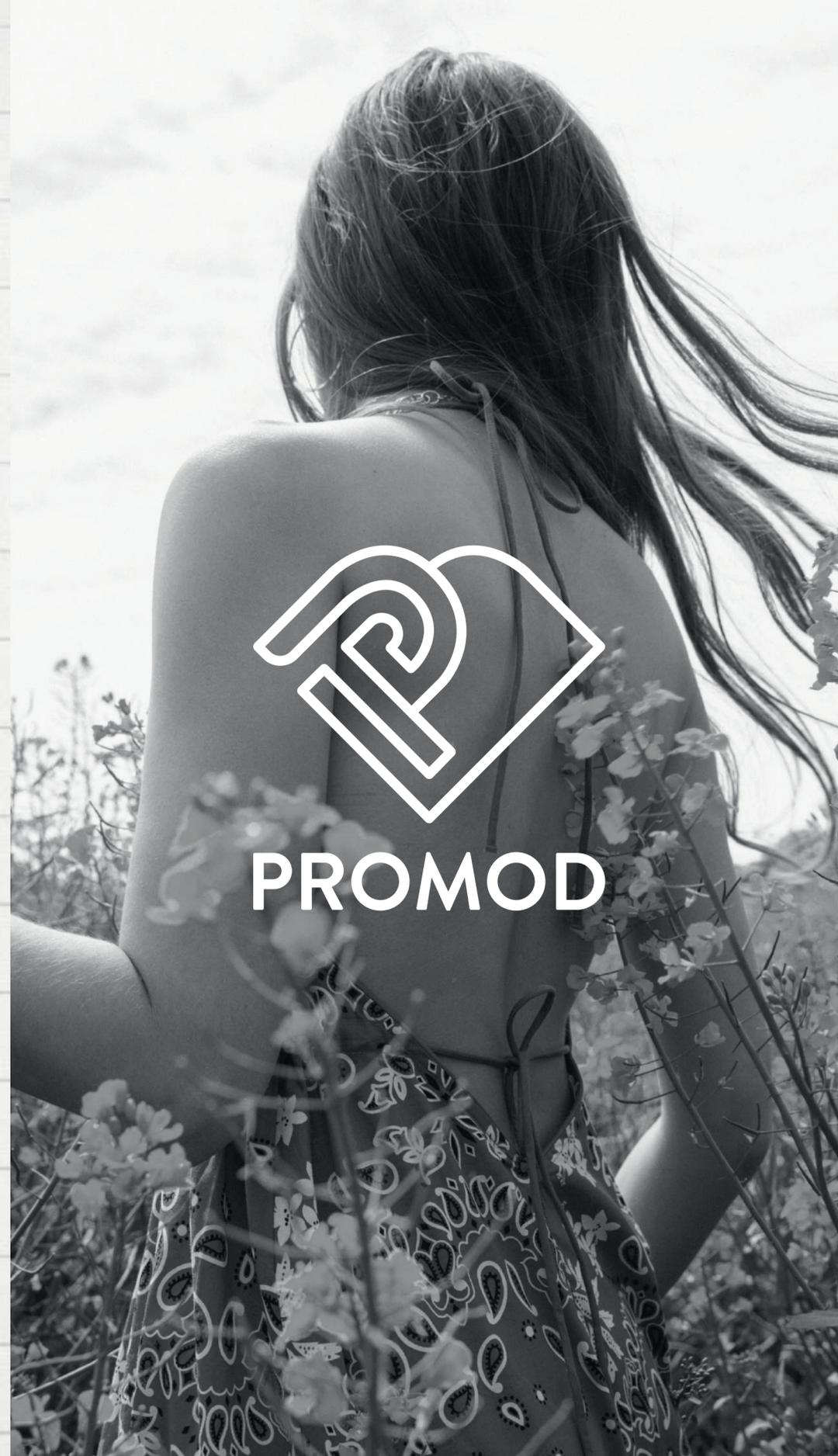


Rapport de
**RESPONSABILITÉ
SOCIALE ET
ENVIRONNEMENTALE**

Version simplifiée à destination de nos clientes, collaborateurs.rices et futurs.es candidats.es.

PROMOD / SEPTEMBRE 2025



PROMOD

STATION PROMOD
(Marcq-en-Barœul)



Edito	3
Histoire de l'entreprise	4
Chiffres clés	5
Notre approche RSE	6-7
Nos actions	8
01 POUR NOTRE CHAINE D'APPROVISIONNEMENT	
Stratégie sourcing	10
Traçabilité	11
Conformité sociale et environnementale	12
Démarche qualité	14
Nos produits	16
Stratégie matières premières	17
Démarche d'éco-conception	19
L'affichage environnemental	20
Newbiz : le Made in France	21
Newbiz : Seconde vie	22
02 POUR NOS COLLABORATEURS.RICES	
Qui sont-ils ?	24
Culture d'entreprise & qualité de vie au travail	25
Développement des compétences	26
Diversité, égalité des chances & inclusion	27
03 POUR LES FEMMES	
Soutien aux associations	30
Extention de taille	31
Sélection maternité	32

SOMMAIRE

Notre Rapport **RSE** est un document qui nous permet de diffuser notre démarche et nos actions sociales, environnementales et sociétales à vous nos clientes, collaborateurs.rices et parties prenantes, afin que chacun comprenne le chemin que nous avons décidé de prendre dans le cadre de notre projet d'entreprise le Retail Responsable Sur Mesure **RRSM**.

Ce travail d'état des lieux nous permet également de faire un point sur l'avancement de notre feuille de route **RSE** et de formaliser les victoires ainsi que les points d'attention, pour nous ajuster au mieux à la réalité opérationnelle.

Dans cette version simplifiée de notre Rapport **RSE**, nous vous présentons nos actions pour notre chaine d'approvisionnement, nos collaborateurs.rices et les femmes.

C'est un document qui a été pensé pour que tous comprennent la démarche d'amélioration continue dans laquelle nous sommes.

CLIQUEZ OU SCANNEZ LE QR CODE
Pour découvrir notre rapport complet



EDITO

Depuis 50 ans, **PROMOD** est une entreprise française, familiale et indépendante, bâtie sur des fondations solides : des équipes engagées, un savoir-faire textile internalisé et un lien fort avec nos clientes entretenu grâce à un réseau de magasins de proximité.

Mais ces dernières années, le secteur du prêt-à-porter a été fortement bouleversé. Entre l'urgence climatique, qui nous pousse à repenser nos modes de production, et de consommation d'un côté et une concurrence exacerbée par des acteurs aux offres pléthoriques et à bas prix, nous avons décidé de changer de cap en 2018. Nous avons engagé une transformation ambitieuse de notre modèle, fondée sur une conviction forte : faire **Moins, Mieux et Plus Durable**. Cela signifie réduire le nombre de références pour privilégier la qualité et la créativité, mieux piloter nos stocks et affiner notre style, et concevoir des produits faits pour durer, avec un impact environnemental réduit.

L'année 2024 a été un tournant. Les premiers signes sont encourageants : des collections mieux accueillies, la rentabilité par pièce s'est améliorée, et la relation avec notre communauté de clientes semble se renforcer. Pour autant, cette transition reste fragile : elle exige de rester constant, de continuer à ajuster nos choix et de rester attentif au risque de retomber dans les habitudes du «toujours plus».

PROMOD poursuit son évolution avec passion et humilité, convaincue qu'une autre mode plus juste, circulaire et plurielle est non seulement possible, mais nécessaire.



Julien Pollet, Président

HISTOIRE DE PROMOD

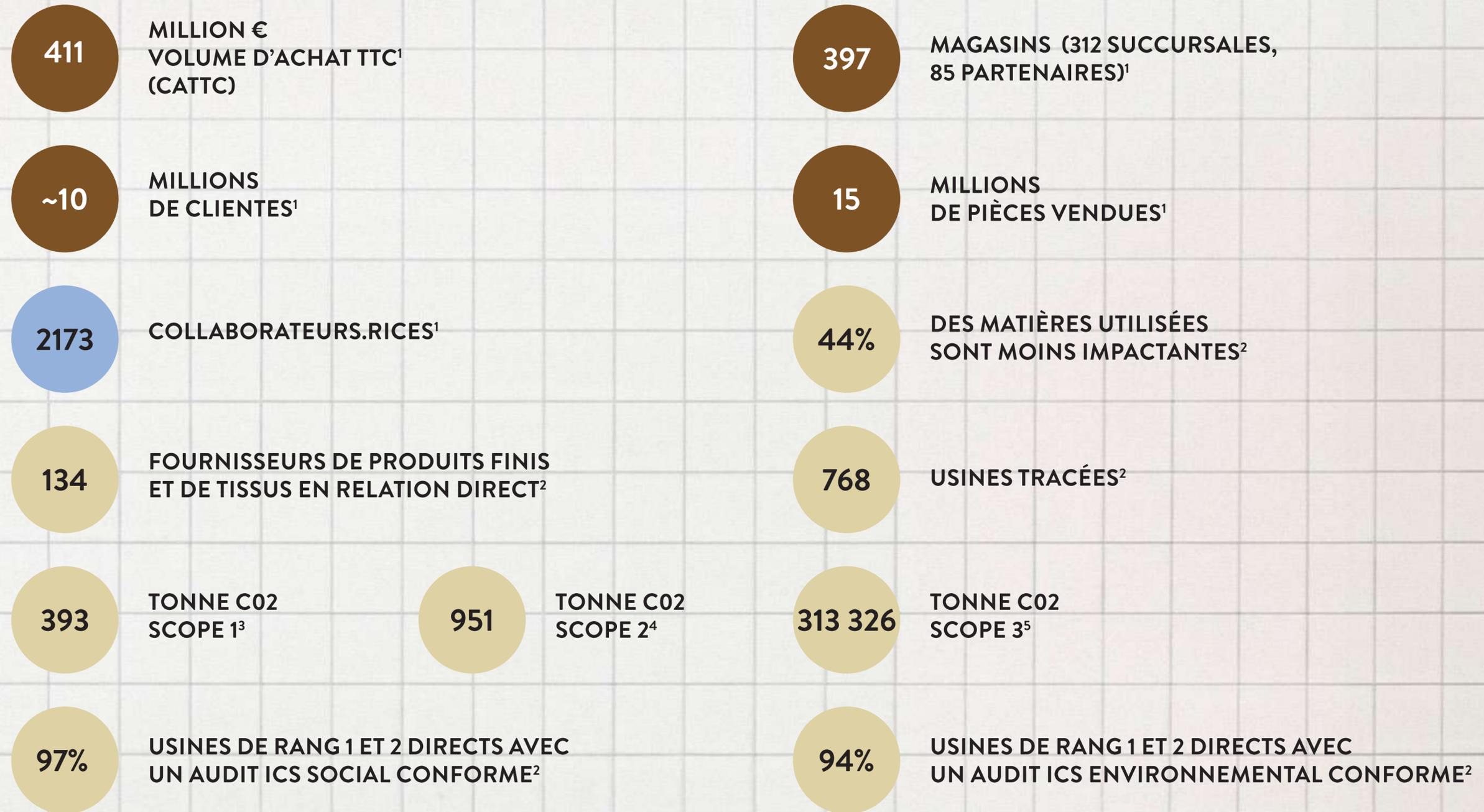
PROMOD a été fondée en 1975 par Francis-Charles Pollet, dans le Nord de la France, au sein d'un atelier familial issu du secteur textile. À seulement 30 ans, il transforme une petite chaîne de lingerie en une marque de prêt-à-porter féminin inspirée par les femmes et l'esprit libre des années 70.

Son objectif était de proposer un style frais, simple et coloré, en rupture avec la mode sophistiquée de l'époque. Francis-Charles prônait un management basé sur la confiance, la liberté et le respect, permettant à l'entreprise de s'adapter au fil des crises. Depuis 2018, son fils Julien Pollet a repris la présidence pour faire perdurer cette vision.



*Retail Responsable sur Mesure

CHIFFRES CLÉS



¹Chiffres sur l'exercice 2024 (de début mars 2024 à fin février 2025)

²Chiffres au 1er juin 2025

³Scope 1 : émissions directes de chacun des secteurs d'activité

⁴Scope 2 : émissions indirectes des différents secteurs liées à leur consommation d'énergie

⁵Scope 3 : émissions induites par les acteurs et activités du territoire

NOTRE APPROCHE RSE DE L'AMBITION À LA TRANSFORMATION

Depuis 2019, nous avons placé la **RSE au cœur** de notre stratégie d'entreprise, en lançant le « **projet RRSM** », **Retail Responsible Sur-Mesure**, qui s'articule autour de trois axes fondamentaux :

DES QUANTITÉS PLUS JUSTES, MOINS DE STOCKS, SANS FORCER À LA CONSOMMATION (RÉDUCTIONS)



DES PRODUITS FAITS POUR DURER DANS LEUR STYLE ET USAGE

En 2024, ce projet a démontré sa pertinence et sa puissance **transformatrice**: il a **fédéré** nos équipes, **orienté** nos choix de collection, **inspiré** nos partenaires et **trouvé un écho grandissant** auprès de nos clientes. Il a prouvé qu'une autre façon de faire de la mode est possible : plus responsable, plus engagée, mais toujours désirable.

En 2025, mus par une volonté constante d'amélioration, nous franchissons une nouvelle étape en intégrant dans notre stratégie la notion de « **juste** », qui remplace celles de « moins » et « mieux ». En effet, il ne s'agit plus seulement de réduire ou d'améliorer : il s'agit de viser ce qui est juste, à chaque étape du cycle de vie du produit.

JUSTE EN QUANTITÉ

Produire des volumes maîtrisés, adaptés aux besoins réels

JUSTE EN QUALITÉ

Proposer des pièces pensées avec exigence, sans excès, ni compromis sur les matières ou le bien-être

JUSTE DANS LES RELATIONS

Etablir avec nos parties prenantes des relations de transparence, de confiance et de réciprocité

JUSTE EN PRIX

Redonner de la valeur à nos produits et rester une marque accessible pour nos clientes

JUSTE EN IMPACT

Mesurer et réduire les effets de notre activité sur la planète et les ressources naturelles

NOTRE APPROCHE RSE

ILLUSTRATION EN CHIFFRES

L'année 2024 a marqué un véritable tournant à la fois dans ses **résultats économiques**, dans son **rayonnement interne**, et dans **sa réception par nos partenaires et nos clientes**.

Notre stratégie a pleinement porté ses fruits :

Le chiffre d'affaires a connu une progression significative, bien supérieure à celle des volumes vendus ou du nombre de références.
 Cette dynamique traduit une création de valeur forte et une revalorisation claire de nos produits.
 Les indicateurs de décote, de résiduels confirment la solidité de cette stratégie.



*Hors Promod stock et hors bijoux en concession et achats marketing/DIY/Seconde main

NOS ACTIONS

01

POUR NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Réduire l'impact
environnemental et social
de nos produits.

02

POUR NOS COLLABORATEURS.RICES

Garantir des conditions
de travail épanouissantes.

03

POUR LES FEMMES

S'engager pour les droits
des femmes, la diversité
et l'inclusion.

NOS ACTIONS POUR...

01. NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Réduire l'impact environnemental et social de nos produits

NOTRE STRATÉGIE SOURCING

Notre stratégie sourcing continue d'évoluer pour répondre aux exigences de notre stratégie d'entreprise. Si pendant des années le prix constituait le principal critère de décision, nous avons progressivement intégré d'autres critères essentiels à nos choix : **la qualité des produits, la créativité, et surtout nos engagements RSE.**

Notre stratégie sourcing repose donc sur :

- La notion de partenariats pérennes
- Notre savoir-faire interne (travail à façon) et les savoir-faire de nos pays de sourcing, créativité, innovation...
- La traçabilité de notre chaîne d'approvisionnement
- Le contrôle de la conformité sociale et environnementale des sites de production de nos partenaires
- La démarche qualité

PROMOD a mis en place 2 modes d'achat distincts :

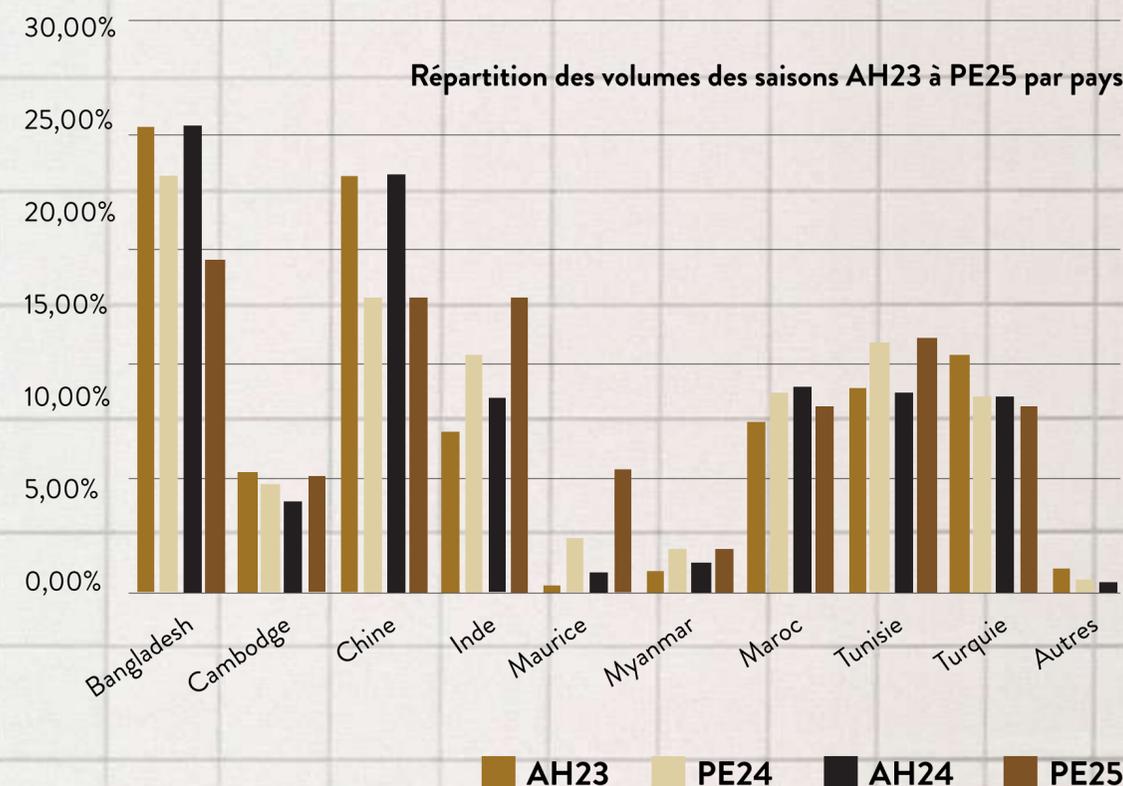
ACHAT AU FORFAIT : nous achetons un produit fini auprès de nos partenaires fournisseurs. La gestion des matériaux et des patronages est entièrement confiée au fournisseur.

ACHAT À FAÇON : nous pilotons en interne les matières premières, achetons directement les tissus (teints, imprimés ou écrus) et les fournitures. Le tout est ensuite envoyé chez les confectionneurs, qui se chargent de l'assemblage des pièces.

Ce travail à façon permet de mieux maîtriser les délais, les prix, la qualité et les conditions sociales et environnementales.

OÙ SONT CONFECTIONNÉS NOS VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES ?

Nos principaux pays de sourcing sont le **Bangladesh, la Chine, la Tunisie, l'Inde, le Maroc et la Turquie**. La saison PE24 a été marquée par une augmentation de la façon et une baisse du grand import en réponse à la demande cliente et à notre stratégie de renforcer le travail à façon. Entre l'AH23 et le PE25, **le travail à façon a augmenté de 2 points.**



Autres = Madagascar, Espagne, Italie, Roumanie, Portugal et France

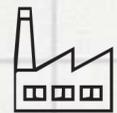
LA TRAÇABILITÉ

Définition d'après le Petit Robert : «Possibilité d'identifier l'origine et de reconstituer le parcours (d'un produit), de la production à la distribution.»

QUELLE EST LA STRATÉGIE TRAÇABILITÉ DE PROMOD?



LA TRAÇABILITÉ, UN PILIER DE NOTRE DÉMARCHE RSE :



Un levier pour évaluer et contrôler

Elle permet d'évaluer les conditions de travail dans les usines partenaires, de contrôler le respect des standards environnementaux, d'instaurer des audits sociaux et environnementaux réguliers.



Un accompagnement concret

La traçabilité facilite le suivi et le soutien des usines dans la mise en œuvre d'améliorations continues.



Une mesure d'impact plus précise

Elle constitue le socle d'indicateurs fiables, permettant d'apprécier et de piloter les progrès réalisés.



RANG 4 : MATIÈRES PREMIÈRES

NB USINES TRACÉES

INDIRECT
1

TAUX DE TRAÇABILITÉ

0%



RANG 3 : FILS

INDIRECT
119

INCONNU



RANG 2 : TISSUS

INDIRECT
416

DIRECT
38

INCONNU

100%



RANG 1 : PRODUITS FINIS

INDIRECT
38

DIRECT
156

INCONNU

100%

CONFORMITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE DANS NOTRE CHAÎNE DE PRODUCTION

Depuis 2017, nous sommes membres de l'**Initiative for Compliance and Sustainability (ICS)** afin de promouvoir de meilleures conditions de travail et le respect de l'environnement dans nos usines.

Dans ce cadre :

- Des audits* sociaux ICS sont réalisés tous les 2 ans dans les usines de confection, de délavage (fournisseurs de produits finis), de tissage, de tricotage et de teinture/impression (fournisseurs de tissu).
- Des audits* environnementaux ICS ont lieu tous les 3 ans dans les sites de délavage (fournisseurs de produits finis) et de teinture/impression (fournisseurs de tissu).

Ces audits permettent de vérifier l'application de notre code de conduite, fondé sur les principes de l'Organisation Internationale du Travail (OIT), sur une partie de notre chaîne d'approvisionnement.



CLIQUEZ OU SCANNEZ LE QR CODE pour découvrir une vidéo d'explication sur le déroulement d'un audit social ou environnemental ICS et ce qui est évalué.



ÉVALUATION D'UN AUDIT ICS SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

Un audit classé **A/B/C** est considéré comme **conforme*** et est **valide***, sur une durée de 3 ans pour un audit environnemental et de 2 ans pour un audit social. Un audit classé **D/E** est lui, **non-conforme** aux exigences de **PROMOD**.



ACCOMPAGNEMENT DE FOURNISSEUR NON-CONFORME

PROMOD exige que toutes les usines de ses fournisseurs de produits finis ou de tissu disposent d'un **audit social et/ou environnemental ICS conforme et valide** pour pouvoir recevoir des commandes.

En cas de non-conformité, l'équipe RSE accompagne l'usine via un **plan d'actions correctif**. Un **niveau de criticité** est évalué pour orienter les décisions d'achat :

- **Criticité élevée** : les commandes peuvent être suspendues jusqu'à correction.
- **Criticité faible** : les commandes peuvent se poursuivre, sous réserve de mise en conformité.

Le non-respect persistant des exigences ICS peut entraîner la fin de la collaboration avec le fournisseur.

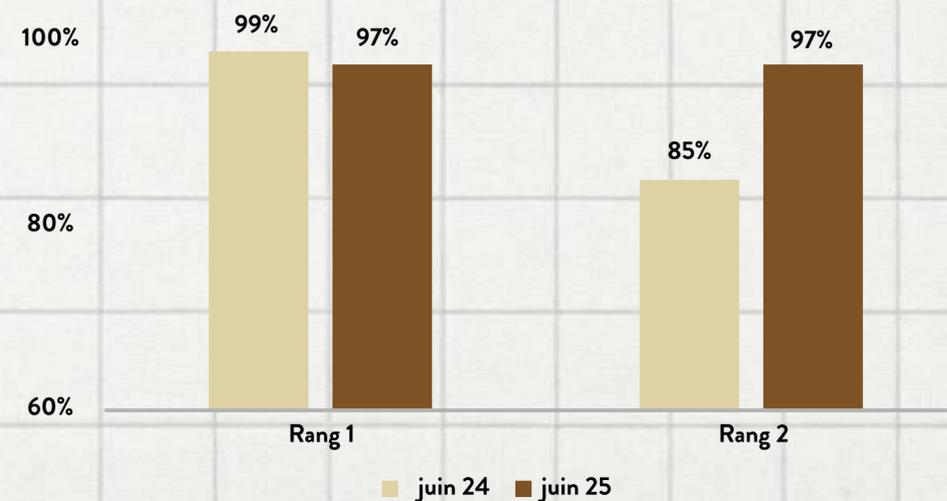
*audits : procédures de contrôle

LA CONFORMITÉ SOCIALE

Au 31/05/2025, **97% de nos usines de rang 1 directes et 97% de nos usines de rang 2 directes** disposent d'un audit social ICS acceptable (valide et conforme). Si on note une bonne couverture globale, nous restons **en deçà de notre objectif de 100% de conformité sur l'ensemble de nos usines directes**.

On constate une progression notable sur le rang 2 (+12 points vs N-1). Elle est le fruit d'un travail engagé entre juin 2024 et mai 2025 :

- **accompagnement** des usines vers la conformité
- **déréférencement** des usines réfractaires



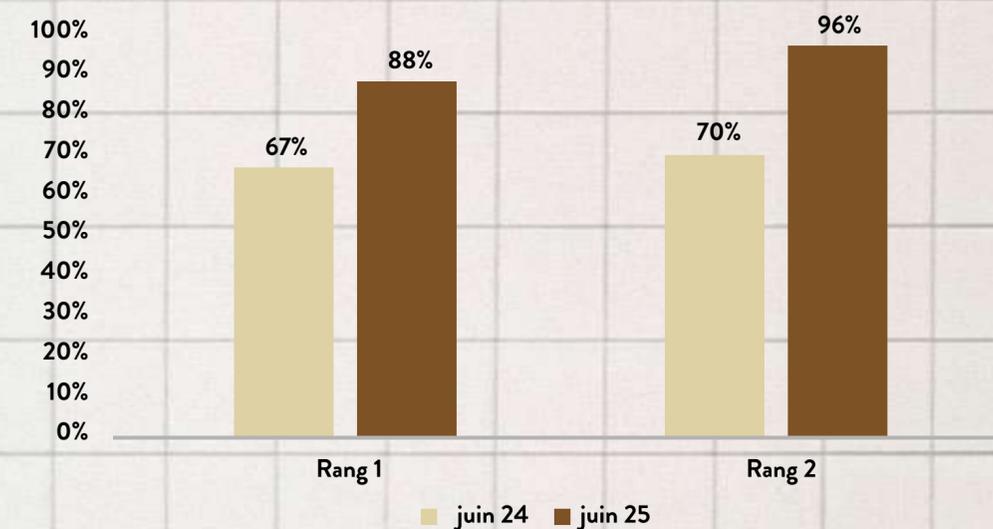
Taux de conformité sociale de nos usines de rang 1 et 2

LA CONFORMITÉ ENVIRONNEMENTALE

Au 31/05/2025, **88% de nos usines de rang 1 directes et 96% de nos usines de rang 2 directes** utilisant un procédé à voie humide (délavage, teinture, impression) ont un audit environnemental ICS acceptable. Ces procédés présentent un **risque environnemental accru**, lié à l'utilisation de substances chimiques, une forte consommation d'eau et le traitement des effluents pour éviter les rejets polluants. Nous restons **en deçà de notre objectif de 100 % d'usines directes conformes**.

Le taux global de conformité est passé de **64 % à 87 %**, grâce à :

- **la relance des audits expirés**, qui a permis un rattrapage significatif
- **la mise en conformité sociale préalable des usines de rang 2**, conditionnant le lancement des audits environnementaux sur ces sites.



Taux de conformité environnementale de nos usines de rang 1 et 2

NOTRE DÉMARCHE QUALITÉ

LA QUALITÉ, UN IMPONDÉRABLE DE NOTRE STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Proposer à nos clientes des produits avec un style reconnaissable, identitaire et un bon rapport qualité/durabilité/prix est essentiel pour **PROMOD**. Nous sommes convaincus qu'en plus d'être un critère important lors de l'acte d'achat, la qualité et la durabilité dans le temps de nos produits participent fortement à la fidélisation de nos clientes.

**ASSURANCE
QUALITÉ**



**LE CONTRÔLE
QUALITÉ**

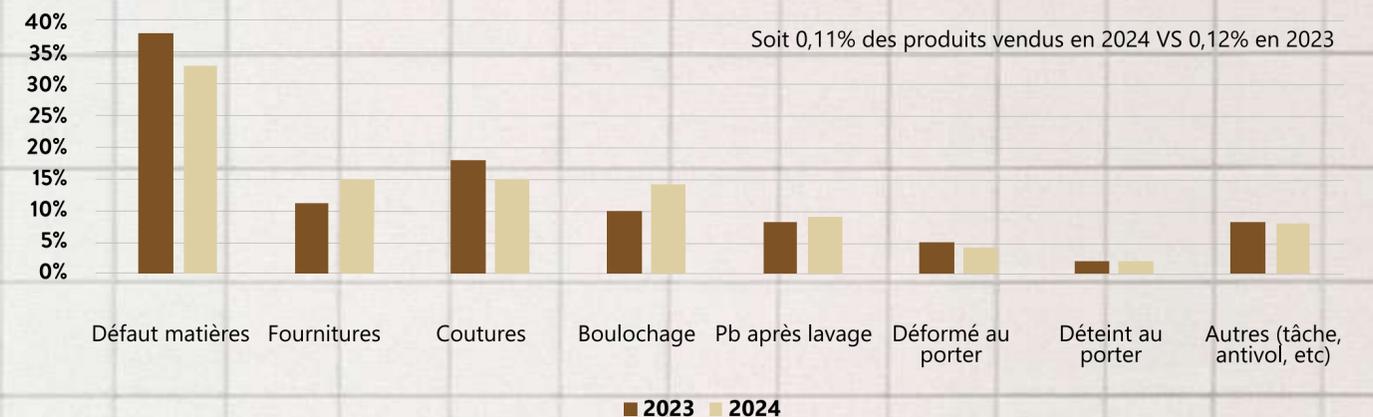
Afin de garantir la conformité de nos produits et la satisfaction de nos clientes, **2 processus complémentaires** permettent de mettre en œuvre notre démarche qualité : **l'assurance qualité et le contrôle qualité**, de la conception à la mise sur le marché et jusque chez nos clientes.

Pour mesurer l'efficacité de notre démarche qualité nous suivons en particulier un indicateur : **le taux de retours clients**. Cet indicateur, exprimé en pourcentage, correspond au nombre de produits retournés par la cliente pour un problème qualité par rapport aux quantités vendues.

SUR 2024 (PE24 & AH24) :

- **0,11% des produits ont été rapportés pour un problème qualité** (vs 0,12% en 2023)
- **Nous retiré 8 produits de la vente pour des raisons qualité** afin de ne pas risquer de décevoir nos clientes.

MOTIFS DE RETOURS QUALITÉ PAR LES CLIENTES PE23 & AH23



ASSURANCE QUALITÉ

Pour garantir la satisfaction de nos exigences qualité, nous formons, accompagnons et évaluons nos partenaires (fournisseurs et usines, équipes **PROMOD**, prestataires de contrôle) sur la compréhension et la mise en œuvre de nos processus et exigences.

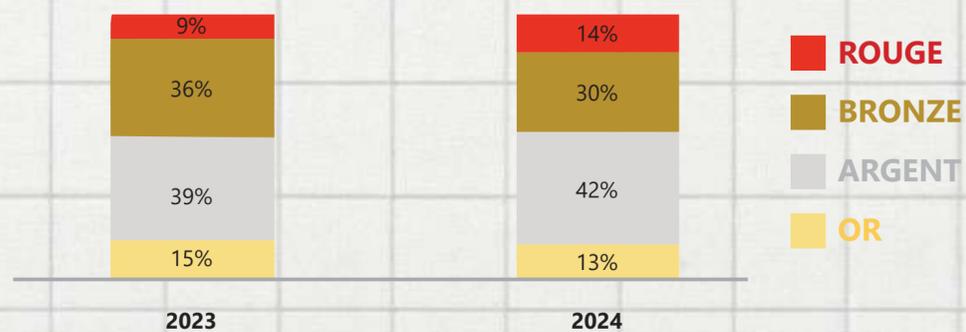
Pour adapter notre accompagnement et cibler nos efforts de contrôle, nous avons mis en place une **classification qualité** des usines partenaires, structurée en 4 niveaux :

OR **ARGENT** **BRONZE** **ROUGE**

Réévaluée tous les trois mois, elle s'appuie sur trois indicateurs-clés :

- 1. Audit technique** : il évalue l'organisation qualité de chaque usine, sa maîtrise des processus et ses capacités opérationnelles.
- 2. Résultats des contrôles qualité** effectués par **PROMOD** (tests, inspections, non-conformités).
- 3. Suivi des plans d'actions correctives** : nous mesurons l'efficacité et la réactivité des usines à mettre en œuvre les améliorations demandées. Nous pouvons ainsi agir de manière différenciée, en renforçant le suivi des usines les plus à risque, tout en valorisant celles qui démontrent un haut niveau de maîtrise.

RÉPARTITION QUALITÉ DES USINES



CONTRÔLE QUALITÉ

Afin de sécuriser la qualité de nos produits, des vérifications sont réalisées à chaque étape clé du cycle de développement et de production, par différents acteurs :

- **Tests en laboratoire** : ils permettent d'évaluer la solidité des matières et des produits (résistance au boulochage, tenue au lavage, durabilité des coutures) ainsi que leur innocuité.
- **Inspections en usine et à l'entrepôt** : elles assurent la conformité visuelle, dimensionnelle et tactile des matières premières et produits finis (aspect, métrage, finitions, solidité des accessoires...).
- **Sondages en entrepôt** : des vérifications ciblées sont déclenchées en cas de retours clients ou d'alertes en magasin, pour contrôler le stock et prévenir toute anomalie répétée.

Chaque fournisseur est responsable de la qualité des commandes qu'il réalise. Il est tenu de procéder à des contrôles à chaque étape du développement et de la fabrication.

PROMOD. Les produits contrôlés sont choisis en fonction du niveau qualité de l'usine et du risque qualité du produit, afin d'évaluer la bonne application des procédures, de vérifier le respect de notre cahier des charges.

PROMOD complète ce dispositif par des contrôles aléatoires réalisés par des sociétés externes ou les équipes

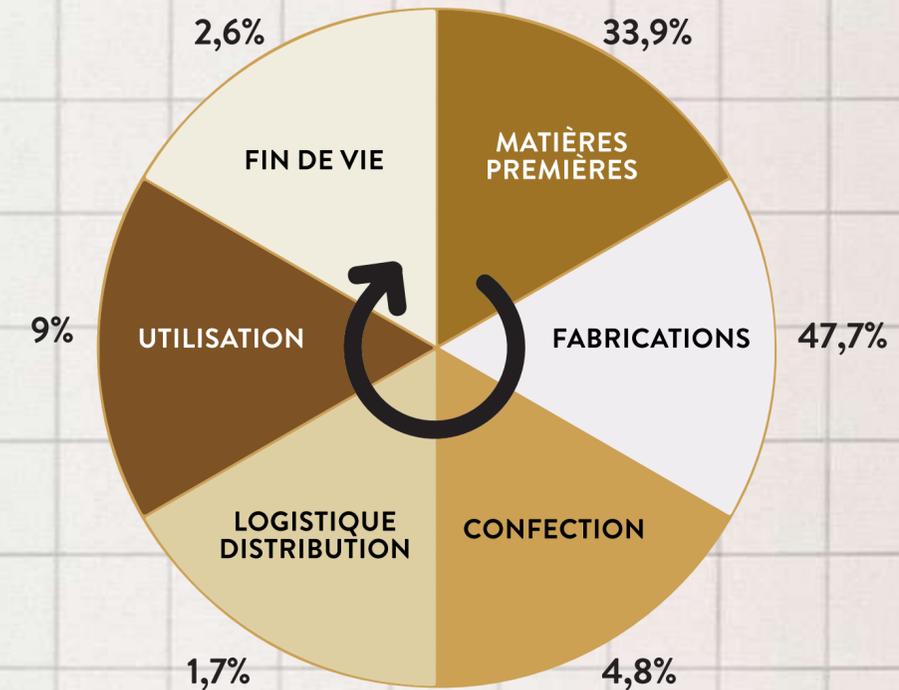
NOS PRODUITS

L'IMPACT CARBONE* SELON LES ÉTAPES DU CYCLE DE VIE D'UN VÊTEMENT :

PROMOD accorde une grande importance à la durabilité et à l'impact environnemental de ses produits. **Les matières premières moins impactantes**, comme **le coton** issu de l'agriculture biologique ou **le polyester recyclé**, sont privilégiées dans nos collections.

Pour aller plus loin, **l'éco-conception** s'est développée pour intégrer la stratégie de développement de produit. Elle permet de prendre en compte l'ensemble du cycle de vie d'un produit dès la phase de conception.

Enfin, nous avons avancé sur la mise en place de **l'affichage environnemental** pour pouvoir informer nos clientes sur les impacts environnementaux de nos produits, favorisant ainsi des choix de consommation plus responsables.



81,6% de l'impact carbone d'un produit se situe sur les **2 premières étapes** de son cycle de vie.

*D'après la moyenne des commandes 2024 **PROMOD** calculée sur CarbonFact (CO2 PEF 3.1)

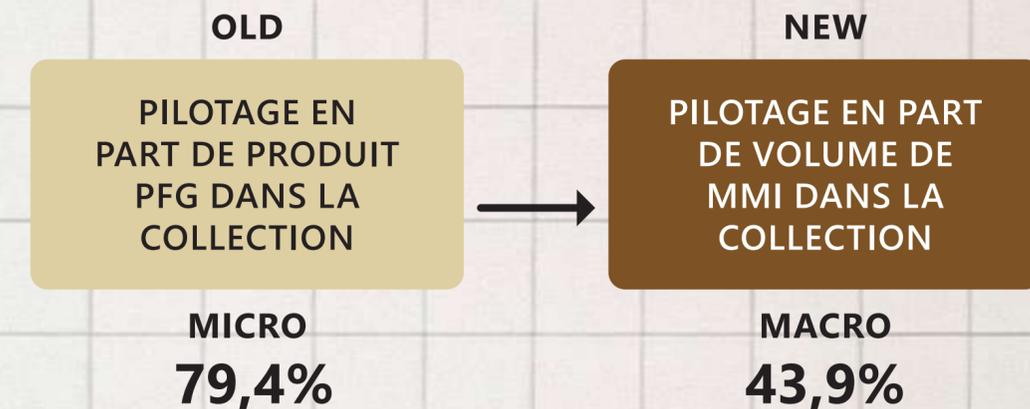
NOTRE STRATÉGIE MATIÈRES PREMIÈRES



CONCRÈTEMENT, QUELS CHANGEMENTS ?

- 1 La mise à jour de la liste des matières moins impactantes pour **PROMOD** en prenant en compte les risques sociaux et environnementaux de chaque matière
- 2 Des règles d'utilisation pour ne pas détériorer la durée de vie de nos produits.
- 3 Un pilotage en poids de matière moins impactante dans nos collections : un indicateur qui devient plus challengeant.

EN CHIFFRES**, ÇA DONNE QUOI ?



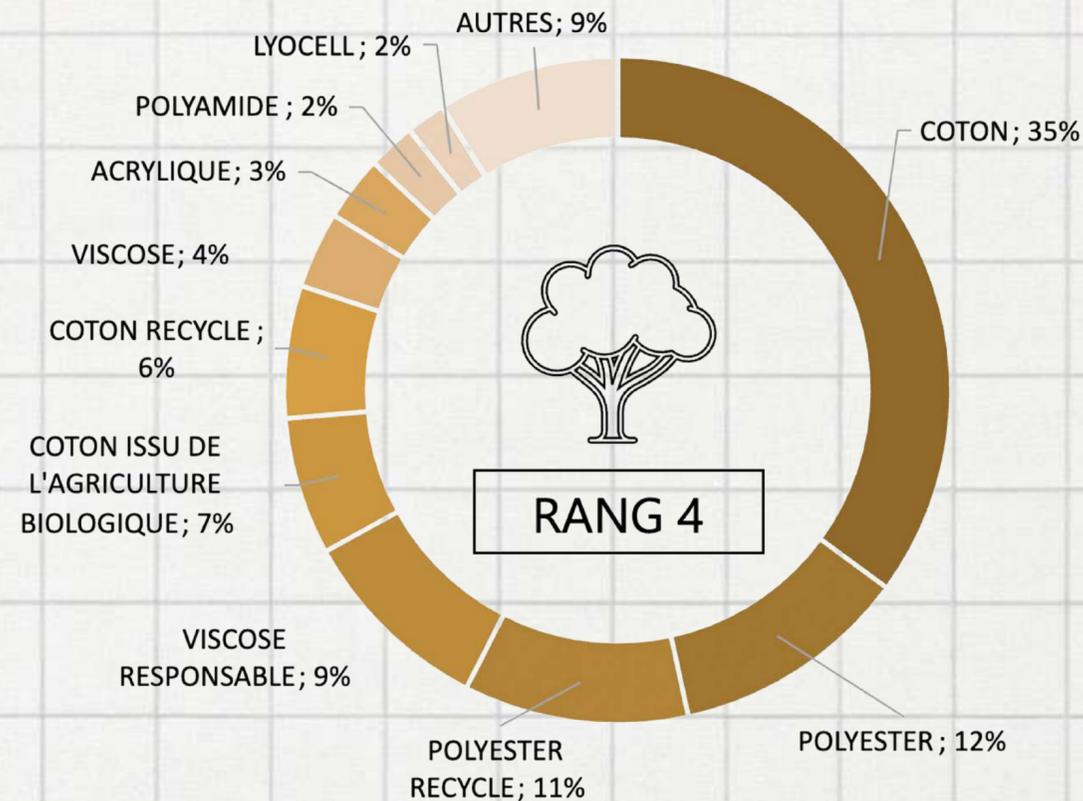
La saison **PE 2026** sera notre point de repère afin de fixer les objectifs à piloter.

* % minimum de matières moins impactantes à intégrer dans le poids du produit dont la matière principale.

**Données sur AH24 & PE25 Hors accessoires

NOTRE STRATÉGIE MATIÈRES PREMIÈRES

NOTRE TOP 10 MATIÈRES PREMIÈRES



Autres = laine; Autre matériau; cuir; élasthanne; textile; croûte de cuir de vache; lin; polyuréthane; acrylique recyclé; modal; laine recyclée; polyamide recyclé; fibre métallisée; alpaga; croûte de cuir; cuir de vache; cuir de chèvre; viscose recyclée; fer; cuir de buffle; autres fibres; cuir de mouton; modacrylique; polyéthylène; croûte de cuir de veau; laine issue de l'agriculture biologique; papier; cuir enduit; raphia; mohair; métal; plastique; laine mérinos; caoutchouc; zinc; soie; polycarbonate; polypropylène; verre; cuivre; laiton; élastodiène; polycarbonate recyclé; acier; zinc recyclé; fer recyclé; bois; nacre; laiton recyclé; epoxy; acier recyclé.

LES MATIÈRES PREMIÈRES D'ORIGINE ANIMALE

Sur l'ensemble des matières premières utilisées sur AH24 et PE25, 3,7% étaient des matières animales. Laine de mouton, alpaga, mohair, soie et cuir.

LAINES	CUIR	SOIE
1,9%	1,8%	0,001%

SOUICIEUX DU BIEN-ÊTRE ANIMAL

- Nous n'utilisons pas de vraie fourrure, de cuir exotique, d'angora, de duvet ou de plumes dans nos collections.
- Nous nous interdisons l'utilisation de mohair sans certification de bien-être animal.
- Nous avons fixé des exigences concernant le sourcing de l'alpaga et de la laine de mouton, mais il reste difficile d'en vérifier les conditions de mise en application
- Nous nous sommes engagés depuis mai 2025 à cesser d'utiliser de la laine d'agneaux ayant subi une mutilation : **OBJECTIF D'ICI 2030 : ZÉRO MULESING*** Feuille de route de cet engagement en cours d'écriture.

*La mutilation des agneaux (également connue sous le nom de « mulesing ») est définie ici comme toutes les formes d'ablation de la peau périnéale des agneaux, y compris avec des cisailles, des clips ou de l'azote liquide.

NOTRE DÉMARCHE

L'éco-conception consiste à intégrer les aspects environnementaux dès la conception du produit et sur l'ensemble de son cycle de vie pour :

- **RÉDUIRE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL À CHAQUE ÉTAPE.**
- **RENFORCER LA DURÉE DE VIE DE NOS ARTICLES .**
- **FACILITER LA RECYCLABILITÉ DE NOS ARTICLES.**

Elle s'imbrique depuis 2021 dans notre démarche de réduction des impacts environnementaux de nos collections.

Depuis 2019

Réduire l'impact environnemental de nos produits grâce à des matières moins impactantes.

Depuis 2021

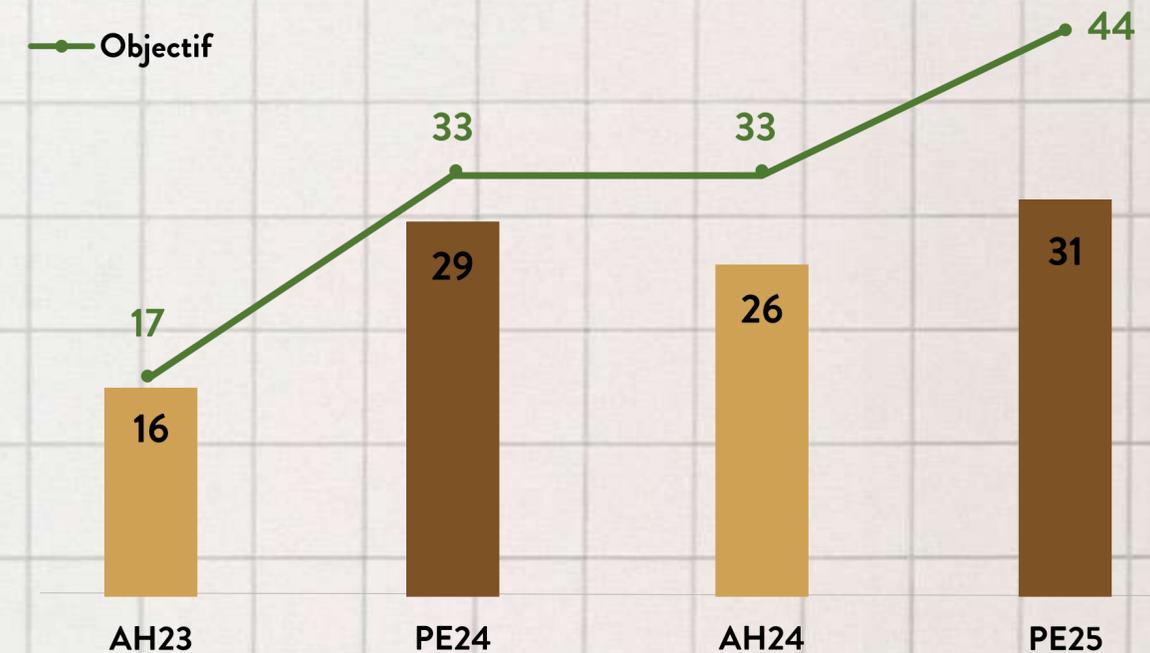
Développer et optimiser la grille d'éco-conception basée sur nos convictions et proche des ACV afin de réduire l'impact environnemental de nos produits sur l'ensemble du cycle de vie.

En cours de construction

Collecter des données fiables et utiliser une méthode de mesure uniformisée et scientifique pour préparer au mieux l'affichage environnemental de demain afin de mieux éco-concevoir nos produits et notre collection.

EN CHIFFRES

Évolution du nombre de produits éco-conçus par saison :



Objectif AH24 : 3 produits éco-conçus par rayon (33 produits en tout)
79% de l'objectif atteint

Objectif PE25 : 4 produits éco-conçus par rayons (44 produits en tout)
70% de l'objectif atteint

L’AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

C’EST QUOI ?

L’affichage environnemental repose sur la **méthode d’analyse de cycle de vie (ACV)**, qui permet de mesurer l’impact environnemental global d’un produit, **de l’extraction des matières premières jusqu’à sa fin de vie**, en passant par la fabrication, le transport et l’usage.

POURQUOI ?

Pour informer nos clientes avec transparence, en rendant visible l’impact environnemental de chaque produit.

Pour identifier des leviers de réduction d’impact, en collaborant avec nos fournisseurs à chaque étape de la chaîne de valeur.

COMMENT ?

Il s’agit d’une **évaluation multicritère** : au-delà des émissions de CO₂ liées au changement climatique, elle intègre **16 indicateurs environnementaux**, tels que l’impact sur la biodiversité ou la consommation d’eau. Les résultats sont traduits en **points d’impact**, une unité de mesure qui agrège ces différents critères selon leur poids dans les référentiels français ou européens. Cette approche permet de proposer une lecture globale, synthétique et comparable de l’empreinte environnementale de chaque produit.

LA COLLECTE DES DONNÉES : UN ENJEU CLÉ

Pour mesurer l’impact environnemental de nos produits, nous réalisons des **analyses de cycle de vie (ACV)** qui nécessitent des **données détaillées** sur les matières, les procédés ou encore les consommations d’énergie. La collecte de données est **une étape essentielle** dans la réalisation d’une ACV fiable et représentative. Elle conditionne la précision des calculs d’impact environnemental et permet d’identifier les leviers les plus pertinents pour réduire l’empreinte de nos produits.

Chez **PROMOD**, nous avons **identifié et priorisé les données clés à collecter**, à la fois mesurables et réellement impactantes :

DONNÉES PRIMAIRES

Pays de fabrication, poids du produit, composition matière, etc...
Nous collectons déjà ces données, et travaillons à leur **fiabilisation**, pour garantir la cohérence et la robustesse de nos calculs.

DONNÉES SECONDAIRES

Sources d’électricité dans les usines, technologies de production, etc...
Plus complexes à collecter, ces données permettent de **mieux caractériser les pratiques** des sites de production et les spécificités du produit. Elles ont **un impact significatif** sur le résultat final de l’ACV et sur notre capacité à agir pour réduire nos émissions.

À ce jour, **63 % des données nécessaires** (niveaux 1 et 2) ont été collectées.

98% d’ACV réalisées sur les produits de notre collection prêt-à-porter AH24 et PE25 pour un objectif à 100%

11% d’incertitude de nos calculs et donc de marge d’erreur entre estimation et réalité. Lors des 1ers calculs nous étions à 46%

3 à 5% de réduction de CO₂ par pièce sur les collections AH24 & PE25 vs AH23 & PE24

NOUVEAUX BUSINESS : LE MADE IN FRANCE

Depuis 2019, **PROMOD** s'engage à mener une mission claire : offrir une mode qui allie qualité, accessibilité, et désirabilité tout en cherchant à réduire son empreinte écologique.

POURQUOI FABRIQUER EN FRANCE ?

Cette démarche répond à plusieurs objectifs. Elle permet de participer activement à la sauvegarde de l'emploi et au soutien de l'économie locale, tout en limitant l'impact environnemental.

Elle répond également aux attentes des clientes en quête de sens et de transparence.

Dans une logique de «test and learn», **PROMOD** explore différentes pistes pour développer une offre durable et renforcer la robustesse de son activité. Cela passe par la recherche de partenaires, l'analyse des retours clients, et le lancement progressif de collections fabriquées en France.



**La Gentle
Factory**

AH23 :
5 références en
collaboration.

LES MANUFACTURES
DE LAYETTE ET TRICOTS
TRICOTÉS EN FRANCE

AH24 :
Pull 100% laine
issue de l'agriculture
biologique tricoté en
France. 2 références

maison
LEMAHIEU
FABRICANT FRANÇAIS 1947

PE25 & AH25 :
Collections maille à partir
de matières tricotées
et teintées en France. 9
références



NOUVEAUX BUSINESS : **Seconde vie**

LA COLLECTE

- **OCTOBRE 2024**
Collecte de vêtements de la marque **PROMOD**
Intégration de **PROMOD Reprise** à notre programme **PROMOD CLUB**
27 boutiques en collecte permanente
- **NOVEMBRE 2024**
Campagne **CONSCIOUS FRIDAY*** dans toutes nos boutiques
(France, Belgique, Luxembourg et Suisse)
84 000 pièces collectées

PROMOD a continué cette année l'optimisation de son processus de tri mis en place depuis janvier 2024 dans son centre logistique de Wattlelos.

111 187 produits collectés
Sur l'exercice 2024 pour la revente 2025

16 132 articles vendus
Sur l'exercice 2024 collectés en 2023

LA REVENTE

- **AOÛT - OCTOBRE 2024**
Expérimentation boucle locale pour diminuer l'impact du transport et privilégier un circuit court de réemploi.
- **AUTOMNE 2024**
Nos **4 points** de vente permanents revendent désormais des articles de 2^{de} main exclusivement de marque **PROMOD**.
- **FEV -MARS 2025**
Regroupement et mise en vente des pièces collectées en novembre 2024 en Suisse.
99% des volumes revendus localement sur la période.
- **MAI 2025**
Lancement de Corners de revente 2^{de} vie temporaires pendant 10 à 15 jours dans une trentaine de boutiques **PROMOD**.

*Grande collecte d'articles qui sont destinés à la revente en priorité dans nos points de ventes permanents et/ou dans le cadre d'évènements. Le but est de revaloriser les produits pour leur offrir une seconde vie !

NOS ACTIONS POUR...

02. NOS COLLABORATEURS.RICES

Garantir des conditions de travail épanouissantes



LES COLLABORATEURS PROMOD : QUI SONT-ILS ?

1995
FEMMES

178
HOMMES

Âge moyen **34 ANS**

1 612 travaillent dans nos magasins
France - Belgique - Luxembourg - Suisse

345 travaillent au siège social
Marcq en Baroeul (59)

110 travaillent au centre logistique
Wattrelos (59)

CULTURE D'ENTREPRISE & MANAGEMENT

Beaucoup nous l'envient... « L'Esprit **PROMOD** » est un atout précieux, une singularité qui repose sur des valeurs puissantes, dont notre modèle de management est lui-même imprégné.

Valeur :	Traduction managériale :
AUTHENTICITÉ	Valoriser les « suppléments d'âmes »
AUDACE	Libérer et accompagner les énergies créatrices
ENTHOUSIASME	Partager l'enthousiasme en toutes circonstances
ENGAGEMENT	Cultiver l'engagement dans les changements
ENSEMBLE	Faire émerger la puissance du collectif

CARE

Curiosité
Agilité
Responsabilité
Exigence

Et pour accompagner **PROMOD** dans sa transformation, nous avons défini un cap culturel qui guide au quotidien chacune de nos actions et décisions.

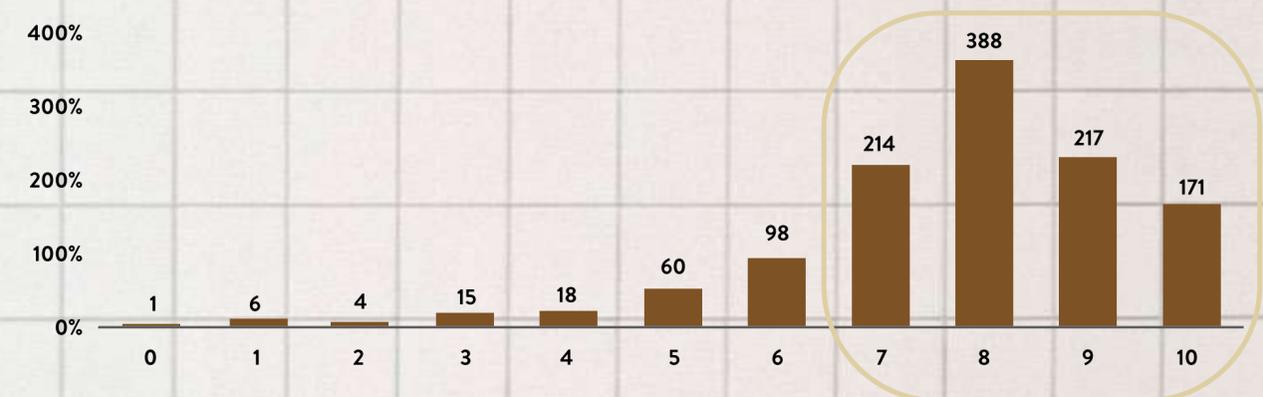
Ce modèle culturel tient en 4 lettres : **C.A.R.E.**
C'est un véritable levier de performance au service du projet d'entreprise et de l'épanouissement de nos collaborateurs.rices.

QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Depuis 2022, nous avons mis en place un baromètre permettant de connaître le niveau d'engagement des collaborateurs.rices, en mesurant le niveau de recommandation pour leur entreprise.

En décembre 2024 **la participation est de 56%** (vs 45% en janvier 24) avec une **note moyenne de recommandation de 7,8** (vs 7,3 en janvier 24). Sur ce baromètre, 83% des répondants ont mis une note supérieure à 7 (vs 75% en janvier 24).

« De 0 à 10, recommanderais-tu PROMOD comme une entreprise dans laquelle il fait bon travailler ? »



En 2024 **PROMOD** remet **la qualité de vie et des conditions de travail (QVCT)** au cœur des préoccupations RH, déterminée à écrire et mettre en œuvre une politique solide et ambitieuse en la matière.

Le baromètre de décembre 2024 a donc aussi permis de recueillir les attentes et besoins des collaborateurs.rices sur ce sujet.

Des ateliers par entité (siège, logistique, magasins) ont ensuite été organisés pour compléter et approfondir ces remontées anonymes.

DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

Accompagner nos collaborateurs.rices, c'est aussi développer leurs compétences, renforcer leur employabilité et nourrir leur curiosité.
Un enjeu crucial, et un défi de taille pour **PROMOD**.



Depuis 2020, chaque salarié dispose d'un accès illimité et individuel à notre application de formation appelée **La Plateforme**, qui offre des parcours de formation complets et gamifiés sur des thématiques variées, en lien avec nos métiers, nos orientations stratégiques, ou encore le développement personnel.

Ces dispositifs digitaux viennent compléter l'apprentissage présentiel dispensé régulièrement en interne ou via des organismes externes.

LA PLATEFORME EN CHIFFRES :

- 1252** Formations suivies sur la plateforme par l'ensemble des collabs (parcours suivis dans la globalité).
- 32%** Des collabs ont suivi au moins 1 parcours complet.
- 780** Heures de parcours de formation.



Pour piloter la montée en compétences de chaque collaborateur.rice ainsi que son évolution dans l'entreprise, l'outil **NeoBrain** recense les aptitudes et appétences de chacun. Cet outil permet également de formaliser les échanges semestriels qui rythment la relation avec le manager.

BILAN DE LA FORMATION (année civile)

Formation interne	345 068€
Formation externe	431 783€
Contribution légale	505 905€
TOTAL	1 282 756€

En moyenne, un.e collaborateur.rice formé.es **PROMOD** a pu bénéficier de **20,5h** de formation cette année. En 2024, 2,54% de la masse salariale a été consacrée à la formation. Cela a représenté 13 601 heures.

DIVERSITÉ & ÉGALITÉ DES CHANCES

ÉGALITÉ FEMMES / HOMMES

Un accord sur l'égalité femmes-hommes 2023-2025 a été signé. Son but est d'assurer l'égalité en termes de **rémunération**, de **conditions et temps de travail**, de **qualité de vie au travail** entre les femmes et les hommes, d'**articulation vie privée/professionnelle** et d'accès à la **formation**.

Selon **l'index sur l'égalité de rémunération femmes-hommes** mis en place en 2018, nous sommes notés cette année **88 / 100** soit une baisse de 11 points vs l'an passé. Cette évolution s'explique principalement par le critère relatif à **l'écart du nombre d'augmentations individuelles entre femmes et hommes par catégorie socioprofessionnelle (CSP)**.

Ce critère, tel que défini dans la méthodologie réglementaire, **ne prend pas en compte la répartition réelle des effectifs**, alors que notre entreprise compte **92 % de femmes**. Dans ce contexte, le fait que cette année un seul homme ait été promu d'agent de maîtrise à cadre a mécaniquement **fait baisser le score** sur ce critère, même si la politique d'augmentation reste appliquée de façon équitable.

- 38/40** Ecart de rémunération entre hommes & femmes.
- 15/15** Écart du nombre de promotions entre hommes et femmes par CSP.
- 10/10** Nombre de salariés du sexe sous-représenté parmi les 10 salariés ayant perçu les + hautes rémunérations.
- 10/20** Écart du nombre d'augmentations individuelles entre hommes et femmes par CSP.
- 15/15** % de salariés ayant bénéficié d'une augmentation à leur retour de congé maternité.

LE CONGÉ MENSTRUEL

En juin 2024, **PROMOD** a instauré le congé menstruel, qui permet aux femmes subissant des menstruations invalidantes de bénéficier de jours de congés pendant leurs règles, sous condition d'une RQTH.

Chez **PROMOD**, les salariées concernées peuvent bénéficier de **12 jours de congés** menstruels par an maximum.

LA CHARTE SÉNIOR

En juin 2024, **PROMOD** a lancé la Charte Senior, dans le cadre de sa politique Diversité & Inclusion, afin de lutter contre les discriminations liées à l'âge et de soutenir les collaborateurs en seconde partie de carrière.

Cette charte repose sur quatre engagements structurants, traduits par des actions concrètes :

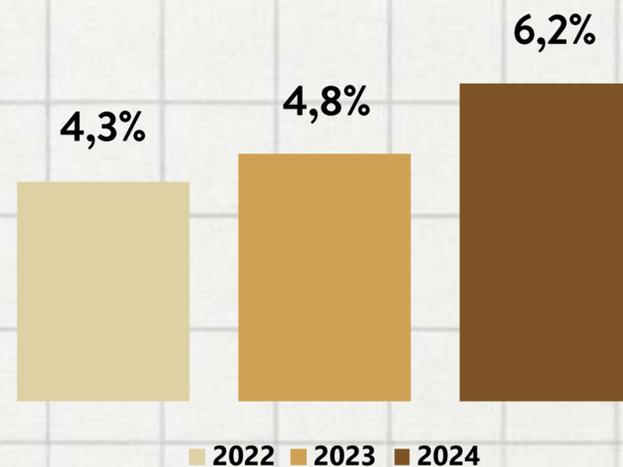
-  Garantir l'accès à l'information sur les dispositifs de fin de carrière.
-  Adapter les conditions de travail des seniors et sensibiliser à la QVCT.
-  Développer l'employabilité en seconde partie de carrière.
-  Valoriser et renforcer la reconnaissance des seniors

DIVERSITÉ & ÉGALITÉ DES CHANCES

INCLUSION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

PROMOD a signé un 4ème accord sur le handicap pour la période 2023-2025. Il nous permet de renforcer nos actions sur les axes suivants : **recrutement** de personnes reconnues «travailleur.euses handicapé.e.s», **maintien dans l'emploi**, **sensibilisation et formation des équipes** afin de mobiliser un maximum de collaborateurs.rices sur cet engagement.

TAUX D'EMPLOI DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP



Par ailleurs, un **poste en alternance** a été spécifiquement créé cette année pour progresser sur le sujet de l'inclusion des personnes en situation de handicap au sein des équipes Promod.

Nos progrès sur la sensibilisation des collaborateurs.rices sont évidents au vu du nombre de volontaires ayant accueilli une personne porteuse d'un handicap au sein de son équipe cette année.

NOMBRE DE PERSONNES ACCUEILLIES LORS D'UN DUO DAY

Durant 1 journée ou 1/2 journée, une personne en situation de handicap compose un duo avec un collab Promod qui lui fait découvrir son métier / environnement de travail.



Cette évolution positive est possible grâce à notre réseau interne composé de 26 ambassadrices.eurs handicap, qui offrent un accompagnement sur les aménagements de poste et les démarches administratives.

NOS ACTIONS POUR...

03. LES FEMMES

S'engager pour les droits des femmes, la diversité et l'inclusion

SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS



L'association **SOLFA (Solidarité Femme Accueil)** est une structure qui accueille, aide et met en sécurité des femmes et leurs enfants, victimes de violence ou en grande difficulté. Elle propose aussi des formations visant à les réinsérer dans la vie professionnelle.

Sur la période de décembre 2024 à juin 2025, c'est **131 756€** qui ont été collectés au profit de l'association.



PROMOD s'engage dans la lutte contre le cancer du sein et soutient l'association **Ruban Rose**. Entre juin 2024 et fin mai 2025, c'est **75 454€** qui ont été reversés à l'association.

BOUTIQUE ROSE

Amour
ROSE

La Boutique Rose, c'est un dressing **PROMOD**, composé de vêtements et de bonnets-turbans, dédié aux femmes qui vivent un cancer ou qui ont subi une mastectomie.

Un produit **Boutique rose** est sélectionné selon 3 critères principaux :

LA COUPE, LA MATIÈRE, LE SYSTÈME DE FERMETURE.

En avril 2025, **PROMOD** a mis en avant, lors de sa campagne **Amour Rose**, la sélection **Boutique Rose** au sein de l'ensemble de ses magasins en France.



CLIQUEZ OU SCANNEZ LE QR CODE
pour découvrir notre boutique rose
et notre site internet.

L'EXTENSION DE TAILLES

Désormais, **100% de nos références sont disponibles du 34 au 48 sur le site web** et nous montons progressivement la disponibilité en magasin, afin de mieux représenter la diversité des morphologies dans notre offre.

En juin 2025, **69 % des références** sont proposées dans une large gamme de tailles et présentes dans **55 % de notre parc magasins**, contre **48 % de l'offre** dans environ **un tiers** des magasins en juin 2024. Cette évolution reste progressive et dépend des contraintes propres à nos surfaces de vente.

Nous avons également renforcé notre offre en retravaillant les tailles en entrée de gamme (**XS/34**), que ce soit sur l'assortiment et la présence en magasin.

En juin 2025, **77 % des références** incluent une entrée de taille en 34, disponibles dans **66 % des magasins**, contre **60 % de l'offre** dans **56 % des magasins** un an plus tôt.

Toutes les familles de produits sont concernées par cet élargissement de l'offre. Notre objectif est d'avancer, avec pragmatisme, vers une **mode plus inclusive**, en tenant compte des contraintes opérationnelles, tout en restant à l'écoute des besoins de nos clientes. Nous continuerons à élargir progressivement l'offre et à étendre sa distribution d'ici fin 2025.





SÉLECTION MATERNITÉ

PROMOD souhaite habiller toutes les femmes, quel que soit le moment de leur vie et propose ainsi un vestiaire adaptable à la maternité. A porter avant, pendant et après la grossesse.

Ce projet s'inscrit dans notre volonté à habiller « toutes les **morphologies** et tous les **moments de vie** » de nos clientes.

La sélection maternité est issue de nos collections.

PROMOD x TAJINEBANANE

À l'occasion de la **Fête des Mères 2025**, Promod s'est associé à **Tajinebanane** pour une capsule exclusive. Des vêtements qui **célébrent toutes les femmes** et leur **liberté de choix**. La liberté d'avoir des enfants ou pas, d'allaiter ou non, la liberté d'être soi.

Aux mamans, aux **mums-to-be**... aux **femmes** tout simplement.



CLIQUEZ OU SCANNEZ LE QR CODE
pour découvrir notre sélection Maternité
sur notre site internet.



CLIQUEZ OU SCANNEZ LE QR CODE
Pour découvrir notre rapport complet

