwh d'électricité
5,1 Gwh de gaz

FOURNISSEURS

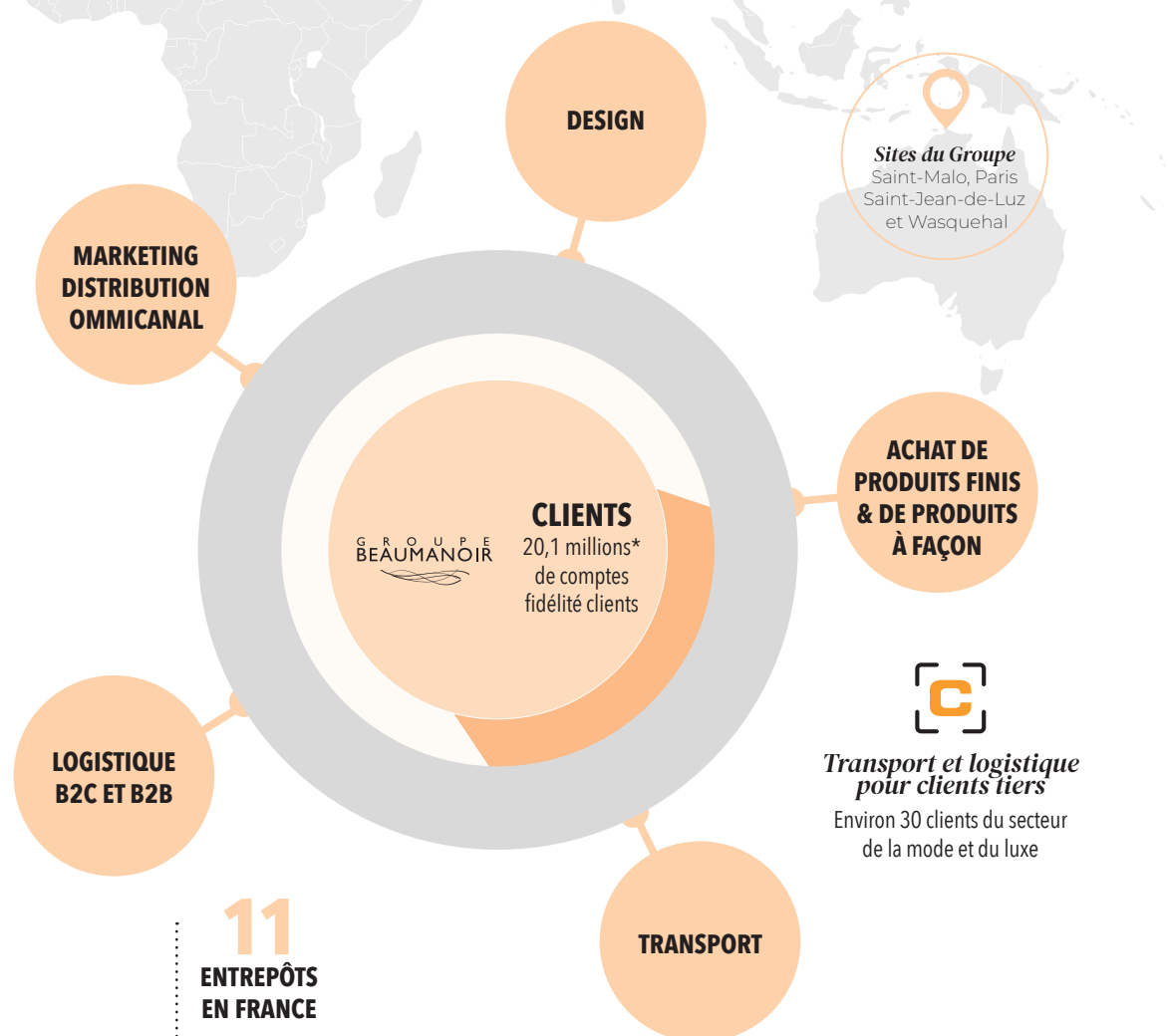
437 fournisseurs de produits finis

PARTENAIRES AFFILIÉS ET FRANCHISÉS

208 partenaires en France

MATIÈRES PREMIÈRES

13 236 tonnes de coton achetées



La valeur créée

VOLUME D'AFFAIRES

2,9 milliards d'euros

VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES DE MODE

119,4 millions de pièces dont 17,1 millions d'accessoires

UNE MODE ACCESSIBLE

pour les femmes et les hommes
Part importante de points de vente dans des villes de tailles petite ou intermédiaire

SATISFACTION CLIENTS

NPS** moyen : 73

SERVICES LOGISTIQUES DE QUALITÉ

110 millions de pièces expédiées
11 687 points de ventes livrés



PRODUITS ET SERVICES RESPONSABLES ET INNOVANTS



74% d'électricité d'origine renouvelable
63% de fibres textiles moins impactantes

* Hors marques Boardriders

** Net Promoter Score



GOVERNANCE

Globale

Structure de Gouvernance du Groupe

Le Groupe Beaumanoir est **détenu à 100 % par un actionnariat familial**. La gouvernance repose sur **plusieurs instances coordonnées**, permettant d'assurer la supervision stratégique, le pilotage opérationnel et l'intégration des enjeux ESG dans l'ensemble des activités.

Comité de Direction Groupe

Le Comité de Direction Groupe assure le **pilotage exécutif du Groupe et l'exécution des orientations** validées par le Conseil, y compris en matière ESG.

Comités de Direction Marques & Activités

Ces instances déclinent la stratégie du Groupe dans leurs périmètres respectifs et assurent le suivi opérationnel, les arbitrages et la mise en œuvre des plans d'action.

Représentation des salariés

Le Groupe est en conformité avec les législations concernant la présence de Comités Sociaux Economiques et la représentation syndicale dans chacune des sociétés concernées.

Conseil d'Administration

Il constitue l'instance stratégique de supervision du Groupe, incluant la surveillance des sujets environnementaux, sociaux et éthiques.

COMPOSITION :

Roland Beaumanoir

Président du Conseil d'Administration, Administrateur

Jocelyne Beaumanoir

Directrice Générale Déléguée, Administratrice

Thomas Beaumanoir

Directeur Général Délégué, Administrateur

Jérôme Drianno

Directeur Général Groupe

Benjamin Amice

Directeur Général Délégué

Caroline Faillet

Administratrice Indépendante

Emmanuel Cueff

Administrateur Indépendant

Brice Lougnon

Directeur Administratif et Financier Groupe

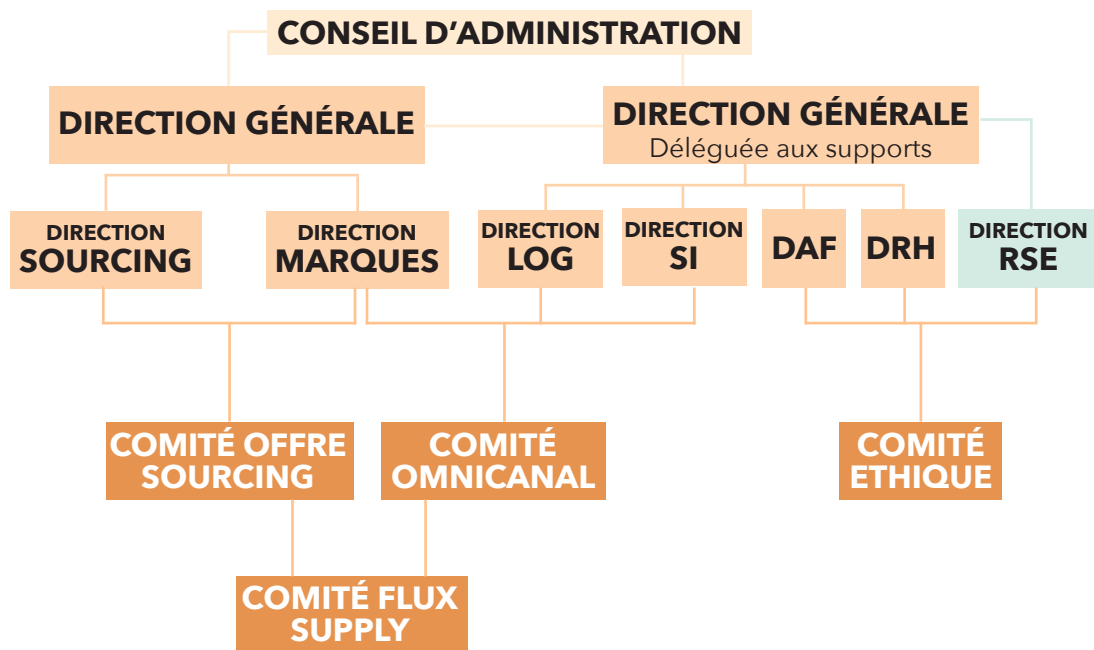
Étienne de Lasteyrie du Saillant

Administrateur Indépendant

Société ERNEST

Représentée par **Jean Christophe Boccon Gibod**,
Administrateur

Organigramme Textuel de la Gouvernance



CODIR GROUPE
COMITÉ MÉTIER

COMITÉ
NATURE

Ce schéma traduit la **transversalité de la gouvernance ESG**, présente à la fois au niveau **stratégique** (Conseil d'Administration), **exécutif** (Direction Générale) et **opérationnel** (Comités Métiers).

Rôles des Comités Métiers

Les Comités Métiers sont des instances transverses permettant d'assurer la coordination opérationnelle, la cohérence des décisions, l'identification des risques et le suivi des plans d'action.

COMITÉ FLUX - SUPPLY

- Pilotage global de la chaîne d'approvisionnement ;
- Arbitrage des flux, capacités logistiques et priorités opérationnelles ;
- Suivi de performance (délais, coûts, service) ;
- Gestion des risques supply chain ;
- Intégration des leviers environnementaux dans les décisions logistiques.

COMITÉ OFFRE - SOURCING

- Suivi de l'organisation du Sourcing et des campagnes d'achat ;
- Cohérence entre stratégie commerciale et capacités fournisseurs ;
- Arbitrage des stratégies d'implantation et d'approvisionnement ;
- Intégration des critères ESG (traçabilité, conformité sociale, matières moins impactantes).

COMITÉ OMNICAL

- Coordination entre Retail, Digital Data et IA ;
- Optimisation de l'expérience client omnicanale ;
- Pilotage des projets digitaux priorités et transverses ;
- Analyse de performance des canaux et amélioration continue.

COMITÉ NATURE

- Instance de pilotage de la feuille de route nature (climat, eau, déforestation...);
- Suivi de notre empreinte environnementale ;
- Coordination des Directions impliquées dans les actions de réduction ;
- Arbitrage des projets affectant les trajectoires de réduction de notre empreinte environnementale ;
- Reporting carbone consolidé et suivi des indicateurs.

COMITÉ ÉTHIQUE

- Supervision de l'intégrité et de la conformité ;
- Analyse des risques éthiques (corruption, fraude, droits humains) ;
- Suivi des plans d'action de vigilance ;
- Déploiement des politiques éthiques auprès des partenaires et filiales.



Responsabilités ESG du Conseil d'Administration et de la Direction

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil assume les responsabilités suivantes :

- Approuver les orientations stratégiques ESG du Groupe ;
- S'assurer de l'intégration des enjeux environnementaux, sociaux et éthiques dans la stratégie et le modèle d'affaires ;
- Superviser les risques liés au climat, aux droits humains et à la conformité.

DIRECTION GÉNÉRALE

Elle est chargée de :

- Veiller à la mobilisation des Directions métiers sur les objectifs ESG ;
- Allouer les moyens nécessaires à l'atteinte des engagements environnementaux, sociaux et éthiques ;
- Évaluer les performances ESG à travers les KPI suivis.

DIRECTION RSE

- Décliner les orientations stratégiques ESG en plans d'actions opérationnels ;
- Piloter la stratégie RSE et coordination transversale ;
- Produire le reporting ESG pour la Direction Générale ;
- Animer des comités Carbone et Éthique ;
- Apporter un support méthodologique aux Marques et fonctions support ;
- Contrôler la qualité et la fiabilité des données ESG ;
- Représenter le Groupe dans les instances externes, sur l'ensemble des sujets RSE.

Processus de Reporting et de Contrôle Interne ESG

Le Groupe a mis en place des dispositifs formalisés pour assurer la fiabilité du reporting de durabilité, incluant :

- Protocoles internes définissant les périmètres, responsables de collecte, méthodologies et contrôleurs ;
- Processus de consolidation des données piloté par la Direction RSE en lien étroit avec la Direction Administrative et Financière ;
- Comités de pilotage thématiques (Supply, Green IT, Produits) alimentant les indicateurs carbone, supply, produits moins impactants, etc. ;
- Revue en Comité de Direction Groupe ;
- Traçabilité documentaire et contrôles internes des données critiques.



Intégration des enjeux ESG dans la rémunération variable

Le dispositif de participation et d'intéressement du Groupe intègre des critères extra-financiers, notamment :

- La réduction de la consommation d'énergie ;
- Le développement de l'écoconception des produits.

Ainsi, une partie de la rémunération variable de l'ensemble des salariés est conditionnée à la performance ESG, renforçant l'alignement entre transformation durable et engagement des équipes.

DÉMARCHE de double matérialité

Méthodologie

Le Groupe Beaumanoir a engagé en 2024 une première évaluation complète de ses enjeux Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance (ESG) selon le principe de double matérialité, avec l'accompagnement du cabinet de conseil EKODEV. La démarche a été lancée par la constitution d'un comité de pilotage (COFIL) composé de représentants des principales directions de l'entreprise, puis formellement validée en Comité de Direction. Ce cadrage initial a permis d'assurer une gouvernance transverse, mobilisant l'ensemble des fonctions clés du Groupe.

Une liste initiale d'enjeux ESG a été établie sur la base des référentiels européens applicables et enrichie par des enjeux sectoriels propres à l'industrie du textile, identifiés notamment grâce aux travaux menés par l'Alliance du Commerce. Des ateliers de définition des Impacts, Risques et Opportunités (IROs) ont été organisés avec le COFIL et élargis à d'autres parties prenantes internes, afin de formuler des IROs pertinents au regard des activités du groupe.

Une fois les IROs validés en interne, un cycle d'entretiens de cotation a été mené avec un panel diversifié de parties prenantes internes et externes prioritaires :

- Affiliés du Groupe et filiales
- Fournisseurs stratégiques
- Experts sectoriels et représentants du monde associatif
- Actionnaires et investisseurs
- Banques partenaires
- Membres du Comité de Direction
- Salariés

Ces entretiens ont permis d'évaluer chaque IRO selon une grille d'analyse alignée sur les critères de la réglementation européenne, croisant à la fois les impacts de l'entreprise sur l'environnement et la société, et les conséquences financières sur sa performance. Les résultats ont conduit à la construction de la matrice de double matérialité 2024, validée par le COFIL et le Comité de Direction.

En 2025, cette analyse a été mise à jour afin d'intégrer l'arrivée des marques Boardriders dans le périmètre du Groupe. Cela a nécessité :

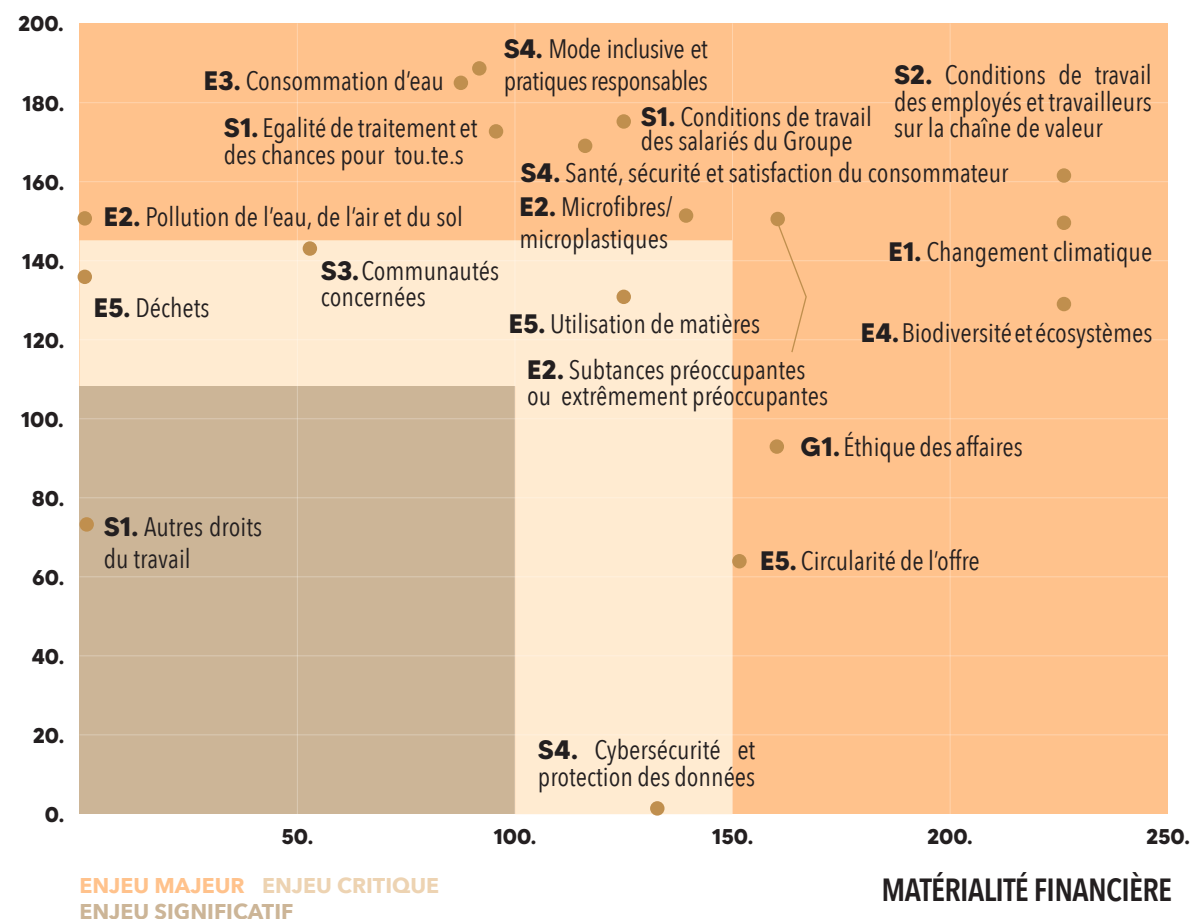
- L'élargissement de la liste des IROs pour y inclure les enjeux spécifiques liés aux marques du pôle Boardriders ;
- La cotation spécifique des nouveaux IROs et l'actualisation des notations existantes via des entretiens menés avec les équipes dirigeantes du pôle Boardriders et les parties prenantes associées.

Une fois les données intégrées et validées, une nouvelle version de la matrice de double matérialité a été élaborée pour refléter de manière fidèle et actualisée l'ensemble des enjeux jugés significatifs pour le Groupe, intégrant les marques du pôle Boardriders.

Matrice de double matérialité

La matrice illustre l'importance des enjeux pour le Groupe Beaumanoir et résume le travail d'évaluation des impacts, risques et opportunités détaillé dans la méthodologie. La matrice se lit de la manière suivante : plus un point est placé à droite, plus son enjeu est critique pour la continuité de l'activité du Groupe Beaumanoir (impact financier). Plus il est en hauteur, plus le Groupe Beaumanoir a un impact sur ses parties prenantes.

MATÉRIALITÉ IMPACT



ENGAGEMENTS

de durabilité

La transition écologique, ses impacts actuels et pour les générations futures et la protection de l'environnement sont des préoccupations majeures du Groupe Beaumanoir. Quels que soient les activités et lieux d'implantation, **le Groupe Beaumanoir veille à toujours s'assurer qu'il respecte l'ensemble des normes et législations environnementales qui lui sont applicables.**

La stratégie RSE du Groupe Beaumanoir s'articule autour de **cinq grands enjeux** structurants identifiés depuis 2020 lors de l'évaluation de la matérialité simple. Cette identification a permis la détermination d'objectifs soutenant l'intégration des critères ESG dans l'ensemble des métiers de l'entreprise. **Ces enjeux regroupent les principaux sujets matériels dans la chaîne de valeur.**



ENJEUX GROUPE	SUJETS MATÉRIELS DANS LA CHAÎNE DE VALEUR	OBJECTIFS 2025	RÉSULTATS 2025
OFFRE Une offre toujours moins impactante, des produits et services innovants à l'image des attentes de nos clients	<ul style="list-style-type: none"> • Mode inclusive et pratiques responsables • Santé, sécurité et satisfaction du client • Utilisation de matières microfibrés 	<ul style="list-style-type: none"> • 75 % des références produits testées en matière de durabilité d'ici 2025 • 98 % de conformité aux tests chimiques • 84 % de coton moins impactant 	<ul style="list-style-type: none"> • 77 % des références testées • 99 % de conformité chimique • 89% de coton moins impactant • 63% de fibres moins impactantes • 57% de Viscose EcoVero™, Livaeco, Ecotang® • 8% de coton biologique
COLLABORATEURS Assurer un environnement de travail équitable, sain et motivant pour nos équipes.	<ul style="list-style-type: none"> • Conditions de travail pour les équipes du Groupe • Égalité des chances pour tous 	<ul style="list-style-type: none"> • 100 % des salariés ayant une revue de performance annuelle en France • Plus de 88 % de contrats permanents (CDI) • +4 % de taux d'emploi de travailleurs handicapés en France 	<ul style="list-style-type: none"> • 82 % des salariés ont eu une revue de performance annuelle en France • 92 % de contrats permanents • 3,86 % de taux d'emploi de personnes handicapés en France
PARTENARIATS Construire et développer des partenariats forts et responsables.	<ul style="list-style-type: none"> • Éthique des affaires • Conditions de travail des travailleurs sur la chaîne de valeur 	<ul style="list-style-type: none"> • 100 % des usines de confection hors UE auditées par un tiers. 	<ul style="list-style-type: none"> • 100 % des usines de confections hors UE auditées par un tiers
ENVIRONNEMENT Réduire l'impact environnemental de nos opérations ainsi que celui de notre chaîne logistique.	<ul style="list-style-type: none"> • Changement climatique • Biodiversité et écosystèmes • Consommation d'eau • Microfibrés • Circularité de l'offre • Pollution de l'eau, de l'air et du sol • Déchets • Substances préoccupantes 	<ul style="list-style-type: none"> • 100 % d'électricité d'origine renouvelable en France. • 100 % des unités de délavage de jeans auditées. • 100 % des déchets entrepôts valorisés et 95 % recyclés. 	<ul style="list-style-type: none"> • 74 % d'électricité renouvelable en France • 100 % des unités de délavage auditées
TERRITOIRE Contribuer au développement économique et social des territoires sur lesquels le Groupe évolue.	<ul style="list-style-type: none"> • Communautés affectées • Cybersécurité et protection des données 	Bien qu'aucun objectif quantitatif n'ait été formellement défini, le Groupe demeure pleinement engagé auprès des communautés locales dans lesquelles il opère.	

L'analyse de double matérialité a précisé, confirmé et complété ces sujets en les reliant aux enjeux majeurs de durabilité.



Sujets matériels pour le Groupe

SUPER IRO	Formulation de l'IRO	Position dans la chaîne de valeur	Droits de l'Homme
CHANGEMENT CLIMATIQUE	Atténuation et adaptation au changement climatique	Amont / opérations propres	Non
	Energie	Opérations propres	Non
POLLUTION	Pollution de l'air, de l'eau et des sols	Amont / Aval	Non
	Substances préoccupantes	Amont / Aval	Non
	Microfibres	Amont / Aval	Non
EAU ET RESSOURCES MARINES	Eau	Amont / Opérations propres	Non
BIODIVERSITÉ ET ÉCOSYSTÈMES	Dégradation des sols	Amont / Opérations propres	Non
	Imperméabilisation des sols	Amont / opérations propres	Non
	Changement climatique ayant un impact direct sur la perte de biodiversité	Amont / opérations propres	Non
	Changement d'affectation des terres, changement d'utilisation de l'eau douce et des mers	Amont / opérations propres	Non
	Impacts et dépendances sur les services écosystémiques des sols	Amont / opérations propres	Non
	Pollution lumineuse et sonore	Opérations propres	Non
	Ecoconception	Amont	Non
ÉCONOMIE CIRCULAIRE	Déchets	Amont / Opérations propres / Aval	Non
ÉQUIPES DU GROUPE	Attractivité et fidélisation des talents	Opérations propres	Oui
	Dialogue social	Opérations propres	Oui



ÉQUIPES DU GROUPE	Diversité et égalité des chances	Opérations propres	Oui
	Égalité de genre et égalité de rémunération pour un travail de valeur égale	Opérations propres	Oui
	Formation et développement des compétences	Opérations propres	Oui
	Protection de la vie privée	Opérations propres	Oui
	Salaires décents et temps de travail	Opérations propres	Oui
	Santé et sécurité	Opérations propres	Oui
	Sécurité de l'emploi	Opérations propres	Oui
	Dialogue social	Amont	Non
TRAVAILLEURS DE LA CHAÎNE DE VALEUR	Formation et développement des compétences	Amont	Non
	Salaires décents et temps de travail	Amont	Oui



TRAVAILLEURS DE LA CHAÎNE DE VALEUR	Mesures de lutte contre la violence et le harcèlement sur le lieu de travail	Amont	Oui
	Santé et sécurité	Amont	Oui
	Travail forcé et travail des enfants	Amont	Oui
	Autres droits du travail	Amont	Oui
SOUTIEN AUX COMMUNAUTÉS ET ANCRAGE LOCAL	Incidences liées aux terres et à la sécurité	Amont	Oui
	Ancrage local et contribution à la dynamique des territoires	Opérations propres	Oui
	Consentement préalable, donné librement et en connaissance de cause	Amont	Oui
CLIENTS DU GROUPE	Protection de la vie privée	Opérations propres / Aval	Oui
	Accès à l'information de qualité	Aval	Non
	Accès aux produits et services	Aval	Oui
	Non-discrimination et pratiques de commercialisation responsables	Aval	Oui
	Santé, sécurité et protection des enfants	Aval	Oui
CONDUITE DES AFFAIRES	Culture d'entreprise	Opérations propres	Non
	Protection des lanceurs d'alertes	Amont / opérations propres	Oui
	Bien-être animal	Amont	Non
	Gestion des relations fournisseurs, y compris les pratiques en matière de paiement	Amont	Non
	Corruption	Amont / opérations propres	Oui

Afin de répondre à ces sujets matériels, le Groupe s'est doté d'une série de politiques répondant aux enjeux identifiés. Des plans d'action sont à l'œuvre ou en cours de détermination, complétés d'indicateurs adaptés et d'objectifs à plus ou moins long terme. L'ensemble de ces éléments est détaillé dans chacune des parties du présent rapport.

03.

ENVIRONNEMENT

- 52. Changement climatique
- 62. Pollutions
- 67. Eau et ressources marines
- 70. Biodiversité et écosystèmes
- 73. Économie circulaire

CHANGEMENT Climatique

Plan de transition et politiques

Il y a plus de 10 ans que le Groupe Beauanoir a initié l'évaluation des émissions de Gaz à Effet de Serre (GES), en augmentant progressivement le périmètre pris en compte pour intégrer, depuis 2018, l'ensemble de ses activités et de sa chaîne de valeur. En 2020, le Groupe a communiqué pour la première fois une trajectoire de réduction des émissions basée sur l'année de référence 2019.

Le Groupe confirme en 2025 sa volonté d'être acteur du changement en déposant une trajectoire auprès de la Science Based Targets initiative (SBTi) en novembre 2025. La trajectoire proposée a été validée en février 2026.

Cet engagement s'inscrit dans le cadre de la Politique Environnementale du Groupe, qui formalise les engagements en matière de climat et d'énergie. La trajectoire définie dans le cadre de la démarche SBTi repose sur une double ambition à horizon 2030 : une réduction absolue des émissions alignée avec un scénario +1,5°C pour les scopes 1 et 2, et avec un scénario +2°C pour le scope 3. Le Groupe fait évoluer sa stratégie afin de renforcer sa compatibilité avec ses objectifs, en continuant d'intégrer les enjeux carbone dans ses décisions d'investissement, d'achats, de conception, de logistique et d'organisation.

La démarche SBTi a conduit le Groupe à faire évoluer le plan d'actions initié en 2020 en un plan de transition climat qui repose sur un suivi précis des objectifs, une quantification détaillée de l'impact carbone de chaque action et une évaluation financière systématique des mesures envisagées. Chaque levier est analysé au regard du gain carbone associé, de son coût, de son retour sur investissement et de son effet sur les volumes d'activité. Cette méthodologie permet d'identifier l'écart résiduel (ou gap to target) à combler pour atteindre les objectifs 2030 et d'arbitrer les priorités en cohérence avec la stratégie commerciale globale du Groupe.

Le Plan de transition est en cours de finalisation et sera rendu public au cours de l'année 2026, dès sa validation par le Comité de Direction Groupe. Il consolide les initiatives engagées depuis 2020, notamment sur les fibres moins impactantes, et se complète par de nouvelles actions structurantes.

La fabrication des produits vendus par le Groupe constitue la principale source d'émissions de GES. La distribution des produits et la gestion des sites en propre (dont les sièges) constituent des postes d'émissions significatifs.

Dans ce contexte, la hausse des volumes de vente pourrait compromettre l'atteinte des objectifs 2030. Si l'intégralité des activités économiques croît sans transformation structurelle des matières, des procédés de fabrication, des flux logistiques et des usages énergétiques, le niveau d'émissions pourrait progresser et retarder l'atteinte des cibles fixées. Ainsi, les projections de ventes sont prises en compte dans la trajectoire de réduction carbone.

Pour rappel, le Groupe n'exerce pas d'activités économiques liées au charbon, au pétrole ou au gaz. En conséquence, aucun montant de dépenses d'investissement n'est engagé au titre de ces secteurs sur la période d'exercice.

Impacts, risques et opportunités

Position dans la chaîne	IMPACTS	RISQUES / OPPORTUNITÉS
AMONT	<ul style="list-style-type: none"> Émissions de GES liées à l'extraction et la transformation des matières premières Émissions de GES liées à l'élevage Émissions de GES liées à la transformation des produits et des packagings Émissions de GES liées au transport amont des matières premières et des produits vers les entrepôts Accompagnement des fournisseurs dans leur transition énergétique 	<p>RISQUES PHYSIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none"> Évènements climatiques extrêmes affectant les capacités de fonctionnement et de production des infrastructures chez nos fournisseurs Dérèglement climatique menaçant la résilience des infrastructures Perturbation et pression sur l'approvisionnement en matières premières en raison de la raréfaction des ressources Dérèglement climatique causant la potentielle inadaptation des cultures ou l'impossibilité de cultiver certaines fibres Hausse des matières premières alimentaires entraînant une perte de marché <p>RISQUES DE TRANSITION :</p> <ul style="list-style-type: none"> Durcissement de la réglementation en matière d'impact environnemental dans l'industrie textile, affectant nos fournisseurs <p>OPPORTUNITÉS :</p> <ul style="list-style-type: none"> Accompagnement des fournisseurs clés pour améliorer leur résilience
AMONT / OPÉRATIONS PROPRES	/	<p>RISQUES DE TRANSITION :</p> <ul style="list-style-type: none"> Durcissement de la réglementation en matière de réduction des émissions de gaz à effet de serre dans l'industrie textile
OPÉRATIONS PROPRES	<ul style="list-style-type: none"> Impacts liés aux déplacements des clients vers les points de vente Émissions de GES liées au transport aval des produits vers les sites de distribution et les clients finaux Émissions de GES liées aux déplacements des collaborateurs Consommation d'énergie sur les sites en propre 	<p>RISQUES PHYSIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none"> Évènements climatiques extrêmes affectant la distribution et les délais d'acheminement Perturbation des activités des sites en propre (bâtiments, magasins), liée au dérèglement climatique (montée des eaux, augmentation des températures) Raréfaction/déplétion des sources d'énergie (incluant le carburant) entraînant la hausse des coûts <p>RISQUES DE TRANSITION :</p> <ul style="list-style-type: none"> Perte de compétitivité face aux attentes marchés et partenaires (wholesalers) Incertitude de la conjoncture en cas d'inertie ou de non-anticipation de certains sujets environnementaux par le Groupe

<p>OPÉRATIONS PROPRES</p>	<p>Durcissement de la réglementation sur les zones à faibles émissions</p> <p>OPPORTUNITÉS :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Adaptation de nos collections liée au dérèglement climatique • Innovation via l'IA de la création et de la production - Déploiement d'une supply chain verte
<p>AVAL</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Émissions de GES liées à la fin de vie des produits vendus • Émissions de GES liées à l'utilisation des produit <p>RISQUES PHYSIQUES :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Changement des habitudes de consommation des clients affectant la fréquentation des magasins en raison d'événements climatiques, de la hausse des températures et de l'augmentation des coûts de transport pour les ménages <p>RISQUES DE TRANSITION :</p> <ul style="list-style-type: none"> • Durcissement des taxes et pénalités

produits. Cette méthodologie, fondée sur l'approche PEF 1.3 et conforme au cadre du GHG Protocol, permet de mieux comprendre les impacts liés aux choix de matières et aux procédés de fabrication des usines. Cette nouvelle approche permet de mesurer et piloter plus précisément l'impact des étapes de fabrication des produits.

Afin d'améliorer la qualité du pilotage, le Groupe a déployé l'outil Sightness, dédié au suivi carbone des flux logistiques. Cet outil couvre à la fois les approvisionnements du lieu de production au lieu de stockage et les expéditions des entrepôts vers les lieux de distribution. Il améliore la qualité des données collectées trimestriellement, ce qui favorise une plus grande réactivité pour mener des actions de réduction des émissions de GES. Cette évolution méthodologique permet également de disposer du niveau de détail nécessaire à l'élaboration des scénarios de baisse et de pilotage tels que le pays de provenance, les poids transportés ou les modes de transport.

Le Groupe s'appuie par ailleurs depuis plusieurs années sur une plateforme de carbone management, SWEEP, permettant de mesurer annuellement et de piloter ses émissions sur l'ensemble du périmètre consolidé.

FEUILLE DE ROUTE IT RESPONSABLE

Le Groupe Beaumanoir est signataire, depuis 2022, de la Charte Numérique Responsable, qui sera mise à jour courant 2026 pour intégrer les ambitions de sa nouvelle feuille de route.

Dans ce cadre, le Groupe a engagé un travail approfondi sur l'ensemble de son périmètre Informatique, avec l'accompagnement du cabinet Sustainably, afin d'affiner l'évaluation des impacts liés au numérique. Cette démarche, menée en 2025, a d'abord reposé sur une phase de sensibilisation des équipes informatiques aux enjeux du numérique responsable. Elle s'est poursuivie par le calcul détaillé de l'empreinte carbone des activités informatiques, couvrant les infrastructures, les équipements et les usages.

Des concertations ont été organisées avec les responsables de domaine IT (CRM, C-LOG, etc.) afin de prioriser les actions en fonction des enjeux métiers et des valeurs du Groupe. Pilotée par le Comité Green IT, ce travail collaboratif a permis d'aboutir à l'élaboration d'une feuille de route numérique responsable, dont le déploiement opérationnel a été enclenché début 2026.

La feuille de route 2026 couvrira les sujets suivants : optimisation du taux d'équipement des collaborateurs, allongement de la durée de vie du matériel, rationalisation des espaces de stockage numériques, gestion des déchets, stratégie de sobriété et sensibilisation des collaborateurs aux enjeux du numérique responsable.

Des événements de restitution ont été organisés auprès des équipes informatiques et e-commerce afin de renforcer la compréhension des enjeux et de faciliter l'intégration de la stratégie dans leurs pratiques quotidiennes.

ACHATS RESPONSABLES

La fabrication de produits et des conditionnements constitue une part majeure des émissions de GES. Le recours à des fibres moins impactantes, moins émettrice de CO₂ que les fibres conventionnelles, constitue un levier stratégique pour réduire nettement cet impact.

Résilience face au changement climatique

La résilience du Groupe face au changement climatique repose notamment sur la transformation progressive de son mix matières et sur l'intégration des principes d'écoconception dans le développement des collections et des conditionnements.

Le recours croissant aux fibres recyclées constitue un levier structurant : il permet de réduire la pression sur les ressources naturelles, de limiter la dépendance aux matières vierges soumises aux aléas climatiques et agricoles et de diminuer l'intensité carbone lors de la production. Pour assurer sa résilience, le Groupe développe également une stratégie de suivi de la performance environnementale des usines partenaires via l'outil Higg FEM. En 2026, l'objectif est d'approfondir l'identification des partenaires les plus résilients pour développer la collaboration avec ces sites.

Par ailleurs, **l'écoconception des produits participe à la création de valeur durable.** L'intégration des critères environnementaux dès la phase de conception des produits et une communication juste et transparente participent à renforcer l'attractivité des consommateurs et consolide la position concurrentielle des marques.

Pour évaluer l'impact de ses produits, le Groupe s'appuie sur la méthodologie européenne PEF. Lorsque des incertitudes (absences de certaines données) subsistent dans les analyses de cycle de vie (ACV), le Groupe applique des hypothèses majorantes correspondant aux impacts les plus élevés possibles. Cette approche concerne notamment les matières premières, les procédés de fabrication ainsi que l'impression.

Actions et ressources

MESURE ET PILOTAGE DES ÉMISSIONS CARBONE

Au cours de l'exercice 2025-2026, le Groupe a fait évoluer la méthode de calcul des émissions liées aux achats de produits finis. Elle se base sur l'indicateur « changement climatique » des analyses de cycle de vie

La stratégie matières textiles du Groupe s'inscrit dans une logique d'impact et de priorisation. Si le Groupe agit bien sur tous types de fibres, l'effort porte en priorité sur le top 5 suivant : coton, polyester, viscose, polyamide et acrylique. Il représente à lui seul 95 % de la consommation annuelle.

Fin 2024, la feuille de route fibres moins impactantes a été révisée suite à l'intégration des marques du pôle Boardriders. Les objectifs à horizon 2030 restent fixés à 100 % de fibres moins impactantes.

D'autres feuilles de route spécifiques seront mises en place en 2026, notamment sur les produits de maroquinerie et chaussures. L'objectif est d'intégrer pleinement ces enjeux dans la gestion des matières et les démarches d'écoconception de l'ensemble des marques, afin de garantir une approche cohérente, transversale et responsable sur tous les produits.



LES FIBRES TEXTILES MOINS IMPACTANTES DU GROUPE BEAUMANOIR

	BEST	BETTER	IMPROVED	CONVENTIONAL
FIBRES NATURELLES	Coton recyclé Lin recyclé Chanvre recyclé Jute recyclée	Coton biologique Lin biologique Jute biologique	Coton BCI Lin Chanvre Jute	Coton conventionnel
FIBRES ARTIFICIELLES	Viscose recyclée Viscose REFIBRA™ Lyocell recyclé Modal recyclé	Ecoverotm - Livaecotm - Ecotang® Tencel™ Lyocell Tencel™ Modal Seacell™	Viscose FSC / Viscose Canopy Green	Viscose conventionnelle Lyocell conventionnel Modal conventionnel
FIBRES SYNTHÉTIQUES	Polyester recyclé Acrylique recyclé Polyamide recyclé	Polyester Carbon based		Polyester conventionnel Acrylique conventionnel Polyamide conventionnel
FIBRES ANIMALES	Laine recyclée Mohair recyclé Soie recyclée Alpaga recyclé	Laine RWS Mohair RMS Alpaga RAS		Laine conventionnelle Alpaga conventionnel Soie conventionnelle

← FIBRES MOINS IMPACTANTES →

* FIBRES INTERDITES : Mohair conventionnel / Angora / Fourrure véritable

En complément des produits textiles et accessoires de mode, le Groupe poursuit des actions d'achats responsables sur l'ensemble des conditionnements qui seront détaillées dans la partie Économie Circulaire de ce rapport. Des contrats d'achat d'énergie renouvelable couvrent les sites opérés avec pour objectif de convertir l'ensemble des sites opérés du Groupe via l'achat des certificats d'origine de l'électricité consommée. Ce sujet sera détaillé dans la section « Énergie ».

TRANSPORT DES PRODUITS ET MOBILITÉ DES COLLABORATEURS

MOBILITÉ DES COLLABORATEURS

Le déploiement des bornes de recharge pour véhicules électriques s'est poursuivi, les dernières installations sur le siège historique et sur le site de Boardriders ont été finalisées entre fin 2025 – début 2026.

Parallèlement, la mise à disposition de véhicules électriques et hybrides rechargeables poursuit sa progression, contribuant concrètement à la décarbonation progressive des déplacements professionnels des collaborateurs. **À la fin de l'année 2025, plus de 80 % des véhicules d'entreprise sont désormais hybrides ou électriques.**

TRANSPORT DES PRODUITS

L'optimisation des flux logistiques se poursuit également à l'international, avec un travail continu sur le taux de remplissage des conteneurs via des actions de groupage sur le flux maritime.

En complément, le Groupe privilégie, dès que cela est possible, des modes de transport moins émetteurs : le transport fluvial entre Le Havre et Gennevilliers et le transport ferroviaire entre Le Havre et Vierzon contribuent ainsi à réduire significativement les émissions liées aux trajets longue distance. Un test est prévu à Dunkerque en 2026 pour approvisionner Cambrai, pour offrir davantage de possibilités logistiques plus vertueuses.

Le Groupe agit également sur l'optimisation des flux de distribution des produits. Un projet interne de mesure du remplissage dans les cartons en sortie d'entrepôt a été développé afin d'objectiver un enjeu souvent sous-estimé : le transport de vide. L'objectif est de disposer de données fiables courant 2026 pour fixer des cibles d'optimisation ambitieuses, réduire les volumes transportés inutilement et, in fine, limiter l'empreinte carbone associée.

À l'échelle locale, une dizaine de magasins situés dans les agglomérations de Rennes et Saint-Malo sont désormais livrés en véhicules électriques ou au GNV. Plus compacts, moins polluants et moins bruyants, ces véhicules participent à une logistique urbaine plus respectueuse de la qualité de l'air et du cadre de vie.

Ces avancées s'inscrivent dans une démarche plus globale, nourrie par des actions déjà intégrées aux pratiques du Groupe. Les critères de sélection des appels d'offres transport ont évolué pour intégrer pleinement la performance environnementale des prestataires. Leur capacité à proposer des solutions plus vertueuses telles que l'utilisation de carburants alternatifs (biodiesel, gaz naturel, etc.) constitue désormais un critère déterminant dans les décisions. À ce titre, la majorité des flux de La Halle utilise un carburant alternatif au diesel, tel que le B100 biocarburant d'origine végétale.

EFFICACITE ÉNERGETIQUE

Maîtriser les consommations énergétiques est un levier clé pour sécuriser les approvisionnements du Groupe et garantir la continuité de ses opérations. Dans un contexte de tensions durables sur l'énergie, il est primordial d'accélérer la transition vers des modèles plus sobres, plus performants et plus résilients. Cette mobilisation se traduit par des actions concrètes en faveur de l'efficacité énergétique de ses sites, de l'accompagnement de ses partenaires et par un engagement affirmé en faveur du développement des énergies renouvelables.

CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE DES SITES OPÉRÉS

Le Groupe déploie ainsi une politique volontariste de maîtrise des consommations d'énergie au sein de ses magasins, entrepôts et bureaux. Il implique également ses fournisseurs et ses collaborateurs autour des enjeux énergétiques, en les sensibilisant et en les accompagnant pour leur permettre d'agir concrètement au quotidien.

La consommation d'énergie de l'ensemble des magasins succursales, des sièges et des entrepôts en France et en Europe est suivie au moyen d'une plateforme digitale dédiée. Cette dernière a été déployée au cours de l'année 2025 pour l'ensemble des sites du pôle Boardriders. Un suivi continu des consommations énergétiques et des dérives est ainsi assuré. Des plans d'actions correctifs adaptés à chaque entité sont définis et mis en œuvre lorsque cela est nécessaire. Ce pilotage est complété par une politique ambitieuse d'achats d'énergies renouvelables.

Ce système de suivi a été renforcé en 2025 par le déploiement des installations de Gestion Technique des Bâtiments (GTB) sur 280 magasins en propre, permettant de piloter les équipements électriques de manière centralisée et de mieux maîtriser la consommation énergétique. Les sites hors Europe ne sont pas oubliés. Les équipes locales communiquent trimestriellement leurs consommations d'énergie quelle qu'en soit la source. Elles sont donc intégrées aux reportings réguliers effectués par les équipes RSE.

En parallèle, le Groupe a pérennisé l'intégration systématique d'équipements à haute performance énergétique dans l'ensemble des projets d'aménagement et de rénovation des points de vente :

- Installation d'éclairages LED ;
- Recours à des systèmes de chauffage et de climatisation plus performants ;
- Amélioration progressive de l'isolation thermique et de l'étanchéité à l'air des bâtiments ;
- Mise en place de détecteurs de présence dans les locaux annexes ;
- Installation de sondes crépusculaires sur les enseignes ;
- Optimisation maîtrisée de la luminosité des surfaces de vente.

CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE DES USINES PARTENAIRES

Déployé en juin 2025 au sein des usines partenaires, l'outil Higg FEM (Facility Environmental Module) permet de collecter des données précises sur les sources énergétiques utilisées (gaz, énergies renouvelables, charbon, etc.), les niveaux de consommations énergétique, ainsi que les plans de réductions prévus par les usines. La priorité est d'adresser les usines aux procédés les plus impactants, comme la teinture, l'impression, le tissage et le tricotage. Ces nouvelles données permettront au Groupe d'identifier le niveau de maturité des usines, afin de prioriser les accompagnements.

ANIMATION ET SENSIBILISATION DES ÉQUIPES

La mobilisation des équipes constitue un levier essentiel, c'est pourquoi les collaborateurs en magasin bénéficient d'un module e-learning dédié aux consignes énergie, d'affichages pédagogiques et d'un parcours spécifique pour les nouveaux entrants. Des temps d'animation réguliers permettent de sensibiliser l'ensemble des équipes commerciales, y compris celles de Boardriders, aux enjeux de sobriété et de performance énergétique.

Objectifs, résultats et indicateurs

CARBONE OBJECTIFS

La trajectoire climat soumise en novembre 2025 auprès de l'organisme SBTi a été élaborée en collaboration avec le cabinet EcoAct et validée en février 2026. Elle fixe des objectifs de réduction à horizon 2030, par rapport à l'année de référence 2022 :

- 51 % des émissions des scopes 1 et 2 ;
- 25 % des émissions du scope 3.

INDICATEURS

Les émissions carbone du Groupe affichent une réduction de 1,5 % par rapport à la baseline 2022-2023 (périmètre SBTi), dans un contexte de hausse des quantités achetées (+7,9 %).

La baisse globale des émissions s'explique ainsi principalement par deux leviers :

- La baisse des émissions de l'impact des matières premières (-11% en valeur absolue) grâce à la progression de la stratégie fibres moins impactante.
- La réduction de 55 % des émissions des scopes 1 et 2 (market-based³), grâce aux actions sur l'efficacité énergétique.

³ Prise en compte des certificats d'énergies renouvelables du Groupe

RÉSULTATS 2025-2026

	GRUPE 2025-2026
ÉMISSIONS DE GES SCOPE 1	
ÉMISSIONS BRUTES DE GES DU SCOPE 1 (tCO ₂ e)	2 693
ÉMISSIONS DE GES SCOPE 2	
ÉMISSIONS BRUTES DE GES DUSCOPE 2 SELON L'APPROCHE LOCATION-BASED (tCO ₂ e)	4 164
ÉMISSIONS BRUTES DE GES DU SCOPE 2 SELON L'APPROCHE MARKET-BASED (tCO ₂ e)	2 089
ÉMISSIONS DE GES SCOPE 3	
TOTAL DES ÉMISSIONS INDIRECTES BRUTES DE GES (SCOPE 3) (tCO ₂ e)	1 902 707
1. BIENS ET SERVICES ACHETÉS	1 296 709
2. BIENS D'ÉQUIPEMENT	7 187
3. ACTIVITÉS LIÉES AUX COMBUSTIBLES ET À L'ÉNERGIE (NON INCLUSES DANS LES SCOPES 1 ET 2)	2 425
4. TRANSPORT ET DISTRIBUTION EN AMONT	36 359
5. DÉCHETS GÉNÉRÉS PAR LES OPÉRATIONS	8 124
6. DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS	3 911
7. TRAJETS DOMICILE-TRAVAIL DES EM-	11 757
8. ACTIFS LOUÉS EN AMONT	0
9. TRANSPORT EN AVAL	400 850
10. TRANSFORMATION DES PRODUITS VENDUS	0
11. UTILISATION DES PRODUITS VENDUS	121 789
12. TRAITEMENT EN FIN DE VIE DES PRODUITS	12 510
13. ACTIFS LOUÉS EN AVAL	0
14. FRANCHISES	446
15. INVESTISSEMENTS	0

ÉNERGIE

OBJECTIFS

- 100% d'énergies renouvelables sur les sites français en 2025

RÉSULTATS

Consommations énergétiques des opérations du Groupe
Part d'EnR sur la consommation des sites français : 74%

Consommation totale d'énergie liée aux opérations propres (électricité et gaz)

	GRUPE 2025-2026
Consommation totale d'énergie (MWh)	70 232
Dont sources fossiles	7 035
Dont sources nucléaires	17 808
Dont sources renouvelables	45 389

MATIÈRES TEXTILES

OBJECTIFS

- 100 % de fibres moins impactantes en 2030

RÉSULTATS

- 63 % de fibres moins impactantes en 2025

* En pourcentage du poids



POLLUTIONS

Impacts, risques et opportunités

Position dans la chaîne	IMPACTS	RISQUES / OPPORTUNITÉS
AMONT	<ul style="list-style-type: none"> • Rejets d'effluents toxiques dans les eaux lors de la transformation • Contamination des sols lors de l'utilisation de pesticides au niveau des cultures • Pollution liée à l'utilisation de produits chimiques lors de la production 	<ul style="list-style-type: none"> • Non matériel
AVAL	<ul style="list-style-type: none"> • Libération de microparticules lors de l'utilisation des produits • Accumulation de déchets textiles non biodégradables dans les décharges 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque lié au durcissement de la réglementation sur les microplastiques • Risque de nouvelles réglementations pénalisant certains composants de nos produits

Politiques liées à la pollution

Le Groupe s'attache à encadrer strictement l'usage des substances chimiques, à renforcer les dispositifs de contrôle et à accompagner ses partenaires vers des pratiques moins impactantes, afin de limiter les rejets polluants, préserver les milieux naturels et contribuer à une industrie textile plus respectueuse des écosystèmes.

La Politique Environnementale du Groupe formalise l'engagement d'éliminer les substances chimiques dangereuses tout au long de la chaîne de valeur, en conformité avec les exigences du règlement européen REACH et les standards ZDHC.

En parallèle, la substitution de fibres moins impactantes constitue également une action visant à réduire l'empreinte environnementale globale des collections.

Actions et ressources

L'ÉCOCONCEPTION DES PRODUITS POUR LIMITER LES POLLUTIONS

Les actions engagées sur la substitution des fibres et l'évolution des procédés de fabrication contribuent directement à la réduction des pollutions générées par l'industrie textile.

Le Groupe Beaumanoir fait le choix de matières telles que le coton biologique ou les fibres cellulosiques alternatives (viscose EcoVero™, Livaeco, Ecotang® ou le Lyocell et modal Tencel™) permettant de limiter les pollutions en amont. Le coton biologique, cultivé sans pesticides ni engrais chimiques de synthèse, réduit les risques de contamination des sols, des nappes phréatiques et des cours d'eau. Les fibres cellulosiques moins impactantes reposent quant à elles sur des procédés de fabrication qui optimisent l'utilisation des produits chimiques en boucle fermée afin de réduire les rejets chimiques associés à la production de fibres conventionnelles.

La marque Bonobo continue de développer des innovations autour des denims, comme par exemple le procédé sans teinture ajoutée. Cette approche repose sur l'utilisation de fibres vierges non teintées ou de fibres recyclées apportant naturellement de la couleur. Elle contribue à réduire la consommation d'eau, d'énergie et à limiter les pollutions.

AUDITS ENVIRONNEMENTAUX

Le Groupe poursuit le renforcement du contrôle environnemental de sa chaîne d'approvisionnement, notamment à travers la mise en œuvre d'audits et le suivi des exigences relatives aux substances chimiques.

Depuis juin 2025, le Groupe Beaumanoir est membre de Cascale, organisation internationale de référence engagée pour une industrie textile plus durable. Dans ce cadre, l'utilisation de l'outil Higg FEM (Facility Environmental Module), fait office de référentiel commun pour le secteur textile et permet de limiter la fatigue liée à la multiplication des audits chez les fournisseurs et les usines. Higg FEM permet au Groupe d'élargir significativement son périmètre d'audit en couvrant un nombre plus important d'usines.

Grâce à cet outil, 950 usines de tier 1⁵ et usines de tier 2⁶ ont été intégrées en 2025. Au total, 281 évaluations Higg FEM vérifiées ont été réalisées.

Ces évaluations viennent compléter les audits environnementaux réalisés sur 100 % des usines de procédés de délavage de jeans, s'appuyant sur les référentiels reconnus internationalement, notamment ICS Environmental Audit et ISO 14001 ainsi que via les audits internes du Groupe Beaumanoir réalisés en Turquie, en Égypte et au Bangladesh.

La reconnaissance du cadre Higg FEM augmente la couverture des risques industriels au sein des sites fournisseurs. Il permet également d'évaluer de manière standardisée la performance environnementale des usines partenaires, en s'appuyant sur les meilleures pratiques du secteur et en couvrant les six grands piliers que sont l'énergie et les émissions de GES, l'eau consommée, les eaux usées, les déchets, les produits chimiques et les systèmes de management environnemental.

Au-delà de la mesure, l'outil favorise une collaboration plus étroite entre les marques et fournisseurs du secteur textile, autour de bonnes pratiques, de projets communs et de formations liées à la réduction d'impact environnementale.

En revanche, les travaux relatifs au contenu et au suivi de la MRSL (Manufacturing Restricted Substances List) restent un axe d'amélioration prioritaire à développer pour le Groupe. Ils seront renforcés au second semestre 2026 via le déploiement du nouveau partenariat avec le programme ZDHC (Zero Discharge Hazardous Chemicals).

⁵ Usines représentant 80 % des volumes de production 2024

⁶ Usines recommandées par les fournisseurs

ASSURER L'INNOCUITÉ DES PRODUITS

La prévention des rejets de substances dangereuses, dès la conception et la production, représente un levier déterminant pour limiter les pollutions diffuses liées à l'industrie textile.

En 2025, le pôle Boardriders s'est aligné aux exigences du Groupe Beaumanoir concernant les niveaux de substances chimiques présents dans les produits, de la même manière que La Halle en 2024.

Le Groupe respecte ainsi les exigences du règlement européen REACH, qui encadre strictement l'utilisation des substances chimiques afin de prévenir les atteintes à la santé et à l'environnement.

Par ailleurs, les contrats-cadres signés avec tous les fournisseurs intègrent des exigences précises relatives à l'innocuité des produits et à la conformité réglementaire dans l'ensemble des pays d'implantation. Ces contrats ont été mis à jour en 2022 et feront l'objet d'une prochaine révision en 2026.

Lorsque les produits ne sont pas certifiés par un label reconnu tel que OEKO-TEX, des tests sont réalisés par des laboratoires indépendants accrédités. Les produits non conformes sont systématiquement refusés, limitant ainsi le risque de diffusion de substances préoccupantes dans l'environnement tout en éliminant tout risque sur la santé des clients.

RESTRICTIONS DES SUBSTANCES PRÉOCCUPANTES

Les substances chimiques utilisées dans l'industrie textile peuvent être à l'origine de pollutions persistantes, notamment dans les milieux aquatiques, lorsque les effluents industriels ne sont pas correctement traités ou lorsque des résidus subsistent dans les produits. La maîtrise de ces pollutions constitue un axe prioritaire de la stratégie du Groupe.

Le Groupe poursuit un objectif ambitieux de réduction des teneurs en APEO⁷, substances connues pour leur caractère persistant et leur toxicité pour les organismes aquatiques. Cette trajectoire de réduction s'inscrit dans une logique de prévention des pollutions de l'eau, les APEO pouvant se dégrader en composés encore plus préoccupants dans les milieux naturels.

RÉDUCTION DES MICROFIBRES

Au-delà des pollutions chimiques liées aux substances, l'industrie textile est également confrontée aux enjeux de pollution plastique et de dispersion de microfibres dans l'environnement. Ces micro-particules, issues notamment des matières synthétiques et des emballages plastiques, peuvent se retrouver dans les sols et les océans, avec des effets durables sur les écosystèmes.

Il n'existe pas à date de consensus sur l'ensemble de la filière textile mondiale pour évaluer la quantité de microfibres émise lors de la production et lors de l'utilisation des produits.

Il n'est donc pas possible pour le Groupe de fournir d'éléments chiffrés relatifs aux produits vendus par les marques du Groupe. Les équipes restent en veille sur l'ensemble des travaux en cours afin d'intégrer dès que possible ces mesures dans les suivis d'ores et déjà existants.

Pour autant, le Groupe poursuit les actions initiées sur la réduction notamment des conditionnements plastiques. En 2025, le Groupe a poursuivi ses efforts de réduction des conditionnements plastiques individuels (polybags) utilisés pour le transport et la protection des produits depuis les pays de sourcing.

Des tests sont en cours afin de substituer une partie de ces emballages par des bandes de papier, dans l'objectif de réduire la quantité de plastique susceptible de devenir un déchet et, à terme, une source de pollution.

⁷ Alkylphénols éthoxylés, produits chimiques de synthèse utilisés dans les process du textile (teintures, finitions) pour leurs propriétés tensioactives

En ce qui concerne l'activité e-commerce, les marques Cache Cache, Bréal, Bonobo, Vib's et Boardriders ont recours à des enveloppes kraft adaptées au format des commandes.

Les clients, quant à eux, sont sensibilisés aux pratiques d'entretien moins impactant des produits grâce à la formation des équipes en magasin et des conseils disponibles sur l'ensemble des sites e-commerçants des marques, encourageant notamment l'utilisation de filtres sur les machines à laver et le recours à des sacs de lavage.

Enfin, en 2025, le Groupe encourage à nouveau des actions de dépollution. L'initiative « Tous de Mèches », par exemple, permet de collecter des cheveux auprès des collaborateurs afin de fabriquer, avec l'entreprise Capillum, des dispositifs de dépollution marine contribuant à la restauration des écosystèmes marins.

MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL DES SITES OPÉRÉS

La filiale logistique du Groupe, C-LOG, a été récompensée par la médaille d'argent EcoVadis pour la deuxième année consécutive, ce qui atteste de l'amélioration continue de sa performance RSE. Cette distinction vient saluer le système de management environnemental des sites logistiques, avec des certifications ISO 9001 et ISO 14001 déjà déployées sur 9 sites logistiques. Cette démarche a été renforcée en 2024 avec l'obtention des certifications ISO 9001 et 14001⁸ pour les entrepôts d'Ascoux et de Montierchaume.

Plusieurs sites bénéficient de certifications exigeantes en matière de performance environnementale des bâtiments : l'entrepôt de Saint-Malo est certifié HQE Construction et THPE, celui de Longueil-Sainte-Marie est certifié HQE Production, les entrepôts d'Épinoy et de Poupry sont certifiés BREEAM depuis 2021.

Objectifs, résultats et indicateurs

OBJECTIFS

- 98 % de conformité des produits aux tests chimiques minimum.

RÉSULTATS 2025-2026 :

Tests chimiques	GRUPE 2025-2026
Taux de conformité aux tests chimiques	99%
Nombre de familles de substances chimiques suivies en laboratoire	19
Nombre de tests laboratoire sur propriétés chimiques suivies en laboratoire	12 659
Concentration des APEO	<100 ppm

Management des sites opérés

- 90 % des entrepôts logistiques certifiés ISO 14001 en 2025-2026
- 76/100 : note EcoVadis obtenue par C-LOG en 2026 (vs. 68/100 en 2024) avec une progression sur l'ensemble des quatre piliers (Environnement, Social et Droits humains, Éthique, Achats responsables) : top 8 % des entreprises les mieux notées.

⁸ Système de management de la qualité



EAU ET RESSOURCES

Marines

Impacts, risques et opportunités

Position dans la chaîne	IMPACTS	RISQUES / OPPORTUNITÉS
AMONT	<ul style="list-style-type: none"> • Utilisation des ressources en eau liées à l'extraction des matières premières • Utilisation des ressources en eau liées à la transformation des matières premières chez les fournisseurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque de rupture de la chaîne d'approvisionnement liée à des pénuries d'eau ou des réglementations environnementales strictes

Politiques liées à la consommation et l'impact sur l'eau

Le Groupe Beaumanoir déploie une politique globale de l'eau visant à réduire les pressions sur les ressources hydriques. Dans le cadre de son premier Plan Biodiversité réalisé en 2025, le Groupe s'est fixé un objectif de réduire de 30% sa consommation d'eau d'ici 2035. Les engagements du Groupe sur l'eau sont par ailleurs détaillés dans sa Politique Environnementale.

Par ailleurs, des actions d'écoconception sont mises en œuvre pour réduire l'empreinte hydrique des produits et des emballages, en optimisant les procédés de fabrication. Enfin, des actions de sensibilisation des clients sont menées afin de promouvoir un entretien moins impactant de leurs vêtements.

Actions et ressources

GESTION DE L'EAU DANS LES SITES EN PROPRE

Bien que la majorité des consommations et des prélèvements en eau se fasse sur l'amont de la chaîne de valeur, le Groupe travaille néanmoins au suivi des consommations de ses sites en propre.

Cela concerne donc les magasins succursales ainsi que les entrepôts et les sièges accueillants l'ensemble des collaborateurs. Compte tenu des usages limités et du nombre important de sites, il a été décidé de concentrer le suivi sur un échantillonnage représentatif des bâtiments, afin de disposer d'une base d'estimation fiable au moyen d'un effort raisonnable.

Les données réelles de consommation ne sont pas disponibles pour l'année 2025 et le déploiement des outils de suivi sera assuré au cours de l'année 2026.

GESTION DE L'EAU DANS LES USINES

Comme expliqué dans la partie relative à la pollution, des audits systématiques sont menés dans 100% des usines de délavage de jeans et les usines majeures de teinture et d'impression des tissus. Ces contrôles, visent notamment à garantir la présence et le bon fonctionnement de stations d'épuration des eaux usées sur chaque site, afin de limiter les impacts liés aux rejets.

Ici encore, la mise en place du cadre d'évaluation Higg FEM vient renforcer et harmoniser les dispositifs existant sur la gestion et le traitement de l'eau au sein des usines. Il ne se substitue pas aux audits précédents, mais les complète en apportant des données plus larges et plus précises, comme la consommation d'eau en m³, les sources d'eau prélevées (eau potable, eau de pluie, eau recyclée) et les plans d'action mis en œuvre par nos usines partenaires.

L'ensemble de ces démarches s'inscrit dans une logique d'amélioration continue, avec un suivi régulier de la performance environnementale de nos fournisseurs, et la mise en œuvre de plans d'actions correctifs lorsque cela est nécessaire.

Des mesures relatives à la consommation totale d'eau, aux prélèvements, aux rejets, aux volumes recyclés seront disponibles à partir de l'année 2026. L'évolution du score Eau Higg FEM de chaque usine partenaire sera suivi à partir de 2026.

L'ÉCOCONCEPTION DES PRODUITS POUR ÉCONOMISER L'EAU

L'écoconception des produits et l'évolution des procédés de fabrication contribuent à réduire la consommation d'eau. Comme détaillé dans la section « Pollutions », Bonobo poursuit le développement d'innovations autour des denims sans teinture ajoutée permettant de limiter la consommation d'eau.

Objectifs, résultats et indicateurs

OBJECTIF ET INDICATEUR

Le Groupe Beaumanoir s'est fixé l'objectif de réduire de 30 % l'extraction d'eau sur l'ensemble de sa chaîne de valeur d'ici 2035 dans le cadre de son Plan biodiversité.

Le déploiement des actions développées ci-dessus est un premier levier de réduction de la consommation d'eau. Le suivi n'est pas disponible pour 2025, il sera mis en place en 2026 afin de mieux mesurer les volumes et identifier des actions permettant d'atteindre l'objectif fixé.

⁹ Audits environnementaux portant sur les stations d'épuration des eaux usées.



BIODIVERSITÉ et écosystème

Impacts, risques et opportunités

Position dans la chaîne	IMPACTS	RISQUES / OPPORTUNITÉS
AMONT	<ul style="list-style-type: none"> Érosion de la biodiversité due aux changements d'utilisation des sols pour la culture de matières premières (cultures, bétail, zones de pâturage pour les fibres animales, etc.), notamment liés aux pratiques de déforestation. 	<ul style="list-style-type: none"> Risque d'érosion des services écosystémiques, entraînant une baisse de la productivité. Risque de conversion des cultures par les producteurs au profit de cultures plus rentables.
OPÉRATIONS PROPRES	<ul style="list-style-type: none"> Artificialisation des sols liée à la production et à la distribution de produits, notamment la construction d'usines de production, d'entrepôts, de magasins de détail, etc. 	<ul style="list-style-type: none"> Risque de durcissement de la réglementation sur l'artificialisation des sols.

Plan de transition et politiques

L'industrie textile repose largement sur la dépendance de ressources naturelles, notamment pour l'approvisionnement en matières premières, la disponibilité en eau et l'utilisation des terres agricoles. Cette dépendance génère trois grandes pressions sur l'environnement : le changement climatique, la disponibilité et la pollution de l'eau, ainsi que la pollution et l'artificialisation des sols.

Dans ce cadre, **le Groupe a engagé une démarche globale pour comprendre et quantifier les impacts sur la nature, les analyser au regard de la localisation de ses activités afin de structurer sa stratégie Nature et de renforcer l'intégration des enjeux RSE dans ses métiers.** Cette approche repose sur l'analyse des données 2024, et a permis d'identifier les principaux leviers de réduction des impacts sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

Pour mettre en place cette démarche, le Groupe a été accompagné d'un cabinet spécialisé dans la biodiversité, l'approche méthodologique utilisée suit les cadres SBTN (Science Based Target Network), TNFD (Taskforce for Nature-related Financial Disclosure), ainsi que celui de la CSRD.

Les impacts liés au climat, à l'eau et aux différentes formes de pollution ayant déjà été détaillés dans les sections précédentes du rapport, cette partie se focalise principalement sur les enjeux relatifs aux sols.

Comme précisé dans sa Politique Environnementale, le Groupe vise un objectif de zéro déforestation à horizon 2035, et la réduction du risque de conversion des sols pour nos matières premières à fort impact environnemental, telles que le coton, la laine, la viscose et le carton. Le Groupe a également pour objectif de développer des projets d'agriculture régénérative à horizon 2035 sur les filières coton et laine, afin de restaurer la qualité des sols et préserver les habitats naturels.

Le Groupe est signataire des initiatives internationales CanopyStyle et Pack4Good, deux programmes visant à réduire l'empreinte environnementale des matières et des emballages contenant des fibres cellulosiques. CanopyStyle vise à lutter contre la déforestation liée aux fibres artificielles, en protégeant les forêts anciennes et menacées et en favorisant des approvisionnements traçables pour des matières comme la viscose, le lyocell et le modal. Pack4Good s'inscrit dans une démarche de réduction de l'impact des emballages, via l'utilisation de matériaux recyclés ou issus de forêts gérées durablement.

Actions et ressources

ACHATS DES FIBRES MOINS IMPACTANTES

Suite au déploiement de sa stratégie biodiversité, le Groupe travaille sur une nouvelle feuille de route fibres moins impactantes à horizon 2035 afin d'accélérer ses efforts sur les fibres les plus impactantes, telles que le coton, les fibres cellulosiques et les laines.

L'utilisation de fibres recyclées constitue également un levier stratégique majeur non seulement pour le climat, mais également pour la biodiversité. En privilégiant le recyclé, le Groupe réduit sa dépendance aux matières vierges, limitant l'agriculture intensive et l'extraction de ressources, responsables de la destruction des habitats.

Concernant le coton, en plus de l'objectif coton recyclé fixé depuis 2024, le Groupe travaille à l'accélération de l'utilisation de coton biologique ainsi que sur le déploiement du coton régénératif dans ses collections.

Pour les fibres cellulosiques, en plus de la validation des viscoses Ecovero, Livaeco et Ecotang permettant la réduction des pollutions (voir section "Pollutions"), la liste des fibres moins impactantes a été enrichie avec l'ajout de viscose provenant de fournisseurs évalués « Green Shirt » selon le Hot Button Report de l'initiative CanopyStyle, garantissant l'absence de risque de déforestation et la protection des forêts anciennes ou menacées.

Le Groupe accélère son recours à des laines (laine, mohair, alpaga) certifiées ou recyclées afin de limiter son impact sur la pollution des sols. Certaines marques du Groupe ont par ailleurs obtenu en 2025 les certifications Responsible Wool Standard (RWS), Responsible Mohair Standard (RMS), ou Responsible Alpaca Standard (RAS) (voir section "Bien-être animal »).

TRACABILITÉ DES FIBRES

Afin de mieux mesurer et réduire son impact sur la biodiversité, le Groupe souhaite aller plus loin dans ses travaux sur les fibres. Au-delà de l'achat de fibres certifiées, le Groupe renforce ses démarches de traçabilité sur les matières les plus impactantes, comme le coton et les laines. L'objectif est de cartographier nos principaux territoires d'approvisionnement et d'identifier les zones à risques pour limiter les impacts sur les écosystèmes et accompagner les acteurs locaux.

Ainsi, en 2025, un projet pilote a été mené sur la marque Bonobo. Il a permis de collecter des informations sur l'origine du coton biologique utilisé dans les produits et d'identifier les régions d'approvisionnement. En parallèle, le Groupe poursuit la traçabilité des laines certifiées RWS, RMS ou RAS, en lien avec cet objectif de meilleure traçabilité des zones de sourcing.

PERFORMANCE ENVIRONNEMENTALE DES USINES

Afin de limiter son impact sur la biodiversité, le Groupe assure le suivi de la performance environnementale des usines clés via l'outil Higg FEM (détaillé dans « Eau » et « Pollutions »), et accompagne ses fournisseurs dans la réduction d'impact. La traçabilité des usines de tier 2 (tissage, tricotage, teinture, impression) est un des enjeux prioritaires à adresser pour le Groupe pour accélérer la réduction d'impact sur la biodiversité.

PÉRIMÈTRE SITES OPÉRÉS

Le Groupe engage le suivi des consommations d'eau de ses sites en propre (magasins, entrepôts et sièges) sur la base d'un échantillonnage représentatif. Les données 2025 ne sont pas encore disponibles et le déploiement des outils de suivi est prévu en 2026 comme précisé dans la partie « Eau ».

Comme évoqué dans « Économie circulaire », des actions sont menées pour réduire l'impact des conditionnements (réduction, recours à des matières recyclées, développement d'emballages réemployables) avec un suivi des consommations prévu dès 2026.

Le Groupe œuvre à l'allongement de la durée de vie des produits via le maintien et l'extension des services de réparation dans plusieurs de ses magasins succursales, l'amélioration de la durabilité des collections et l'élaboration d'un plan d'actions dédié.

Objectifs, résultats et indicateurs

OBJECTIFS ET INDICATEURS

Le Groupe s'est fixé un objectif Zéro déforestation d'ici 2035. **Le risque de déforestation est matériel dans l'approvisionnement en matières premières.** Il se concentre principalement sur les fibres cellulosiques (viscose, carton) et les fibres animales (laine et cuir), qui représentent l'essentiel des pressions exercées sur les forêts.

Le nouvel indicateur « déforestation » (calculé en hectares déforestés) permettra le pilotage de l'objectif zéro déforestation à horizon 2035. Il repose à la fois sur la probabilité de déforestation liée aux matières utilisées et sur l'évaluation de la perte de couverture arborée dans les zones d'approvisionnement. La traçabilité des fibres est donc un enjeu fort pour suivre au mieux l'évolution de cet indicateur.

Cet indicateur permettra également de mesurer la réduction du risque de déforestation liée aux engagements pris dans la sélection des filières coton, laines, cuir et fibres cellulosiques garanties zéro déforestation (certifications et audits).

UTILISATION des ressources et économie circulaire

Impacts, risques et opportunités

Position dans la chaîne	IMPACTS	RISQUES / OPPORTUNITÉS
AMONT	<ul style="list-style-type: none"> • Production de déchets tout au long du processus de fabrication des produits 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque de raréfaction ou épuisement des matières premières (fibres) en raison du dérèglement climatique et/ou de la surconsommation • Risque d'inertie de la filière sur les enjeux de recyclage • Risque d'accroissement de la réglementation sur les matières premières et/ou accessoires • Opportunité de partenariats pour développer la filière de collecte, de tri et de recyclage • Opportunité de développer et de proposer des vêtements éco-conçus, en fibres recyclées/recyclables, qui nécessitent moins de ressources ou des ressources plus durables • Opportunité de rationalisation de l'offre
OPÉRATIONS PROPRES	<ul style="list-style-type: none"> • Production de déchets d'emballage (carton, plastique) et de déchets textiles (invendus, erreurs de production, rebuts) liée à la fabrication des produits • Exploitation et contribution à l'épuisement global des ressources naturelles liées à la production de produits et d'emballages 	<ul style="list-style-type: none"> • Opportunité de création de nouveaux services (location, réparation, seconde main)
AVAL	<ul style="list-style-type: none"> • Participation au développement de la filière locale de recyclage 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque d'incapacité et/ou d'immaturation des filières à produire des fibres recyclées en quantités suffisantes

Politiques liées à l'économie circulaire

Le Groupe a publié une Politique Environnementale détaillant ses ambitions en matière d'économie circulaire. Celle-ci fixe un cap en matière de prévention des déchets, d'allongement de la durée de vie des produits et d'optimisation de l'usage des ressources.

Au cours des dernières saisons, les marques du Groupe ont fait évoluer leur politique d'achat de textile afin d'optimiser leurs stocks et de limiter la surproduction de produits finis et les invendus. Des ateliers dédiés à l'écoconception des produits et des conditionnements ont été mis en place pour accompagner les équipes dans cette transformation. Par ailleurs, des études sur l'efficacité des produits ont été conduites afin d'analyser la position du Groupe en matière d'écoconception au regard des réalités du marché, telles qu'estimées par Refashion. Ces travaux permettent d'identifier des axes de progrès concrets et de structurer une feuille de route alignée avec les meilleures pratiques sectorielles.

Les marques engagent leurs clients et leur donnent la possibilité de prolonger la durée de vie des produits en prodiguant des conseils d'entretien par catégorie de produits et en développant un service de réparation dans une sélection de magasins.

Le Groupe Beaumanoir affirme par ailleurs sa volonté de contribuer à la structuration d'une filière textile circulaire en France. À ce titre, une nouvelle expérimentation de collecte de textiles usagés, destinée à la réutilisation et au recyclage, a été menée en 2025 et s'est achevée en décembre de cette même année. En parallèle, des politiques sont maintenues et renforcées afin de prolonger la durée de vie des mobiliers de magasins devenus inutilisés par les marques, tout en améliorant le recyclage des déchets générés sur l'ensemble des sites. Ces démarches s'accompagnent également d'un travail de sensibilisation et d'accompagnement des fournisseurs sur ces enjeux.

Actions et ressources

ACCOMPAGNEMENT DES ÉQUIPES ET DES FOURNISSEURS

Le Groupe poursuit et renforce sa démarche d'accompagnement des équipes internes et de ses partenaires avec le déploiement d'outils permettant un meilleur suivi des performances des fibres moins impactantes. Dans une logique d'harmonisation des connaissances, la formation fibres moins impactantes a été digitalisée avec la création d'un module de e-learning dédié. Toutes les marques ont été formées aux bonnes pratiques de communication concernant les allégations environnementales.

ACHATS DE FIBRES RECYCLÉES

Les fibres recyclées jouent un rôle clé dans le développement de l'économie circulaire. Leur utilisation permet de réduire la consommation de matières premières vierges, ainsi que les impacts environnementaux associés (émissions de GES, eau, énergie).

Dans cette dynamique, le Groupe s'est fixé une feuille de route ambitieuse visant à augmenter progressivement la part de fibres recyclées dans ses produits et ainsi réduire la dépendance de ses marques aux matières premières vierges.

DURABILITÉ DES PRODUITS

Le chantier « Durabilité physique » structure une trajectoire visant à améliorer la robustesse et la circularité des produits, avec un objectif de conformité totale aux exigences de Refashion et d'atteinte d'une note supérieure à 14 sur l'échelle DURHABI.

En 2025, ces exigences ont été intégrées dans les processus de développement produit, notamment pour La Halle et Bonobo.

La qualité est contrôlée à deux niveaux : dans les pays de production et à la réception dans les entrepôts. Depuis 2019, les critères ont été renforcés (résistance au porter, tenue à l'entretien, stabilité dimensionnelle). Les partenaires sont accompagnés via des revues techniques et des actions de sensibilisation afin d'inscrire l'amélioration continue dans les relations fournisseurs.

RÉDUCTION ET GESTION DES INVENDUS

Le Groupe maintient une stratégie visant à l'optimisation et la réduction des stocks, en amont comme en aval, grâce au développement d'outils de pilotage, au travail étroit mené par les bureaux d'achat avec leurs fournisseurs et à une gestion affinée des flux et des politiques de démarque.

Les invendus restants sont pris en charge par C-Stock, filiale du Groupe Beaumanoir spécialisée dans le déstockage, qui mobilise différents canaux de distribution afin d'offrir un débouché commercial aux produits.

Conformément aux engagements du Groupe, aucun produit n'est détruit, à l'exception de ceux présentant un risque avéré pour la santé ou la sécurité des consommateurs. En ligne avec la volonté d'engagement local, les chutes de tissus générées par le développement des produits sont données à l'association Oligocyte Bretagne, engagée dans la recherche contre le cancer cérébral. Les produits confectionnés à partir de ces tissus font l'objet de ventes événementielles au sein du siège de Saint-Malo.

DEUXIÈME VIE DES PRODUITS TEXTILES

En 2025, une expérimentation en collaboration avec Nouvelles Fibres Textiles a mobilisé les équipes terrain d'une soixantaine de magasins. La collecte de vêtements a été organisée dans le but de fournir des stocks de produits de seconde main, et le cas échéant, de gisement de recyclage pris en charge dans les deux cas par le partenaire.

Bien que ce test n'ait pas conduit à un déploiement national, cette initiative riche d'enseignements permettra au Groupe d'intégrer rapidement la filière circulaire du textile en France, dès que le contexte réglementaire sera stabilisé.

Des dons récurrents sont effectués au profit d'associations tels que Les Restos du Cœur, le Secours Populaire ou la Croix-Rouge Française, comme détaillé dans la section « Soutien aux communautés et ancrage local ». Ces dons concernent notamment des vêtements et des accessoires présentant de légers défauts qualité ne permettant pas leur mise en vente.

Le Groupe a également rejoint le comité innovation du CETIA début 2025 afin d'améliorer la recyclabilité des articles textiles, réduisant la pression sur les ressources naturelles vierges et limitant l'impact environnemental en fin de vie.

RÉDUCTION DES CONDITIONNEMENTS POUR LA CHAÎNE LOGISTIQUE

Comme mentionné, le Groupe a poursuivi, en 2025, ses actions de réduction des impacts des conditionnements. Plusieurs projets ont été initiés, tant sur la réduction que la conversion des supports actuels vers des alternatives moins impactantes. Le Groupe participe également à des travaux filière visant la détermination d'emballage e-commerce réemployable adapté.

Sont notamment embarqués la réduction des conditionnement plastiques à usage unique, la conversion des matières vers des alternatives recyclées.

Ces projets se poursuivent en 2026, avec en outre la mise en place d'un suivi systématisé des consommations de matières, ce qui permettra le pilotage et la mesure des progrès réalisés.

ALLONGEMENT DE LA DURÉE D'UTILISATION DES PRODUITS TEXTILES

En parallèle du maintien du service de réparation dans les magasins succursales Cache Cache, Bonobo, Bréal et Vib's, adossés au fond de réparation de Refashion, des projets concernant les marques de Boardriders ainsi que Caroll ont été initiés au cours de l'exercice 2025. 2026 en verra l'aboutissement.

La marque La Halle a par ailleurs augmenté ses standards de durabilité physique sur une grande partie de ses collections, afin d'assurer l'allongement de la durée de vie des vêtements, facteur essentiel pour ses clients.

VALORISATION DES DÉCHETS D'EXPLOITATION

En 2025, la mise en place de critères de performance par site logistique a permis une réduction de 15% du tonnage des déchets d'exploitation par rapport à l'année précédente. Cette évolution s'accompagne d'une amélioration du tri : les déchets ultimes, destinés à l'enfouissement ou à l'incinération ont diminué de 11%, tandis que les matières valorisables ont progressé de 13%.

Au siège de Saint-Malo, les actions cumulées de mise en place de la collecte des biodéchets, du tri différencié des textiles ainsi que l'animation du tri des déchets valorisables continuent d'améliorer la qualité de tri, notamment sur le flux des biodéchets.

Ces performances reposent sur des dispositifs ancrés au sein du Groupe : le tri et recyclage des déchets d'exploitation dans les entrepôts (carton, papier, bois, métal, glassine, plastiques, mandrins), la mise en place de filières de valorisation lorsque disponibles localement dans les magasins, et le déploiement d'une démarche d'éco-bureaux sur l'ensemble des sites. Le Groupe Beaumanoir accompagne également ses fournisseurs dans la gestion de leurs déchets, en exigeant le respect des obligations légales, la détention des permis nécessaires, le tri des déchets dangereux et non dangereux, la formation des ouvriers et l'absence d'incinération sur site.

Objectifs, résultats et indicateurs

MATIÈRES PREMIÈRES

RÉSULTATS 2025-2026

- 15 % : part des fibres recyclées en 2025



Matières premières clés (périmètre Monde)

Type de Matières	GROUPE 2025-2026	
	POIDS (tonnes)	PART
COTON	13 236	38%
POLYESTER	8 603	25%
VISCOSE	2 197	6%
POLYAMIDE	1 054	3%
ACRYLIQUE	934	3%
CARTON	8 274	24%
PLASTIQUE	706	2%
TOTAL	35 004	100%

Matières premières recyclées (périmètre Monde) en pourcentage des matières clés

Type de Matières	GROUPE 2025-2026	
	POIDS (tonnes)	PART
COTON	637	2%
POLYESTER	3 085	9%
VISCOSE	0,1	0%
POLYAMIDE	189	1%
ACRYLIQUE	50	0%
CARTON	2 677	8%
PLASTIQUE	304	1%
TOTAL	6 942	20%

PRODUITS

	GRUPE 2025-2026
Part des références testées en matière de durabilité (périmètre monde)	77%

DÉCHETS

Total des déchets générés (périmètre France)

	GRUPE 2025-2026
Poids des déchets générés (tonnes)	10 289

Total des déchets valorisés (périmètre France) en pourcentage du total des déchets générés

	GRUPE 2025-2026
Proportion de déchets détournés de l'élimination	85 %
Dont réutilisation	0 %
Dont recyclage	91 %
Dont autres opérations de valorisation (énergétique)	9 %

Total des déchets éliminés (périmètre France) en pourcentage du total des déchets générés

	GRUPE 2025-2026
Proportion de déchets détournés de l'élimination	13 %
Dont réutilisation	1 %
Dont recyclage	99 %
Dont autres opérations de valorisation (énergétique)	0 %

Total des déchets dont la destination est inconnue (périmètre France) en pourcentage du total des déchets générés

	GRUPE 2025-2026
Proportion des déchets dont la destination est inconnue	2 %





04.

SOCIAL

- 82. Équipes du Groupe
- 90. Travailleurs de la chaîne de valeur
- 94. Soutien aux communautés et ancrage local
- 97. Clients du Groupe

ÉQUIPES

du Groupe

Impacts, risques et opportunités

Position dans la chaîne	IMPACTS	RISQUES / OPPORTUNITÉS
AMONT	/	<ul style="list-style-type: none"> • Opportunité d'automatisation et de déploiement de l'IA pour la création des collections, ainsi que pour les process internes de distribution/ logistique • Opportunités d'accompagnement et d'actions pour la préservation des savoir-faire et de développement des carrières (multi pays, multi sites)
AMONT / OPÉRATIONS PROPRES	<ul style="list-style-type: none"> • Women empowerment 	/
OPÉRATIONS PROPRES	<ul style="list-style-type: none"> • Montée en compétences des collaborateurs • Absence de mesures de lutte contre la violence et le harcèlement sur le lieu de travail, entraînant des atteintes à la santé physique et mentale des employés 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque d'érosion d'attractivité des métiers physiques, dans les entrepôts logistiques • Risque de déclassement en raison de nouveaux usages, nouvelles pratiques et nouveaux acteurs, entraînant des difficultés de recrutement

Politiques liées aux collaborateurs

Le Groupe Beaumanoir place ses collaborateurs au cœur de son modèle et précise ses engagements dans sa Politique de Droits Humains, ainsi qu'à travers des chartes visant à garantir l'éthique, la sécurité et le développement des compétences. Chaque collaborateur est encadré par La Charte Éthique, annexée au règlement intérieur, la Charte relative au droit à la déconnexion et la Charte relative au télétravail. Les politiques de confidentialité des données - collaborateurs et candidats - viennent compléter les engagements du Groupe.

Afin de renforcer son attractivité, le Groupe déploie une politique de recrutement qui privilégie les contrats à durée indéterminée. Il mène aussi une politique de formation continue et de mobilité interne et favorise ainsi le développement des compétences et opportunités d'évolution.

Enfin, le Groupe maintient son engagement en faveur de l'inclusion et de la diversité, notamment par l'insertion des personnes en situation de handicap et la formation des managers aux pratiques de recrutement inclusives. Il soutient aussi l'engagement citoyen de ses collaborateurs en favorisant le lien Nation-Armée, avec l'aménagement ponctuel du temps de travail des salariés réservistes et des sapeurs-pompier volontaires.



Actions et ressources

DIALOGUE SOCIAL

En 2025, le Groupe a maintenu la structuration de son dialogue avec sa propre main-d'œuvre et avec les représentants des travailleurs, conformément à ses engagements en matière de droits humains et de responsabilité sociale.

Le dialogue social s'appuie sur des instances formelles et régulières. Deux réunions annuelles du Comité de Groupe, instance réunissant les représentants désignés par les organisations syndicales et les représentants des salariés, se sont tenues en 2025 en présence du Directeur Général Groupe, du Directeur Administratif et Financier et du Directeur des Ressources Humaines. Ces réunions permettent d'informer les représentants des salariés sur l'activité, la situation financière et l'évolution et les prévisions d'emploi annuelles à l'échelle du Groupe.

Conformément au droit français, toutes les sociétés du Groupe Beaumanoir soumises sont dotées d'un CSE d'entreprise. C'est également le cas pour les filiales européennes en conformité avec le droit local. C'est également le cas pour la désignation des délégués syndicaux.

	TAUX DE NÉGOCIATION COLLECTIVE 2025-2026	DIALOGUE SOCIAL 2025-2026
	Salariés	Représentation des salariés sur le lieu de travail
0-19 %	Chine Bangladesh Hong Kong Italie Suisse	Chine Bangladesh Hong Kong Luxembourg Belgique Espagne
80-100 %	France	France

En matière d'accords conclus avec les représentants des travailleurs en lien avec le respect des droits humains, le Groupe ne dispose pas à ce stade d'accord-cadre mondial. Il s'appuie toutefois sur des accords collectifs structurants au niveau national, notamment en matière de qualité de vie au travail et d'insertion et maintien dans l'emploi des personnes en situation de handicap, signés avec les organisations syndicales représentatives. Ces accords participent à la protection des droits sociaux fondamentaux des salariés.

DISPOSITIF D'ALERTE

L'ensemble des salariés dispose de canaux formalisés pour exprimer ses préoccupations ou signaler des situations contraires aux valeurs du Groupe. Une procédure interne de signalement est accessible à tous. Le dispositif d'alerte, créé en 2018, garantit un traitement rigoureux des signalements.

En 2025, ce dispositif a été étendu aux entités intégrées récemment, notamment La Halle et le pôle Boardriders, afin d'assurer une couverture homogène au sein du périmètre consolidé. L'efficacité de ces canaux est suivie dans le cadre des travaux du Comité Éthique et s'inscrit dans une logique d'amélioration continue des processus de conformité.

RECRUTEMENT

En 2025, le Groupe a structuré sa démarche en matière de recrutement avec la création d'un cabinet de recrutement interne, au service de l'ensemble des sociétés sur le périmètre français. Cette nouvelle organisation a permis de répondre à un besoin d'exigence dans la sélection des profils, d'améliorer la qualité des comptes rendus et des débriefings et d'apporter une véritable expertise, y compris sur des recrutements complexes. Il a également renforcé la réactivité et la rapidité d'exécution des recrutements.

L'objectif : garantir une adéquation fine entre les attentes des managers et les talents identifiés.

Parallèlement, le Groupe s'appuie sur une utilisation agile des plateformes et outils digitaux (jobboards, sites d'emplois, réseaux sociaux) pour renforcer sa visibilité et mieux valoriser ses métiers et ses valeurs auprès des candidats. Les dispositifs existants sont activement animés : journées de job dating, programme de cooptation, dispositif « Un Job pour mon Conjoint » pour accompagner les mobilités vers le pays malouin, participation à des forums écoles.

Enfin, la politique de recrutement se renforce autour de l'alternance et de l'apprentissage, avec des campagnes dédiées désormais pérennisées pour accompagner le développement soutenu du Groupe. Des partenariats avec des acteurs locaux permettent également d'accueillir régulièrement des stagiaires au sein des différents services, contribuant à préparer et intégrer les talents de demain.

DÉVELOPPEMENT DES TALENTS

En 2025, le Groupe a poursuivi la structuration de son offre de formation et d'accompagnement des talents. Un parcours d'intégration « Be Ready » a ainsi été déployé pour les Responsables de magasins La Halle et VIBS (monostores et multistores Cache Cache, Bonobo et Bréal), afin d'harmoniser les pratiques et sécuriser la prise de poste.

Par ailleurs, un dispositif dédié aux Responsables de magasins, en partenariat avec un organisme externe, a été conçu pour VIBS, les marques Caroll, Morgan et La Halle, dans le but de renforcer les compétences managériales. Ce dispositif a également été déployé aux managers de nos entrepôts logistiques. Enfin, dans une logique d'anticipation des besoins et de développement des compétences, une classe d'alternants dédiée à La Halle a été créée, intégrant un tronc commun de formation.

Les bureaux d'achats et de sourcing ne sont pas en reste puisqu'un nouveau parcours de formation a également été lancé spécialement pour eux, avec l'ambition de mieux identifier, développer et valoriser les talents sur ces fonctions stratégiques.

Ces initiatives viennent enrichir des dispositifs déjà solidement installés. Le catalogue de formation continue d'évoluer via un espace interactif accessible sur l'intranet magasin (portail EasyRetail). Les parcours managériaux sont déployés à l'échelle du Groupe, en tenant compte des spécificités des périmètres siège, réseau et logistique, avec la pérennisation du programme « Be Manager » au siège, désormais adossé à une certification diplômante.

Les campagnes annuelles d'entretien d'évaluation, de développement et d'entretien professionnel restent des temps forts du dialogue managérial, complétés, pour certains collaborateurs magasin, par des entretiens semestriels favorisant un suivi plus régulier. Le dispositif People Review, déployé auprès des équipes siège et magasins, permet de croiser les regards entre managers sur les perspectives d'évolution et de construire des trajectoires professionnelles cohérentes.

L'équipe Formation a parallèlement renforcé sa compétence en ingénierie pédagogique afin de co-construire, avec les experts métiers internes, des modules e-learning adaptés aux réalités opérationnelles. À ce jour, un catalogue très complet de modules et quiz a été développé pour les équipes siège, réseau et logistique.

La Beaumanoir Fashion Academy, école interne créée en 2022 et adossé à une plateforme digitale, continue de s'enrichir pour professionnaliser l'intégration et la montée en compétence des collaborateurs des centrales d'achats. Enfin, des communautés de Responsables de magasins formateurs, sélectionnés par la DRH, accompagnent les nouveaux managers dans leur prise de poste, tandis que les partenariats avec les écoles sont consolidés afin d'aligner davantage les parcours de formation (initiale et en alternance) avec les besoins du Groupe.

Suite à la croissance externe et l'intégration de nombreux collaborateurs au cours des 5 dernières années, une refonte de l'ensemble du suivi des formations ainsi que des entretiens effectués a été lancée en fin d'année 2025. Les indicateurs seront disponibles durant l'exercice 2026.

MARQUE EMPLOYEUR

Il est essentiel pour le Groupe de consolider sa stratégie d'attractivité et de rayonnement.

Pour répondre à ces enjeux, le Groupe a lancé un nouveau site carrière, mettant davantage en valeur la diversité de ses métiers et des opportunités offertes tout en proposant une expérience plus fluide et engageante aux candidats.

En 2025, les partenariats avec les établissements d'enseignement ont été pérennisés, notamment à travers le parrainage d'une troisième promotion d'étudiants. Ces relations ont été renforcées via des journées portes ouvertes, des visites d'entreprise, la participation à des événements et la co-construction de cas pratiques réels proposés aux étudiants. Les collaborations avec les acteurs locaux se sont également développées, notamment à travers des interventions au sein de structures telles que les CLPS (Centre Locaux de Promotion de la Santé).

L'intégration des nouveaux collaborateurs reste un axe fort, avec le parcours mensuel « Be Welcome » destiné aux équipes du siège et de la filiale logistique (dix sessions par an à Saint-Malo et Paris), ainsi qu'un parcours spécifique dédié aux alternants.

Le programme d'Ambassadeurs Internes continue d'être animé afin de promouvoir les métiers et les activités du Groupe à l'externe, notamment via les réseaux sociaux et la participation à des événements ciblés. Le Groupe est également présent sur de nombreux salons métiers à travers le territoire pour valoriser les carrières dans la création, la distribution de prêt-à-porter et la supply chain.

La dynamique interne est entretenue par l'organisation régulière d'événements fédérateurs (soirée des vœux, réunions régionales chaque saison), favorisant la cohésion et le partage. L'association sportive ASGB, animée par/et pour les collaborateurs des sites bretons et parisiens et soutenue par le Groupe, contribue également à renforcer les liens et le sentiment d'appartenance.

INSERTION DES TRAVAILLEURS HANDICAPÉS

Décembre 2025 a vu la fin de l'accord Handicap Groupe qui a permis, au cours des 6 dernières années, d'intensifier les actions et mesures d'augmentation de la représentation des personnes en situation de handicap dans les effectifs du Groupe.

Cet accord sera poursuivi sur certaines sociétés du Groupe n'ayant pas encore pleinement bénéficié de ce dispositif.

L'accord Groupe a permis la mise en œuvre des actions spécifiques afin de recueillir et de prendre en compte les points de vue des personnes susceptibles d'être particulièrement vulnérables ou marginalisées. Les campagnes de sensibilisation menées en 2025 sur les thématiques du handicap invisible, des maladies invalidantes, de la santé des femmes, et des troubles DYS contribuent à favoriser l'expression des besoins spécifiques et à adapter les pratiques internes. La formation de 78 % des managers au recrutement inclusif, intégrée au parcours d'intégration, renforce la capacité d'identification des situations individuelles nécessitant un accompagnement. Des aménagements et adaptations de postes sont réalisés au sein de nos sièges, en magasins et en entrepôts, en fonction des besoins exprimés.

24 stagiaires en situation de handicap ont pu bénéficier en 2025 du dispositif « 1 jour/1 métier », et découvrir ainsi un univers de travail accueillant.

Les équipes de la Direction des Ressources Humaines ont également participé aux salons spécialisés tels que Hello Handicap et la mise en place de partenariats avec des établissements d'enseignement et la Mission Locale de Saint-Malo.

Pourcentage de personnes en situation de handicap (périmètre France)

	GRUPE 2025-2026
PART DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP	3,86%

Autres indicateurs liés aux effectifs de l'entreprise

Répartition des salariés par genre (périmètre Monde)

	GRUPE 2025-2026
FEMMES	7 850
HOMMES	1 767
TOTAL	9 617

Répartition des salariés par pays¹⁰

	GRUPE 2025-2026
FRANCE	8 138
ESPAGNE	669
BELGIQUE	77
PORTUGAL	111
ITALIE	52
SUISSE	162
CHINE	150
BANGLADESH	88
HONG-KONG	53
TOTAL	9 500

Aucun non salarié faisant partie de la main d'oeuvre propre.

Répartition des salariés par types de contrats et par genre (périmètre Monde)

	FEMMES	HOMMES	TOTAL
Nombre de salariés permanents (EFFECTIF / ETP)	7 233	1 594	8 827
Nombre de salariés temporaires (EFFECTIF / ETP)	617	173	790
Nombre de salariés à horaires non garantis (EFFECTIF / ETP)	0	0	0

• Taux de rotation des effectifs : **48 %**

• Part d'employés ayant droit à des congés familiaux (maternité, paternité, parental, proche-aidant) : **4,78 %**

¹⁰ Pays comptant plus de 50 salariés par pays

Répartition femmes-hommes au niveau de la haute direction (périmètre France)

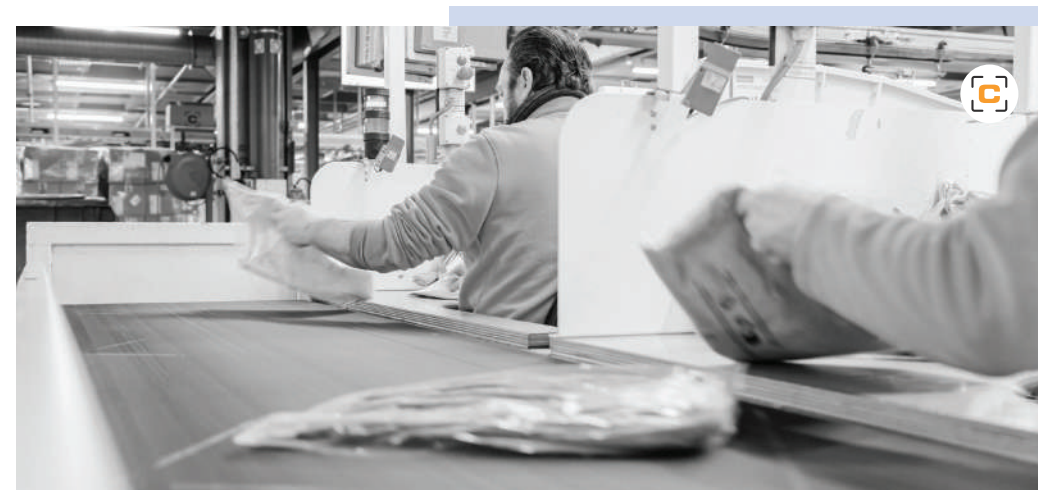
	GRUPE 2025-2026
Nombre de femmes	27
Part de femmes	47 %
Nombre d'hommes	31
Part d'hommes	53 %

Indicateurs sur la santé et la sécurité

	GRUPE 2025-2026 (périmètre Monde)
Personnes couvertes par le système de management de la santé et de la sécurité au travail	100 %
Nombre de décès résultant d'accidents du travail déclarables	0
Nombre de décès résultant de maladies professionnelles déclarables	0
	GRUPE 2025-2026 (périmètre France*)
Nombre d'accidents du travail déclarables	259
Nombre de cas de maladie professionnelles déclarables	51
Nombre de jours perdus en raison d'accidents du travail et de maladies professionnelles déclarables	27 259

*Les informations sur le périmètre Monde sont en cours de consolidation et seront disponibles au cours de l'exercice 2026-2027.

• Écart de rémunération entre femmes et hommes : **5,8 %**



TRAVAILLEURS

de la chaîne de valeur

Impacts, risques et opportunités

Position dans la chaîne	IMPACTS	RISQUES / OPPORTUNITÉS
AMONT	<ul style="list-style-type: none"> • Recours au travail forcé • Recours au travail des enfants • Atteinte à la santé et la sécurité des travailleurs, liée à des conditions de travail précaires • Non-respect des conditions salariales légales • Développement du savoir-faire des fournisseurs et sous-traitants • Sous-traitance non déclarée • Violence et harcèlement sur le lieu de travail des fournisseurs 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque d'atteintes aux droits humains dans les pays de sourcing • Risque d'érosion et/ou d'obsolescence des savoir-faire liés à la transformation de la fibre et la conception des vêtements • Risque d'actions syndicales et de grèves dans les pays de sourcing

Politiques liées aux fournisseurs dans la chaîne de valeur

Le Groupe Beaumanoir a défini une Charte Sociale et Environnementale, où sont détaillées ses exigences en matière de respect des Droits de l'Homme et du Droit du Travail¹¹. La signature par les fournisseurs de cette charte est une des conditions sine qua non au début de la relation.

Par ailleurs, la politique de Droits Humains définit les principes et les attentes du Groupe, en s'appuyant sur les principaux référentiels internationaux, tels que les Principes Directeurs des Nations Unies relatifs aux entreprises et aux Droits de l'Homme, la Charte internationale des Droits de l'Homme, ainsi que les lignes directrices de l'OCDE et les conventions de l'Organisation internationale du travail. Elle répond aussi bien aux enjeux de responsabilité en lien avec les collaborateurs, qu'avec les populations locales et les clients, tel un socle de référence pour l'ensemble des parties prenantes internes et externes.

Cette politique repose également sur le Code de conduite destiné aux fournisseurs et partenaires. Le Groupe Beaumanoir met en œuvre une démarche continue de vigilance afin d'identifier, prévenir et limiter les risques d'atteintes aux droits humains.

¹¹ 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.

Actions et ressources

Le Groupe Beaumanoir s'appuie sur plusieurs leviers pour renforcer la gestion de ses impacts sociaux.

ÉVALUATION DES RISQUES

Le Groupe Beaumanoir a renforcé en 2025 sa démarche d'évaluation des risques sociaux au sein de sa chaîne d'approvisionnement. Une avancée majeure réside dans la mise en place d'une évaluation systématique du niveau de risque pour chaque usine de confection. Cette approche permet de catégoriser les sites selon leur niveau d'exposition aux risques sociaux.

Les usines identifiées comme présentant un risque élevé font l'objet d'un dispositif de contrôle renforcé, qui inclut obligatoirement un audit selon le référentiel ICS, complété par un audit interne réalisé par les équipes du Groupe au cours de l'année. Pour les usines à risque plus faible, plusieurs standards reconnus (ICS, BSCI, Sedex, etc.) peuvent être acceptés.

Par ailleurs, le principe de « l'effet de cascade » permet de diffuser ces exigences à l'ensemble de la chaîne d'approvisionnement : les fournisseurs sont tenus de transmettre le code de conduite à leurs propres sous-traitants et partenaires, renforçant ainsi la maîtrise des risques à tous les niveaux.

AUDITS DES FOURNISSEURS

Le dispositif d'audits du Groupe repose sur une combinaison d'audits réalisés par des tiers indépendants et de contrôles internes.

Membre de l'ICS depuis 2021, une logique de coopération sectorielle permet de mutualiser les audits sociaux avec d'autres acteurs du textile. Cette approche contribue à améliorer à la fois l'efficacité des contrôles et la transparence des pratiques.

Depuis plusieurs années déjà, le Groupe audite 100 % des usines de confection situées hors Union Européenne. Cette exigence a été étendue aux usines localisées au sein de l'Union européenne. À horizon 2026, l'ambition est de couvrir l'intégralité du Tiers 1¹² par un audit social externe.

L'année 2025 marque également une optimisation de la stratégie d'audit, avec un recentrage sur le référentiel ICS afin de gagner en cohérence, en efficacité et de limiter les risques de corruption ou d'atteinte à l'intégrité.

Concrètement, les audits sont réalisés :

- Par des auditeurs sociaux internes, basés en Chine, en Turquie, au Bangladesh, en Inde et en France. Ce dispositif est complété par des audits inopinés, permettant d'obtenir une vision fidèle des conditions réelles de travail. En parallèle, les équipes locales (bureaux d'achat et de liaison) contrôlent régulièrement des points clés de conformité sociale lors de leurs visites en usine, à l'aide de la « Factory Checklist » du Groupe.
- Par des prestataires externes accrédités ICS pour réaliser des audits indépendants.

¹² Usines de confection

AMÉLIORATION CONTINUE

Au-delà du contrôle, le Groupe inscrit sa démarche dans une logique d'accompagnement et de progrès continu. En cas de non-conformité, les fournisseurs sont accompagnés dans la mise en œuvre de plans d'actions correctifs. Les usines présentant des non-conformités majeures font l'objet d'un suivi renforcé, avec des sessions de formation dédiées et la mise à disposition d'outils, tels que les fiches de bonnes pratiques sociales développées par ICS.

Un système de sanctions gradué est appliqué, allant de l'avertissement pour les sites engagés dans une démarche d'amélioration, jusqu'à la rupture définitive des relations commerciales pour les fournisseurs refusant de progresser ou ne parvenant pas à corriger des manquements majeurs malgré l'accompagnement proposé.

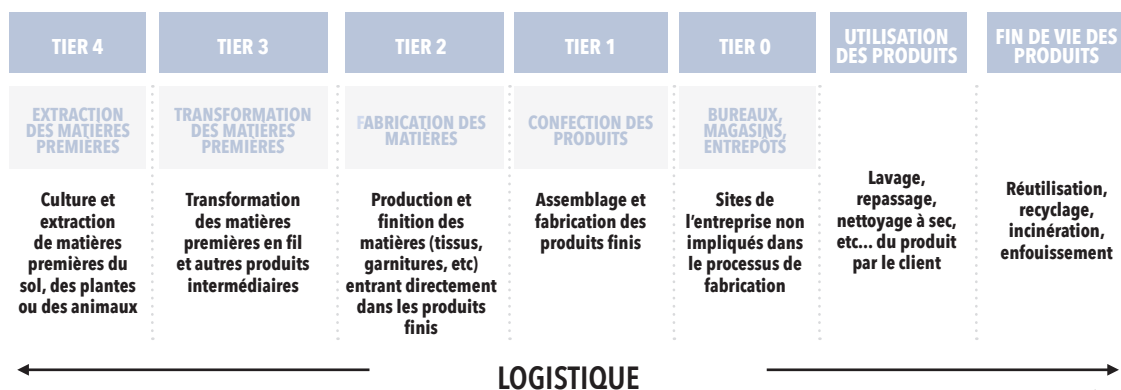
En cas de détection de travail d'enfant, le Groupe Beaumanoir déploie un plan d'accompagnement global et immédiat. Le travail de l'enfant est interrompu sans délai et un cabinet spécialisé, Impactt, est mobilisé pour accompagner la situation, en lien avec les équipes locales présentes dans les zones de sourcing.

Une analyse approfondie des causes est alors menée afin de comprendre les circonstances ayant conduit à cette situation, tant du côté de l'enfant que de l'usine concernée. Sur cette base, un plan de remédiation adapté est mis en place, incluant notamment un programme de rescolarisation de l'enfant. Pendant cette période de transition, un soutien financier est assuré à la famille afin de compenser la perte de revenus.

Par ailleurs, un audit détaillé des pratiques de l'usine est réalisé afin d'identifier d'éventuels manquements et d'évaluer le niveau de connaissance et de responsabilité de la direction. Des actions correctives sont ensuite déployées, incluant notamment des modules de formation à destination des fonctions clés, telles que les ressources humaines, afin de prévenir toute récurrence.

LA CHAÎNE DE VALEUR DE L'HABILLEMENT

Cartographie de la chaîne d'approvisionnement



Source : WRI authors.

Objectifs, résultats et indicateurs

OBJECTIF

- 100 % des fournisseurs signataires de la Charte Sociale et Environnementale

RÉSULTAT 2025

- 100 % des fournisseurs signataires de la Charte Sociale et Environnementale

Audits des usines de confection

ZONE DE PRODUCTION	NOMBRE TOTAL D'USINES	% D'USINES AUDITÉES
UNION EUROPÉENNE	87	43 %
HORS UNION EUROPÉENNE	751	100 %
TOTAL GROUPE	838	94 %

Résultats des audits des usines de confection (Tier 1) (en nombre d'usines)

	GROUPE
BON	78 %
ACCEPTABLE	20 %
INSUFFISANT	2 %

Usines de tissage, filature et teinture cartographiées en 2025 : **856**



SOUTIEN

aux communautés et ancrage local

Impacts, risques et opportunités

Position dans la chaîne	IMPACTS	RISQUES / OPPORTUNITÉS
AMONT	<ul style="list-style-type: none"> • Atteinte à la santé et la sécurité des populations locales, aux alentours des cultures et des sites de production 	<ul style="list-style-type: none"> • Non matériel
AMONT / OPERATIONS PROPRES	<ul style="list-style-type: none"> • Création d'emplois et génération de revenus pour les populations locales 	/
AVAL	<ul style="list-style-type: none"> • Détérioration de la santé et de la sécurité des communautés locales en raison de la proximité de décharges contenant des produits invendus ou des produits en fin de vie 	/

Politiques liées aux communautés affectées

La Politique Droits Humains du Groupe vise à prévenir les impacts négatifs des activités du Groupe sur les populations et les communautés locales, en prévoyant des mesures de remédiation si nécessaire et en garantissant le respect des droits fondamentaux. Celle-ci est complétée par la Charte Éthique, qui promeut le respect des cultures locales.

Actions et ressources

ACHATS RAISONNÉS ET GESTION DES INVENDUS

Comme évoqué dans les parties Environnement du rapport, le Groupe veille à ce que ses activités de production génèrent le moins d'impacts négatifs possibles sur les communautés locales en adoptant des pratiques d'achats et de fabrication moins impactantes. Les volumes d'achats sont volontairement raisonnés afin de limiter les surplus et d'éviter la création de résidus non valorisables, contribuant ainsi à une gestion plus durable des ressources et à une moindre pression sur les capacités locales de traitement des déchets.

Par ailleurs, l'intégration systématique de fibres moins impactantes permet de réduire l'empreinte environnementale de la production, soutenant les attentes des communautés en matière de préservation des écosystèmes et de réduction de la pollution. Enfin, les processus de production sont organisés de manière à limiter le gaspillage tout au long de la chaîne de valeur, favorisant un usage optimisé des ressources locales et renforçant l'acceptabilité sociale des activités de l'entreprise dans ses territoires d'implantation.

En aval de la chaîne de valeur, et en complément des pratiques d'achats raisonnés visant à optimiser le pilotage des stocks, les produits non écoulés sont orientés vers des circuits de valorisation dédiés, sans destruction, sauf dans de rares cas liés à des impératifs de sécurité (détaillés dans la section « Économie circulaire »). Par ailleurs, **le Groupe contribue activement au développement d'une filière textile circulaire en France en tant qu'associé de Refashion, en cohérence avec les principes des 4R – Réduire, Réemployer, Recycler et Réparer.** Les actions menées pour encourager l'allongement de la durée d'usage des produits, les expérimentations de collecte, ainsi que la mise en place d'un tri des déchets par flux décrits dans la partie « Économie circulaire » illustrent l'engagement du Groupe à limiter les sources de pollution et de dégradation environnementale. Ces efforts seront poursuivis afin de continuer à réduire les impacts générés tout au long du cycle de vie des produits.

ANCRAGE LOCAL ET INSERTION PAR LE SPORT

Depuis 2006, le Groupe est engagé aux côtés de l'Union Sportive de Saint-Malo (USSM) à travers un dispositif basé sur le principe du « double projet ». Ce partenariat permet à des athlètes de haut niveau de concilier performance sportive et développement professionnel, afin de sécuriser leur parcours et d'anticiper leur reconversion.

Cette organisation leur permet d'acquérir des compétences, une expérience et une stabilité complémentaires à leur engagement sur le terrain, tout en préparant l'après-carrière, souvent marquée par des transitions complexes dans le monde du sport de haut niveau.

SOUTIEN À LA RECHERCHE MÉDICALE, À LA SANTÉ ET À LA SOLIDARITÉ

Depuis 2014, le Groupe est mécène actif du fonds Bretagne Atlantique Ambition (BAA), co-fondé par Roland Beaumanoir, qui soutient des équipes scientifiques engagées dans la recherche sur des maladies neurologiques graves telles que la maladie d'Alzheimer, la maladie de Parkinson ou la sclérose en plaques. Ce soutien contribue au développement des connaissances médicales et à l'amélioration des perspectives thérapeutiques pour les patients.

En 2025, le Groupe a renforcé ses actions de sensibilisation à la santé, notamment à travers Movember, avec des ateliers et sessions d'information destinés à sensibiliser les collaborateurs aux enjeux de dépistage et de prévention en matière de santé masculine. L'engagement contre le cancer du sein se poursuit également à l'occasion d'Octobre Rose, avec des ateliers de prévention, des journées de courses solidaires telles que « La Sinieuse » et des initiatives collectives, notamment le don de cheveux à travers le programme « Tous de Mèches », qui permet de fabriquer des prothèses capillaires et des dispositifs de dépollution marine. La collaboration avec Oligocyte Bretagne permet de valoriser les chutes de textile pour financer la recherche contre le cancer du cerveau.

Le Groupe agit également en faveur de l'autonomie et de l'insertion professionnelle.

Cache Cache soutient l'association Vacances & Familles, qui agit pour permettre à des familles en situation de précarité d'accéder aux vacances et aux loisirs. Dans ce cadre, plusieurs actions solidaires ont été menées. **Des collectes solidaires ont été organisées au siège de la Moinerie afin de recueillir des jeux de plage ainsi que des jouets et du matériel de sport d'hiver (hors vêtements) destinés aux antennes locales de l'association.**

Un concours de dessin sur le thème du cirque a permis à la famille du dessin gagnant d'assister à une représentation du Cirque du Soleil. À l'occasion des fêtes de fin d'année, un autre jeu-concours, inspiré de la campagne « Cache Cache Show », a permis à plusieurs bénéficiaires de remporter des places pour des comédies musicales.

La marque Morgan poursuit sa collaboration avec l'Association Joséphine, accompagnant les femmes en situation de vulnérabilité vers l'autonomie grâce à un parcours combinant soins de beauté, ateliers collectifs et accompagnement socio-professionnel. L'enseigne organise des demi-journées d'immersion en entreprise et des simulations d'entretiens avec les équipes RH, propose des sessions de conseil en image, des ateliers collectifs et des dons de vêtements. Chaque saison, un produit solidaire est développé et vendu en boutique ou en ligne, dont l'intégralité des bénéfices est reversé à l'association.

Bonobo poursuit ses engagements solidaires à travers le micro-don en caisse au profit des Restos du Cœur (200 000 dons récoltés en 2025). La marque soutient également la préservation des bonobos en République démocratique du Congo via la Fondation Bonobo, en reversant des dons à l'ONG Bonobo Eco en 2025.

Vib's propose l'arrondi solidaire en caisse depuis octobre 2025, permettant à chaque client de faire un don aux associations Ruban Rose et Restos du Cœur à l'occasion de ses achats en magasin.

Béal renforce elle aussi l'engagement du Groupe dans la lutte contre le cancer du sein et la précarité. Lors d'Octobre Rose, la marque a développé une collection de produits solidaires dont 100 % des bénéfices ont été reversés à Ruban Rose.

Le pôle Boardriders a également mis en place le dispositif d'arrondi en caisse au profit du programme Para Surf de la Fédération Française de Surf. Plus de 46 000 dons ont été récoltés, ce qui a permis de développer des centres d'entraînement adaptés et l'accès à la compétition pour les personnes en situation de handicap. D'autre part, **une partie des ventes de tote bags et cabas est reversée à la Ben Raemers Foundation, qui agit en faveur de la sensibilisation à la santé mentale au sein de la communauté skate.**

Dans une logique de lutte contre la précarité et de réduction des déchets, les articles présentant de légers défauts ou des échantillons sont systématiquement redistribués à des associations partenaires telles que les Restos du Cœur, le Secours Populaire et la Croix-Rouge Française, offrant une seconde vie aux produits tout en répondant à des besoins sociaux concrets. En 2026, Bonobo, Cache Cache et La Halle se sont engagés aux côtés des Enfoirés, en habillant les 50 artistes bénévoles.



CLIENTS

du Groupe

Impacts, risques et opportunités

Position dans la chaîne	IMPACTS	RISQUES / OPPORTUNITÉS
OPÉRATIONS PROPRES	<ul style="list-style-type: none"> • Accessibilité locale des produits • Accessibilité financière des produits au plus grand nombre • Inclusivité des produits pour tous les corps, tous les genres, tous les âges et toutes les capacités 	<ul style="list-style-type: none"> • Opportunité de communiquer sur nos forces, en matière de durabilité • Risque de fuite ou vol d'informations privées sur les clients à la suite d'une cyberattaque
AVAL	<ul style="list-style-type: none"> • Transparence sur l'étiquette, auprès des clients • Impact lié à la bonification sur la collecte de vêtements • Incitation à la pratique sportive et activités de plein air des clients 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque croissant d'épidémie et/ou de pandémies entraînant une baisse de la consommation • Risque d'accroissement des réglementations sur la transparence des informations affichées dans les communications du Groupe • Risque d'évolution des attentes des clients et partenaires (wholesalers) sur les pratiques environnementales et sociales des marques et leur niveau de transparence

Politiques liées aux clients du Groupe

Le Groupe Beaumanoir déploie une politique qualité structurée autour de plusieurs piliers :

- une charte Qualité Fournisseurs
- des contrôles aléatoires et des tests en laboratoire
- un accompagnement continu de ses partenaires de production

Le Groupe renforce progressivement les critères de durabilité, en s'inscrivant dans les référentiels définis par les éco-organismes Refashion et Ecologic pour les filières textile, linge, chaussures et équipements sportifs.

Parallèlement, le Groupe vise l'excellence dans la relation clients et met en œuvre une démarche de qualité globale couvrant l'ensemble du parcours d'achat.

La protection des données personnelles est également encadrée par une charte informatique et une Politique de Sécurité des Systèmes d'Information (PSSI), applicables à toutes les parties prenantes, afin de sécuriser les infrastructures et garantir la confiance des clients.

Actions et ressources

SANTÉ ET SÉCURITÉ DES CLIENTS

La sécurité des consommateurs est également développée dans la partie « Pollution » du rapport. L'objectif est de garantir que chaque article commercialisé présente un niveau élevé de sécurité sanitaire et ne comporte aucun risque inacceptable pour l'utilisateur final.

Le Groupe applique strictement le règlement REACH sur les substances chimiques pour garantir un niveau élevé de sécurité sanitaire des produits. Tous les fournisseurs signent des contrats-cadres actualisés intégrant des exigences de qualité, de conformité, de traçabilité et d'innocuité.

En cas de non-conformité, les marchandises sont refusées conformément au principe de tolérance zéro.

Des tests indépendants sont réalisés par des laboratoires accrédités lorsque les composants n'ont pas de certification, notamment OEKO-TEX.

Le Groupe s'engage également à réduire volontairement les substances préoccupantes et applique une politique de « zéro destruction », sauf en cas de risque avéré pour la santé ou la sécurité.

SATISFACTION DES CLIENTS

Les équipes du Service Client sont régulièrement formées pour garantir un accueil de qualité et une gestion efficace des demandes.

Toute réponse négative dans les enquêtes de satisfaction fait l'objet d'un rappel systématique. En cas d'insatisfaction liée à un achat, un contact personnalisé est assuré par le magasin ou le service e-commerce.

La mesure de satisfaction est systématique après achat en magasin et après achat / livraison pour le e-commerce. En 2025, une harmonisation des questionnaires a été engagée pour permettre une analyse comparable entre les canaux et mieux identifier les produits nécessitant une amélioration.

AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

Le Groupe Beaumanoir s'inscrit dans une démarche de transparence environnementale en participant activement aux travaux européens relatifs au PEF¹³, ainsi qu'aux initiatives françaises d'affichage environnemental. L'objectif est de fournir aux consommateurs une information fiable, claire et comparable sur l'impact réel des produits.

Après un appel à projet lancé en 2021, la France a approuvé en octobre 2025 une méthodologie enrichie basée sur le PEF européen, prenant en compte la durabilité intrinsèque et extrinsèque, les microfibres et l'export hors de l'Europe.

Les marques Bonobo (décembre 2025) et Element (janvier 2026), font partie des premières à déployer l'affichage environnemental sur leur site internet. Les scores présentés reprennent les indicateurs environnementaux du PEF et le coût environnemental en point d'impact, suivi par les équipes du Groupe. Cette information permet aux clients d'orienter leurs choix en tenant mieux compte de l'impact des produits.

¹³ Product Environmental Footprint ou empreinte environnementale du produit

PRESTATIONS LOGISTIQUES

C-LOG a été récompensé par la médaille d'argent EcoVadis pour la deuxième année consécutive, ce qui atteste de l'amélioration continue de sa performance RSE. Cette distinction vient récompenser la performance des infrastructures logistiques du Groupe déjà renforcée en 2024 avec l'obtention des certifications ISO 9001 et 14001 pour les entrepôts d'Ascoux et de Montierchaume. La démarche qualité-environnement de C-LOG, démarrée fin 2022 et poursuivie en 2023, repose sur l'exploitation d'indicateurs de performance. Le siège et les entrepôts logistiques C-LOG sont certifiés OEA¹⁴ depuis 2017, garantissant la qualité et la fiabilité des processus douaniers. Ces informations sont également détaillées dans la section « Changement climatique » du rapport, dans le cadre du management environnemental des sites.

CYBERSÉCURITÉ ET PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

Les collaborateurs du Groupe sont régulièrement sensibilisés à travers des modules d'e-learning et des simulations de phishing. Des dispositifs techniques sont également déployés (anti-spam, anti-virus, proxy, analyses de flux entre les systèmes) afin d'identifier et de contenir des menaces potentielles. Des analyses de vulnérabilités et des tests d'intrusions sont réalisés pour évaluer la robustesse des systèmes.

Les systèmes d'information étant de plus en plus interconnectés, le Groupe porte une attention particulière aux risques liés aux partenaires et fournisseurs. Des exercices de gestion de crise cyber sont organisés pour tester la capacité de réaction du Groupe face à des scénarios (fuite des données, indisponibilité des systèmes).

MODE INCLUSIVE ET PRATIQUES RESPONSABLES

Le Groupe Beaumanoir veille à proposer une offre accessible au plus grand nombre, tant en termes de positionnement prix que d'inclusivité. À travers toutes ses marques, la politique tarifaire vise à adresser l'ensemble des segments de clientèle et permettre l'accès à l'habillement pour 100 % de la population.

Le Groupe s'attache également à adapter ses grilles de tailles en fonction des spécificités de chaque marque afin de répondre à la diversité des morphologies, avec un travail d'harmonisation et de clarification en cours.

Objectifs, résultats et indicateurs

OBJECTIFS

- Net Promoter Score : entre 69 et 83
- 75 % des références produits testées en matière de durabilité

RÉSULTATS 2025-2026

- Net Promoter Score : 73
- 77 % des références avec un test de durabilité¹⁵
- 98,5 % des pièces livrées faisant l'objet d'un contrôle qualité¹⁶
- 90 % des entrepôts logistiques certifiés ISO 9001
- 80 % des entrepôts logistiques certifiés OEA

¹⁴ Opérateur Économique Agréé en douane

¹⁵ Tests portant sur les propriétés physiques du produit réalisés sur les références de produits livrés aux centrales d'achat (tests de boulochage, tests d'apparence après lavage, tests de tenue des coloris, tests de résistance d'un zip chaussure, etc.) et répondant aux standards du Groupe Beaumanoir.

¹⁶ Contrôles réalisés en usine ou en entrepôt



05.

GOUVERNANCE

102. Éthique des affaires



ÉTHIQUE

des affaires

Impacts, risques et opportunités

Position dans la chaîne	IMPACTS	RISQUES / OPPORTUNITÉS
AMONT	<ul style="list-style-type: none"> • Exploitation animale pour la production de matières textiles 	<ul style="list-style-type: none"> • Risque de corruption au sein de la chaîne de valeur • Opportunité de consolidation du parc fournisseurs • Risque de non-conformité de nos fournisseurs aux réglementations croissantes • Risque de réduction de notre panel fournisseurs en raison de la pression réglementaire
OPÉRATIONS PROPRES	<ul style="list-style-type: none"> • Non matériel 	<ul style="list-style-type: none"> • Opportunité de développer un sentiment d'appartenance à une entreprise familiale et locale • Risque de non-conformité de nos affiliés • Risque de non-conformité aux obligations légales et réglementaires concernant la protection des lanceurs d'alerte

Politiques liées à l'éthique des affaires

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, notamment à travers le Comité Éthique, 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.



Actions et ressources

ENGAGEMENT EN MATIÈRE D'ÉTHIQUE DES AFFAIRES

Le Groupe a poursuivi le déploiement de sa formation en ligne sur l'éthique des affaires en la proposant, en 2025, à l'ensemble de ses fournisseurs et prestataires au Pakistan et au Cambodge.

L'objectif : renforcer la sensibilisation et l'adhésion à ses standards éthiques à l'international.

Cette initiative s'inscrit dans la continuité d'engagements pris par le Groupe, tels que la Charte Éthique collaborateurs qui rappelle ses valeurs et ses principes en matière de conduite des affaires (fiabilité, sincérité, équité, responsabilité sociétale, lutte contre la corruption, règles de comportement à adopter dans le cadre professionnel, etc.).

En complément, le module e-learning obligatoire « Tous éthiques », intégré au parcours d'intégration des nouveaux collaborateurs des sièges, bureaux d'achats et des magasins contribue à diffuser ces bonnes pratiques auprès de l'ensemble des équipes.

Depuis 2018, le Groupe a également mis en place des règles spécifiques de référencement et de paiement des fournisseurs, visant à renforcer son programme de lutte contre la fraude et l'évasion fiscale. Enfin, des « Relais compliance » sont présents dans les principales filiales du Groupe (Chine, Bangladesh, Turquie, Suisse, Espagne) afin de garantir le respect de ces engagements à l'international et d'accompagner la mise en œuvre concrète des standards éthiques. Enfin, le pôle Boardriders et La Halle ont été intégrés au dispositif d'alerte du Groupe Beaumanoir, comme détaillé dans la section « Équipes du Groupe ».

GESTION DE LA RELATION FOURNISSEUR

Pour maintenir la qualité du dialogue avec les fournisseurs, le Groupe s'appuie sur un réseau de 9 bureaux d'achat et de sourcing implantés dans les principaux pays d'approvisionnement. Ils jouent un rôle essentiel d'interface, facilitant les échanges quotidiens et la coopération durable avec les fournisseurs.

En juin 2025, au siège du Groupe à Saint-Malo, les partenaires représentant les volumes d'achat les plus importants ont été conviés au « Supplier Day ». Cet événement a permis de partager clairement les orientations stratégiques de l'entreprise et de renforcer la compréhension mutuelle. Des ateliers ont ensuite été organisés pour échanger sur des sujets clés comme la relation fournisseurs, la qualité ou encore les attentes de chacun.

Par ailleurs, la relation avec les fournisseurs repose sur un cadre contractuel qui garantit le respect des engagements sociaux, environnementaux et opérationnels. Ce cadre s'appuie sur des contrats-cadres définissant les conditions de collaboration, ainsi que sur une charte sociale et environnementale intégrant un code de conduite fournisseurs. Des chartes complémentaires notamment sur la qualité, la santé et sécurité et la logistique, viennent préciser les exigences attendues.

Enfin, des audits sociaux et environnementaux sont régulièrement réalisés dans les usines des fournisseurs afin de vérifier le respect des standards et d'identifier les axes d'amélioration. En parallèle, la performance RSE des fournisseurs est intégrée à un scorecard mise à jour deux fois par an, permettant un meilleur suivi. Des business reviews sont organisées régulièrement avec les fournisseurs : elles permettent d'accompagner ceux qui doivent progresser et de renforcer la collaboration avec les partenaires les plus performants.

BIEN-ÊTRE ANIMAL

Le Groupe Beaumanoir interdit depuis plusieurs années l'usage de certaines fibres 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.

La marque Caroll a renouvelé ses certifications RMS (Responsible Mohair Standard), RWS (Responsible Wool Standard) et RDS (Responsible Down Standard), et a obtenu pour la première fois la certification RAS (Responsible Alpaca Standard), élargissant ainsi son périmètre de fibres certifiées. Bonobo a, de son côté, obtenu les certifications RMS, RWS ainsi que la certification OCS (Organic Content Standard), attestant de l'intégration de matières biologiques certifiées dans ses collections. Bréal a obtenu les certifications RMS et RAS, tandis que Cache Cache a décroché la certification RMS.

Ces nouvelles certifications permettent à plusieurs marques du Groupe de valoriser l'utilisation de fibres animales responsables et de coton biologique traçable. Elles s'inscrivent dans une démarche de long terme, déjà engagée depuis plusieurs années : la suppression de la fourrure véritable et de l'angora, le remplacement progressif du cuir pour certains usages.

Les engagements vis-à-vis du bien-être animal sont détaillés dans la Politique Environnementale du Groupe. Ils sont également formalisés dans la Charte Environnementale et Sociale signée par 100 % des fournisseurs. Ces derniers doivent ainsi aligner leurs pratiques sur les standards internationaux de protection animale (CITES) et de l'OIE (Organisation mondiale de la santé animale).



06.

ANNEXE

108. Lexique



LEXIQUE

• **APEO (Alkylphénols et éthoxylates d'alkylphénol)** : famille de substances chimiques utilisées notamment dans les procédés textiles (agents tensioactifs), reconnues pour leur caractère perturbateur endocrinien et leur toxicité pour les milieux aquatiques.

• **BREEAM** : certification environnementale internationale pour les bâtiments, qui évalue leur impact écologique, leur performance énergétique et le confort des occupants tout au long de leur cycle de vie.

• **Canopy** : organisation internationale à but non lucratif œuvrant pour la protection des forêts anciennes et menacées. Elle collabore avec les entreprises textiles pour sécuriser des chaînes d'approvisionnement en fibres celluloseuses (viscose, lyocell, modal) sans déforestation.

• **Cascale** : alliance internationale (anciennement Sustainable Apparel Coalition) regroupant des acteurs de l'industrie textile et chaussure. Elle développe des outils de mesure harmonisés de la performance environnementale et sociale, dont le Higg Index.

• **CETIA (Comité d'Évaluation des Technologies Innovantes pour l'Accélération)** : plateforme collaborative française dédiée à l'expérimentation et à l'évaluation de solutions innovantes pour le tri, le démantèlement et le recyclage des textiles et chaussures.

• **CITES** : ou Convention de Washington, est une convention sur le commerce international des espèces de faune et de flore sauvages menacées d'extinction.

• **Citeo** : entreprise à mission en charge de la responsabilité élargie du producteur (REP) pour les emballages ménagers et papiers en France, accompagnant les entreprises dans la réduction de leur impact et l'amélioration du recyclage.

• **EcoVadis** : plateforme d'évaluation de la performance RSE des entreprises, fondée sur des critères environnementaux, sociaux, éthiques et achats responsables. Elle attribue un score permettant de situer le niveau de maturité d'une organisation.

• **ECOVERO™** : Fibre de viscose produite par Lenzing, issue de bois provenant de sources certifiées et responsables, avec un procédé de fabrication ayant un impact environnemental réduit en comparaison de la viscose conventionnelle.

• **Émissions de GES (Gaz à Effet de Serre)** : Les émissions de gaz à effet de serre (GES) désignent les rejets de gaz (comme le CO₂ ou le méthane) dans l'atmosphère, issus notamment des activités humaines, qui contribuent au réchauffement climatique.

• **Fibre moins impactante** : sous-entendu environnemental, fibres produites, cultivées et/ou transformées, en s'attachant à réduire les impacts environnementaux.

• **GHG Protocol** : référentiel international de comptabilisation des émissions de gaz à effet de serre. Il définit des standards méthodologiques pour mesurer et déclarer les émissions directes (Scope 1), indirectes liées à l'énergie (Scope 2) et celles de la chaîne de valeur (Scope 3).

• **GRI** : référentiel international de reporting extra-financier permettant aux entreprises de publier des rapports standardisés sur leurs impacts économiques, environnementaux et sociaux.

• **Higg FEM (Facility Environmental Module)** : module du Higg Index permettant d'évaluer la performance environnementale des sites de production (consommation d'eau et d'énergie, émissions, gestion des déchets, produits chimiques).

• **Hot Button Report** : rapport annuel publié par l'initiative CanopyStyle évaluant les fournisseurs de fibres celluloseuses selon plusieurs critères tels que leur approvisionnement en bois, leur utilisation de produits chimiques ainsi que sur leur leadership en matière de production de fibres innovantes.

• **IEA (Agence internationale de l'énergie)** : organisation internationale fondée en 1974 et rattachée à l'Organisation de coopération et de développement économique, qui analyse les politiques énergétiques mondiales et publie des données et scénarios de références sur l'énergie et la transition énergétique.

• **ICS (Initiative for Compliance and Sustainability)** : programme d'audits sociaux et environnementaux commun à plusieurs enseignes internationales visant à harmoniser les pratiques d'évaluation des fournisseurs.

• **IRO** : analyse des impacts de l'entreprise sur l'environnement et la société, ainsi que des risques et opportunités liés aux enjeux ESG.

• **ISO 14001** : norme internationale définissant les exigences relatives à un système de management environnemental (SME).

• **ISO 26 000** : norme internationale qui fournit des lignes directrices pour aider les organisations à intégrer la responsabilité sociétale (RSE) dans leurs activités et leurs décisions.

• **ISO 9001** : norme internationale définissant les exigences d'un système de management de la qualité, visant à améliorer la satisfaction client et l'efficacité des processus.

• **MRSL (Manufacturing Restricted Substances List)** : liste des substances chimiques interdites ou strictement limitées dans les procédés de fabrication afin de prévenir les risques pour la santé humaine et l'environnement.

• **NPS (Net Promoter Score)** : outil de gestion qui mesure la satisfaction des clients et la probabilité de recommandation d'une entreprise, d'un produit ou d'un service.

• **OEA (Opérateur Économique Agréé)** : certification délivrée par les autorités douanières qui reconnaît la fiabilité et la sécurité des entreprises dans leurs échanges internationaux.

• **OEKO-TEX** : label garantissant la non-utilisation ou la limitation de substances potentiellement dangereuses pour l'Homme ou l'environnement.

• **OIE** : organisation intergouvernementale chargée d'améliorer la santé animale dans le monde, de lutter contre les maladies animales (y compris celles transmissibles à l'humain) et de promouvoir le bien-être animal ainsi que la sécurité sanitaire des échanges internationaux.

- **PEF** : méthode développée par la Commission Européenne pour mesurer de manière harmonisée l'empreinte environnementale d'un produit sur l'ensemble de son cycle de vie.
- **REACH** : règlement européen encadrant l'enregistrement, l'évaluation, l'autorisation et la restriction des substances chimiques mises sur le marché dans l'Union Européenne.
- **Refashion** : éco-organisme français en charge de la filière REP textile d'habillement, linge de maison et chaussures, visant à développer le réemploi, la réparation et le recyclage des produits textiles.
- **SBTi (Science Based Targets initiative)** : initiative internationale visant à accompagner les entreprises dans la définition d'objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre alignés sur les données scientifiques et compatibles avec l'Accord de Paris. La SBTi valide les trajectoires de décarbonation des entreprises afin de garantir leur cohérence avec un scénario de limitation du réchauffement climatique à 1,5 °C ou bien en dessous de 2 °C.
- **TENCEL™** : marque déposée de fibres cellulosiques (lyocell, modal) produites par Lenzing, reconnues pour leur procédé de fabrication en circuit fermé et leur moindre impact environnemental.
- **Viscose Next Generation** : catégorie de fibres cellulosiques produites à partir de matières alternatives au bois issu de forêts naturelles (déchets textiles recyclés, résidus agricoles), visant à réduire la pression sur les écosystèmes forestiers.
- **ZDHC (Zero Discharge Hazardous Chemicals)** : programme qui regroupe 350 signataires issus de l'industrie textile, du cuir, de l'habillement et de la chaussure : marques, usines, fournisseurs de produits chimiques, organismes de certification, laboratoires. Il permet de mettre en œuvre les meilleures pratiques de management durable des produits chimiques tout au long de la chaîne de valeur.

