

A woman with long brown hair, wearing a light blue sleeveless dress, stands in a vast field of yellow flowers. She is seen from the side, looking towards the horizon with her right hand raised to shield her eyes from the sun. The field stretches to the horizon under a clear sky.

**RAPPORT DE RESPONSABILITE SOCIALE ET
ENVIRONNEMENTALE - PROMOD 2023**



PROMOD

Ce document nous permet de **diffuser notre démarche et nos actions sociales, environnementales et sociétales** à nos clientes, collaborateurs.rices et parties prenantes afin que vous compreniez le chemin que nous avons décidé d'entreprendre.

Nous vous présentons nos actions selon les **4 axes de notre démarche RSE : une mode moins impactante, plus qualitative, plus éthique et plus solidaire.**

Vous découvrirez également **nos actions internes** auprès de nos collaborateurs pour un univers de travail juste et motivant.

Nos collaborateurs.rices prennent beaucoup de plaisir à imaginer, concevoir et concrétiser les projets initiés par le Développement Durable.

Ce rapport sera diffusé et mis à jour une fois par an avec nos avancées et nos nouveautés car, vous l'aurez compris, nous sommes dans une démarche d'amélioration continue.

SOMMAIRE

P.5 A PROPOS DE PROMOD

Notre histoire, nos valeurs et notre raison d'être
Notre changement de modèle économique
L'implémentation de la RSE chez Promod
Notre label Promod For Good

P.11 POUR UNE MODE MOINS IMPACTANTE SUR L'ENVIRONNEMENT, PLUS QUALITATIVE, PLUS ETHIQUE ET PLUS SOLIDAIRE

P.14 1. CONCEPTION ET CHOIX DES MATIERES

Eco-conception
Matières premières moins impactantes sur
l'environnement (Promod For Good)
Analyse de l'impact environnemental de nos vêtements
Bien-être animal

P.28 2. FABRICATION MOINS IMPACTANTE

Traçabilité de nos usines
Audits sociaux et environnementaux
Production à la demande pour éviter la surproduction
et les invendus
La vente de nos stocks tissus : Promod Couture
Assurer la qualité de nos produits

P.44 3. TRANSPORT ET DISTRIBUTION

Objectif zéro plastique dans nos emballages
Transport des marchandises
Implémentation de la RSE en magasin
Gestion des invendus

P.49 4. USAGE, ENTRETIEN DES VETEMENTS ET FIN DE VIE

Promod Reprise et Promod 2nd Vie
Sensibiliser sur l'entretien de nos vêtements
Réduire, réutiliser, réparer, recycler #RRRR

P.52 5. MODE PLUS SOLIDAIRE : NOS ACTIONS SOCIETALES

SOLFA, Boutique rose et Grande Taille

P.57 POUR UN UNIVERS DE TRAVAIL JUSTE ET MOTIVANT

Culture de Promod
Développement et accompagnement des
collaborateurs.rices
Formation
Information, écoute et sensibilisation des
collaborateurs.rices
QVT et Dialogue social
Diversité et égalité des chances
Accessibilité numérique

P.68 ANNEXES REPORTING

EDITO

CONTEXTE

Notre marché est très challengé et comme les autres enseignes nous subissons un effet de ciseaux défavorable : ralentissement de la consommation textile et hausse des charges.

Nous avons la particularité chez PROMOD d'être une entreprise française, familiale, indépendante et nous avons entamé depuis 4 ans une transformation de notre business model vers plus de précision et moins d'impacts.

Nous sommes convaincus qu'une marque de mode française peut être désirable et accessible tout en limitant son impact environnemental et en respectant les droits humains. C'est le défi que nous nous sommes lancés.

Pour cela, nous travaillons sur 4 axes majeurs :

- Des collections personnelles dans notre style Néo-Bohème et nous osons des produits colorés, imprimés et créatifs,*
- Des matières moins impactantes pour l'environnement et une collaboration forte avec nos fournisseurs pour limiter nos impacts sociaux et environnementaux,*
- Une gestion plus précise de nos stocks afin de limiter les promotions et les stocks résiduels de fin de saison,*
- Une communication sur nos savoir-faire et l'état d'esprit PROMOD : positif et engagé pour toutes les femmes ; C'était le sens de notre 1ère campagne de communication TV en octobre dernier.*

EDITO

QUI SOMMES NOUS ?

NOTRE HISTOIRE

C'est en 1975 que Francis-Charles Pollet donne rendez-vous dans la première boutique Promod et invite les femmes à découvrir une mode féminine, colorée et de qualité, accessible à toutes.

VERS UN NOUVEAU CAP

Depuis, l'histoire de famille continue avec son fils, Julien Pollet, devenu Président de Promod en 2018. Un nouveau cap est alors pris vers une transformation profonde de Promod : écriture de nos valeurs, de notre raison d'être et transformation de notre modèle économique.

FRANCIS-CHARLES POLLET, FONDATEUR



JULIEN POLLET, PRÉSIDENT

NOS VALEURS

L'ensemble de nos collaborateurs.rices est guidé par 5 valeurs fondamentales : être **Authentique, Audacieux, Enthousiaste, Engagé et Ensemble.**

NOTRE RAISON D'ETRE

« Ensemble, partageons chaque jour plus de vrai, de bien et de beau »

« PROMOD est une entreprise française, familiale et indépendante que je souhaite inscrire dans la durée. Pour cela nous nous adaptons en permanence aux besoins de nos clientes et aux enjeux de notre société. Chez PROMOD, nous souhaitons avoir un impact positif sur la société: nous accordons beaucoup d'importance au savoir-faire pour proposer des produits et services durables et de qualité. Mais notre supplément d'âme tient au savoir-être de chacun de nos collaborateurs, fédérés autour de nos valeurs, vécues et incarnées par tous à tous les niveaux de l'entreprise.

C'est grâce à ces deux composantes savoir-faire et savoir-être et à un haut niveau d'exigence que nous pourrons progresser dans notre responsabilité sociale et environnementale et ensemble partager chaque jour plus de vrai, de bien et de beau. »

Julien POLLET, Président

48 ans
d'existence

2131 collaborateurs

403 magasins

9,7 millions de
clientes

369 chiffres
d'affaires (M€)

35 âge moyen
collab

Février
2023

5 pays
d'implantation

7 Sites Web,
2 Market Place

16.9 M pièces
vendues



EDITO

VERS UN MODELE ECONOMIQUE + PRECIS, CIRCULAIRE ET COMMUNAUTAIRE

L'industrie du textile étant l'une des industries les plus polluantes au monde, Promod a décidé d'agir avec son projet d'entreprise : Retail Responsable Sur Mesure (RRSM).

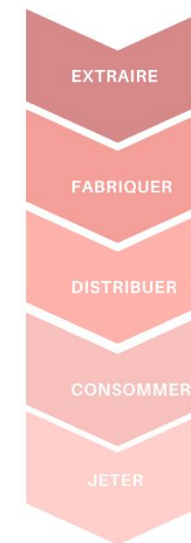
Cette transformation est entamée depuis 2018 et ce modèle consiste à remplacer notre modèle de production de masse et linéaire par un modèle économique plus précis, circulaire et communautaire.

+ précis : pour mieux valoriser nos produits et aller dans le sens du moins et mieux en produisant la juste quantité.

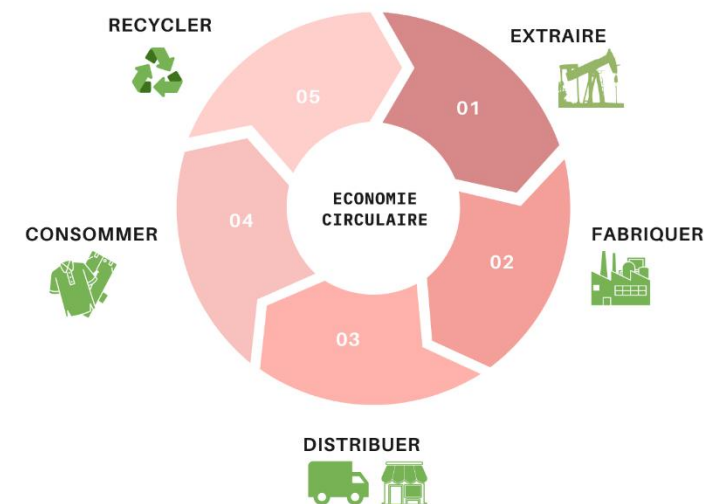
+ circulaire : pour tenir compte de l'ensemble du cycle de vie du produit, que ce soit au niveau social et environnemental, en prenant en compte la fin de vie du produit dès sa conception.

+ communautaire : pour placer la cliente au cœur et lui proposer une expérience personnalisée.

PASSAGE D'UN MODELE ECONOMIQUE LINEAIRE



A UN MODELE ECONOMIQUE CIRCULAIRE



EDITO

LANCEMENT DE LA RESPONSABILITE SOCIALE DES ENTREPRISES (RSE)

NOTRE APPROCHE

C'est en 2018, au lancement du **projet de transformation de notre modèle économique vers un modèle plus précis, circulaire et communautaire** que Promod a décidé de prendre en main ses responsabilités sociales et environnementales.

Notre premier bilan carbone en 2018 a notamment montré que l'activité de Promod qui émet le plus d'émissions de Gaz à effet de serre est la transformation et la production des matières premières pour nos collections. Nous avons ainsi décidé, en 2020, d'en faire un enjeu prioritaire et d'utiliser des matières moins impactantes sur l'environnement.

Avec le développement d'une offre moins impactante, notre label Promod for Good, le lancement de l'éco-conception, l'utilisation de matières moins impactantes, nous avons entrepris des changements sur les résultats constatés.

Cependant, ce n'est que la première étape d'un long chemin à parcourir. L'impact environnemental et social est bien plus grand et est présent sur l'ensemble du cycle de vie du produit, de la matière première à la fin de vie.

Ainsi, les équipes Promod travaillent, chaque jour, afin de minimiser au maximum les impacts environnementaux et s'assurer des bonnes conditions de travail dans ses usines partenaires, tout au long de sa chaîne d'approvisionnement.



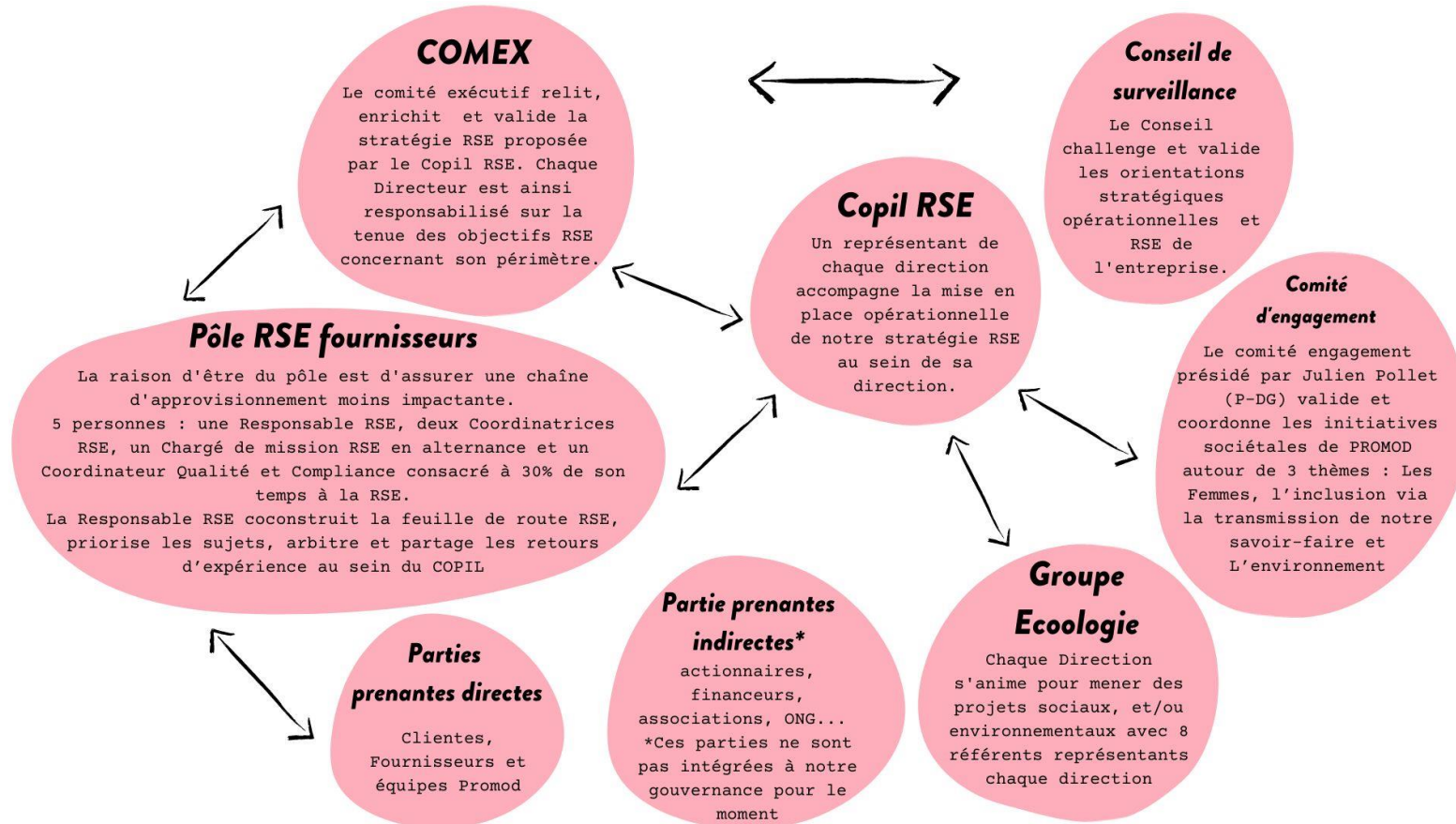
Bilan Carbone 2018 / 2022

Le premier bilan carbone nous a permis de prendre conscience des premiers impacts liés à nos produits. Afin de constater notre évolution sur ce domaine et orienter notre stratégie sur les prochaines années, un bilan carbone est en cours pour calculer nos émissions carbonées sur l'année 2022.

Ce deuxième bilan carbone nous permettra de mesurer les premiers résultats de nos actions lancées depuis 2018.

LES PARTIES PRENANTES

De Septembre 2022 à Avril 2023



« La responsabilité sociale et environnementale n'est plus une option et il en est de notre responsabilité d'intégrer les enjeux sociaux et environnementaux dans notre modèle économique. Beaucoup de défis sont à relever et nous avons un grand chemin à parcourir mais la transformation de Promod est en marche vers plus de vrai, de bien et de beau »

Julien Pollet, Président de Promod

EDITO

LANCEMENT DE NOTRE LABEL



LE LABEL PROMOD FOR GOOD A ETE LANCE EN 2019 ET REGROUPE DEUX PILIERS

1 NOS VETEMENTS ET ACCESSOIRES MOINS IMPACTANTS SUR L'ENVIRONNEMENT

Moins impactant, cela veut dire :

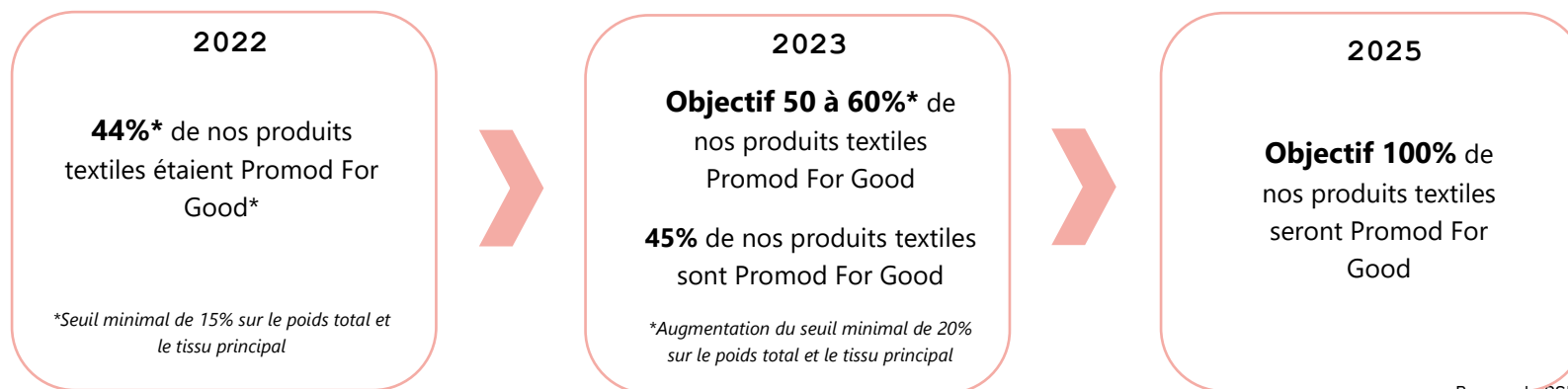
- Contenant à minima 20% de matières moins impactantes sur l'environnement (sur la matière principale du produit et le poids total) comme le coton issu de l'agriculture biologique, des matières recyclées ou encore des matières fabriquées en boucle fermée et dont la matière première est issue de forêts gérées durablement (*voir la liste complète dans la section suivante*)
- Être confectionné dans une usine de confection ayant un audit social ICS acceptable (*voir section sur les audits sociaux*)

2 L'ENSEMBLE DE NOS ACTIONS SOCIALES, SOCIETALES ET ENVIRONNEMENTALES

Nos actions sociales, sociétales et environnementales sont centrées autour de quatre axes :

- Une mode moins impactante
- Une mode plus qualitative
- Une mode plus éthique
- Une mode plus solidaire

VERS UNE COLLECTION 100% PROMOD FOR GOOD



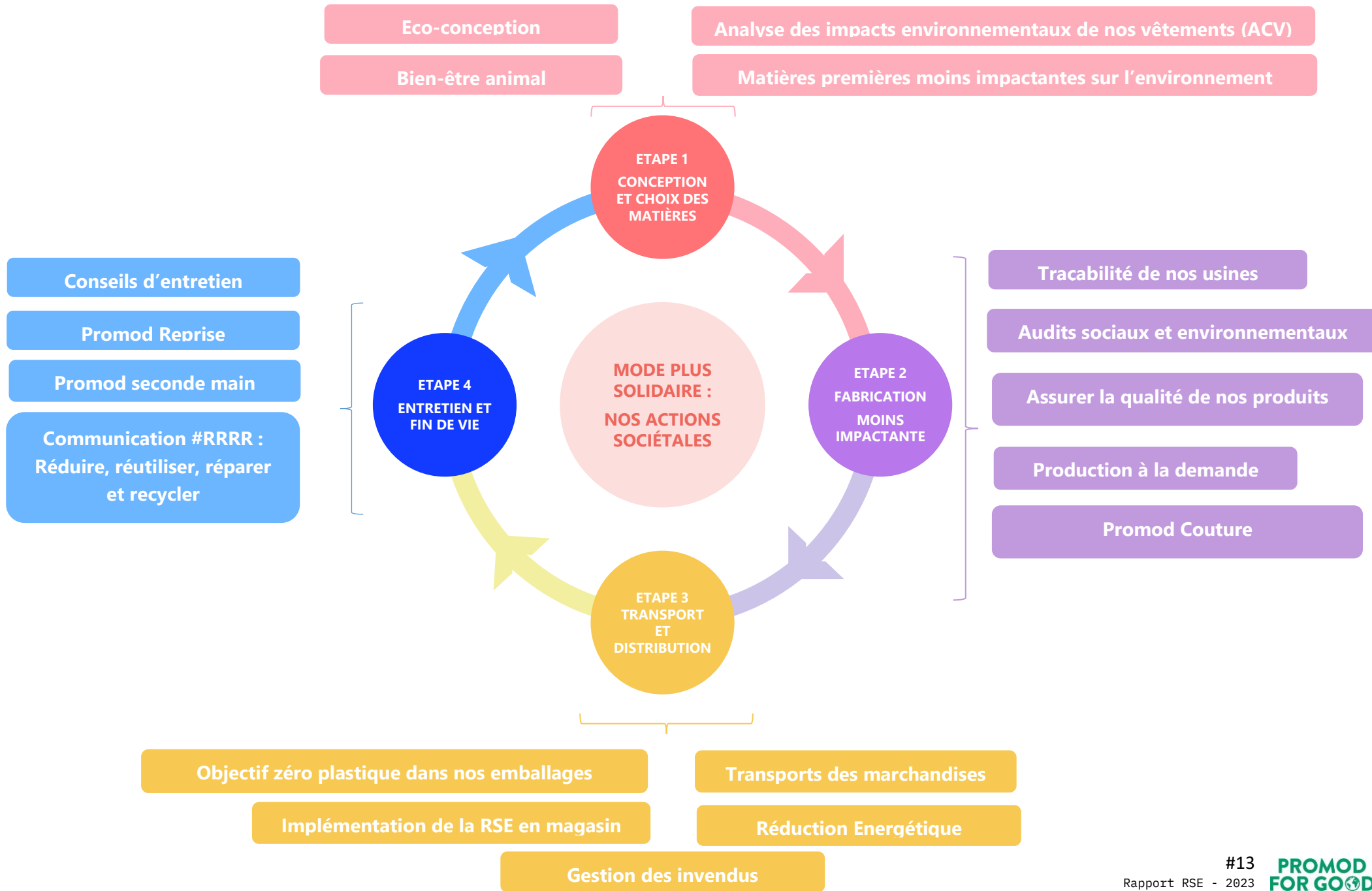


**POUR UNE MODE
MOINS IMPACTANTE SUR
L'ENVIRONNEMENT, PLUS
QUALITATIVE,
PLUS ETHIQUE,
PLUS SOLIDAIRE**

LES RISQUES SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX DE NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

	MATIERES PREMIERES	FABRICATION	TRANSPORT ET DISTRIBUTION	ENTRETIEN ET FIN DE VIE
RISQUES & IMPACTS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX	Déforestation	Consommation, pollution & eutrophisation de l'eau par l'utilisation de produits chimiques et rejets (teinture, lavage, délavage)	Impact carbone lié aux rejets de CO2 selon le moyen de transport	Pollution des terres et de l'eau : micro-plastiques
	Maltraitance Animale	Consommation d'énergies non renouvelables &, impact carbone dans les usines (émissions de CO2)	Conditions de travail (heures, santé et sécurité...)	Déchets textiles selon la qualité et la durée de vie du produit
	Santé des travailleurs : utilisation de pesticides, produits chimiques et OGM	Santé des travailleurs : utilisation de produits chimiques	Déchets (emballages)	Consommation d'eau et d'énergie
	Consommation, pollution & eutrophisation de l'eau	Conditions de travail (heures de travail, travail forcé, santé et sécurité...)	Intégrité relationnelle (probité)	Pollution des terres et de l'air (enfouissement, incinération)
	Pollution des terres : utilisation de pesticides, produits chimiques et OGM	Pollution des terres par l'utilisation de produits chimiques et rejets (teinture, lavage, délavage)		Impact carbone selon la méthode d'élimination ou de recyclage
	Epuisement des ressources : renouvelables et non renouvelables	Intégrité relationnelle (probité)		
	Conditions de travail des producteurs : culture et extraction des matières premières	Déchets textiles et déchets toxiques		
	Impact carbone (émissions de CO2)	Impact carbone lié aux rejets de CO2 selon le moyen de transport		

NOS ACTIONS SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE DE NOS PRODUITS



#1 - CONCEPTION ET CHOIX DES MATIERES

- *Eco conception*, p. 15 - 19

- *Matières moins impactantes (Promod For Good)*, p. 20 – 23

- *Analyse des impacts environnementaux de nos vêtements (ACV)*, p. 24 - 25

- *Bien-être animal*, p. 26 – 27

Eco Conception :

10 produits éco-conçus au total

Promod for Good :

45% de nos produits (hors accessoires) contiennent au moins **20% de matières moins impactantes** (saison automne/hiver 2022-2023, et printemps/été 2023)

Analyse des impacts

environnementaux (ACV) :

87% de nos volumes couverts par des fournisseurs formés à la collecte de données environnementales

NOTRE DEMARCHE D'ECO-CONCEPTION

Afin de **limiter au maximum les impacts environnementaux** de nos produits, tout le long de leur cycle de vie, nous avons commencé à développer une démarche d'éco-conception en 2021.

En 2022, nous continuons à développer l'éco-conception pour les équipes de Promod. Nous fixons des critères à respecter à chaque étape du cycle de vie du produit.

Notre démarche se définit autour de **3 axes** :

- **réduire** l'impact environnemental,
- renforcer la **durabilité** (durée de vie des produits)
- faciliter la **recyclabilité**.

AMELIORATION DE LA GRILLE ET DE NOS CRITERES D'ECO-CONCEPTION

2022

En 2022, nous avons lancé une grille d'éco-conception avec des critères exigeants, répondant à nos 3 axes.

2023

La grille a été optimisée et revue afin d'être plus proche de la mesure environnementale (Analyse de Cycle de Vie) et d'être adaptable selon les typologies de produits, qui n'ont pas les mêmes contraintes pour éco-concevoir.

Certains critères ont également été ajoutés (*vous pouvez retrouver l'évolution des critères de la nouvelle grille p. 17*).

Résultat juin 2023 :

10 produits éco-conçus sur la saison automne/hiver 2022-2023 et printemps-été 2023 (sur un objectif de **33** produits pour 2 saisons)

Objectif 2023 & 2024 :

3 produits à éco-concevoir par famille de produit par saison (automne hiver 2023-2024 et printemps été 2024)
= **66** produits pour 2 saisons en juin 2024

ZOOM SUR LE PROJET ET L'ÉQUIPE « E-COOLOGIE » D'ÉCO-CONCEPTION

L'équipe éco-conception se forme de six collaborateurs de l'Offre avec une pluralité des métiers afin de rendre l'outil de l'éco-conception performant, exigeant et adapté pour chaque typologie de produits et chaque métier.



Aurore BOUTRY
Acheteuse Façon



Julie DUMONT
Styliste ESS



Philippine RIMBERT
Modéliste



Juliette RIMBAULT
Coordinatrice RSE



Laurine RIBAUT
Coordinatrice RSE



Benjamin TESSIER
Coordinateur Qualité

« Nous avons travaillé, ensemble, pendant une année et demie afin de se former à l'éco-conception. Nous avons construit la démarche d'éco-conception de Promod et nous sommes très fiers d'avoir pu former l'ensemble des 80 collaborateurs.rices de l'Offre (stylistes, modélistes, acheteuses...) à l'éco-conception en 2022. Un outil d'aide et de mesure à l'éco-conception a été réalisé puis revu pour aider les équipes dans la démarche.

Notre objectif maintenant ?

Continuer à former et accompagner les équipes pour éco-concevoir 3 produits par famille sur une seule saison via la nouvelle grille d'éco-conception qui est plus proche des mesures environnementales et plus adaptée à chaque typologie de produit. »

Aurore, Juliette, Julie, Philippine, Benjamin et Laurine, en charge du projet éco-conception

QU'EST-CE QU'UN PRODUIT ECO-CONÇU CHEZ PROMOD ?

Chez Promod, pour qu'un produit soit éco-conçu il doit d'abord respecter **6 critères obligatoires**. Ensuite, des critères normaux doivent être activés afin d'atteindre un seuil d'éco-conception. Des critères bonus peuvent également être appliqués,

Une **pondération variable selon la typologie des produits** permet d'atteindre un **seuil minimal pour que le produit soit éco-conçu**. Par exemple, un seuil minimal total de 60% est requis pour qu'un manteau soit éco-conçu et 70% pour une jupe.

Nous avons opéré une mise à jour de notre grille d'évaluation à la fin d'année 2022 et début d'année 2023 afin d'adapter la grille aux difficultés de chaque typologie de produit et la rendre plus proche de l'analyse environnementale tout en gardant certaines de nos convictions. Cette nouvelle grille d'évaluation sera opérationnelle en septembre 2023 pour les équipes.

CE QUI NE CHANGE PAS EN CRITERE OBLIGATOIRE

- Un test chimique et/ou physique sur la matière et/ou le produit fini validé par l'équipe qualité
- Acheminement du produit fini au dépôt par avion interdit
- Utilisation d'un procédé de lavage moins consommateur en eau
- Ne pas dépasser 25% de perte tissu à la découpe du tissu pour la confection (seuil différent selon les typologies de produits)
- Avoir au moins 20% de matière moins impactante sur le tissu principal et le poids total du produit (Promod For Good)

TYPLOGIE DE PRODUIT	SEUIL MIN D'ECO-CONCEPTION
Veste et manteau	60%
Robe, combinaison	65%
Jupe, pull, pantalon, T-shirt, chemisier, sac, foulard, écharpe, bonnet, collant,	70%

CRITERES CHANGEANTS

Nouveaux leviers normaux et bonus :

- Prise en compte du mix énergétique du pays de tissage/tricotage, teinture/impression et confection
- Prise en compte de l'utilisation d'énergies renouvelables par les usines de confection, teinture/impression, tissage/tricotage
- Prise en compte du moyen de transport du tissu vers l'usine de confection
- <50% matières synthétiques

Nouveau critère obligatoire :

- Avoir un audit social ICS valide et conforme (A, B ou C) sur l'usine de confection

EXEMPLES DE PRODUITS ECO-CONCUS

A partir des critères d'éco-conception, les équipes de l'Offre ont développé **10 produits éco-conçus** sur les saisons automne-hiver 2022/2023 et printemps été 2023.

Voici deux exemples de produits éco-conçus Promod :

LE JEAN « PECO »

Leviers d'éco-conception activés :

- **Pour un plus faible impact environnemental** : plus de 20% de matière Promod For Good et une production Proche Import avec teinture, tissage, délavage et confection au Maroc
- **Pour une moindre consommation d'eau** : délavage à l'ozone et via une technologie moins consommatrice en eau
- **Pour une meilleure recyclabilité** : monomatière et fourniture amovible

LE CHEMISIER « CPRESENT »

Leviers d'éco-conception activés :

- **Pour un plus faible impact environnemental** : plus de 50% de matière Promod For Good et production Proche Import (impression Italie et confection Maroc)
- **Pour une moindre consommation d'eau** : impression digitale
- **Pour une meilleure recyclabilité** : monomatière

SENSIBILISATION

Depuis 2021, nous sensibilisons toutes les équipes Promod et particulièrement la Direction de l'Offre afin d'optimiser son appréhension et utilisation.

Septembre 2021

80 collaborateurs.rices de la Direction de l'Offre (style, modélisme, achat, qualité) ont participé à une formation éco-conception

Janvier 2023

Une formation dédiée à l'éco-conception est sortie sur la Plateforme, une application consacrée à la formation et au développement de tous les collaborateurs.rices Promod. Elle a permis de diffuser la culture, la stratégie et les pratiques d'éco-conception à toute l'entreprise.

40% des collaborateurs.rices du parc magasins ont fait la formation

Juin 2023

75 collaborateurs.rices de la Direction de l'Offre (style, modélisme, achat, qualité) ont été re-formés à l'éco-conception

LES LEVIERS D'ECO-CONCEPTION 2023 SUR L'ENSEMBLE DU CYCLE DE VIE DU PRODUIT

MATIERES	FABRICATION	CONFECTION	LOGISTIQUE	UTILISATION
Au moins 20% de Matières Promod For Good	Tissu non-teint ET non imprimé	Energies renouvelables/moins impactantes	Type de Transport (interdiction du transport aérien entre l'usine de confection et l'entrepôt logistique)	Moins de 50% matières synthétiques
Certification bien-être animal	Pays de fabrication (mix énergétique)	Perte de tissu minimum inférieur à 25% selon les produits (granularité)	Pas de sachet plastique de protection emballant les vêtements	Test qualité physique et/ou chimique de la matière
Utilisation stock dormant	Energies renouvelables/moins impactantes	Production à la demande	Type de Transport Matière	Traitement Easycare (non utilisation de sèche-linge et température à 30°C)
Plus de 20% de matières recyclées	Délavage à l'OZONE ou LASER	Grade Qualité de l'usine (Or, Argent, Bronze) selon exigences Promod		
Moins de 3% Elasthane ou fibres métallisées	Délavage via une technologie moins consommateur en eau	Pays de confection (mix énergétique)		
Mono Couleur	Impression digitale	Audit social ICS acceptable		
Mono Fibre	Usine de confection intégrant également le tissage/tricotage ou la teinture/impression			
Cohérence compositions				
Fournitures amovibles Fournitures fonctionnelles uniquement Fournitures composées de matière moins impactantes				
		OBLIGATOIRE	NORMAUX	BONUS

DES MATIERES MOINS IMPACTANTES SUR L'ENVIRONNEMENT

PROMOD FOR GOOD

Pour préserver les ressources de la planète et minimiser son impact environnemental, Promod sélectionne de plus en plus de matières issues de l'agriculture biologique, recyclées ou utilisant des procédés moins impactants sur l'environnement.

Pour pouvoir faire partie de la gamme « Promod For Good », la matière de chaque produit doit être composée à minima de **20% de matière moins impactante** dans le poids total du produit et sur la matière principale.

Au-delà de la matière, le produit doit également avoir été confectionné dans une usine de confection ayant **un audit social ICS acceptable** (*voir page 37*).

NOTRE OBJECTIF ?

**ATTEINDRE 100% DE NOS VETEMENTS PROMOD
FOR GOOD EN 2025**

LISTE DES MATIERES PROMOD FOR GOOD

AUTORISEES:

LES FIBRES RECYCLEES

LA VISCOSE MOINS IMPACTANTE

**LES MATIERES ISSUES DE L'AGRICULTURE
BIOLOGIQUE**

LE LYOCELL

LE LIN

LE CHANVRE

**LES MATIERES ASSURANT LE BIEN-ETRE
ANIMAL**

LE CUIR AVEC TANNAGE VEGETAL

LE CUPRO

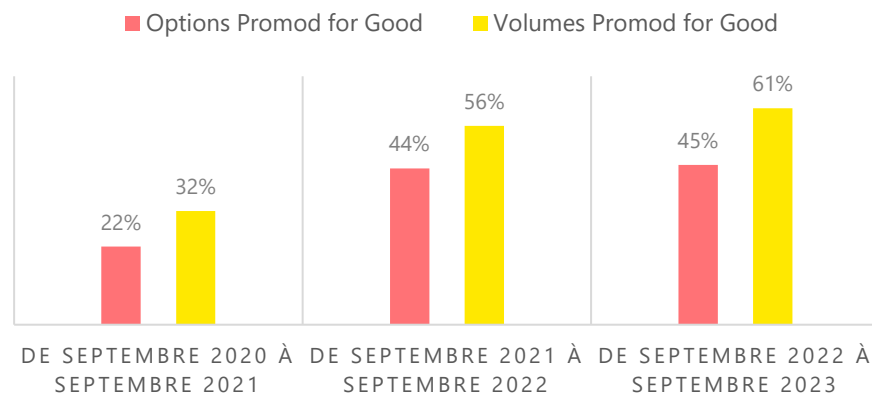
LE COTON EN CONVERSION

PROMOD FOR GOOD

UNE EVOLUTION POSITIVE ET CONTRASTÉE

En 2023, Promod for Good progresse continuellement pour répondre à nos objectifs. Cette progression positive s'illustre à travers nos Essentiels, notre gamme de pièces basiques et intemporelles, puisque **75% de nos modèles Essentiels contiennent au moins 20% de matières moins impactantes.**

PART PROMOD FOR GOOD DANS NOTRE OFFRE (NBRE OPTIONS) ET DANS NOS VOLUMES (NBRE PIÈCES)



Les difficultés pour intégrer des matières moins impactantes

Plusieurs difficultés ont été rencontrées en 2023 afin d'intégrer des matières moins impactantes, retardant l'atteinte de notre objectif pour 2023 :

- 1** - La formation et sensibilisation des fournisseurs à l'utilisation de matières moins impactantes.
- 2**- Les fournisseurs ne disposaient pas toujours d'un stock de matières moins impactantes.
- 3**- L'augmentation des prix de l'énergie et de certaines matières.

Néanmoins en 2025, **nous ambitionnons toujours de respecter notre objectif de 100% de nos vêtements avec au moins 20% de matières moins impactantes.**

Promod For Good & Eco-conception

Le développement de Promod for Good & la mise en place de l'éco conception sont particulièrement reliés. **Un produit éco-conçu est nécessairement Promod for Good**, puisqu'il doit intégrer au moins 20% de matière moins impactante, auquel s'ajoute de nombreux critères d'éco-conception.

L'éco-conception permet par conséquent d'aller plus loin, en ne prenant plus seulement en compte l'impact au niveau de la matière, mais les impacts à chaque étape du cycle de vie du produit.

LES MATIERES NATURELLES : ANIMALES ET VEGETALES

Le coton issu de l'agriculture biologique certifié : cultivé sans pesticide, ni engrais chimiques, ni OGM afin de préserver la biodiversité.

Le coton en conversion : cultivé selon les standards biologiques mais pas encore certifié biologique. L'utilisation de coton en conversion soutient les agriculteurs en cours de transition d'une agriculture conventionnelle à une agriculture biologique.

Le lin / chanvre : fibre naturelle dont la culture consomme peu d'eau, peu d'engrais ou de pesticides. Elle ne génère aucun déchet car toutes les parties de la plante sont utilisables.

La laine certifiée bien-être animal : dans un souci de bien-être animal, les matières animales doivent être certifiées afin d'assurer des bonnes conditions animales lors de l'élevage et de la tonte.

Le cuir avec tannage végétal : le cuir est issu de peau de bête mais son tannage est végétal, c'est-à-dire issu de végétaux tanniques comme les plantes, écorces ou baies.



LES MATIERES RECYCLEES

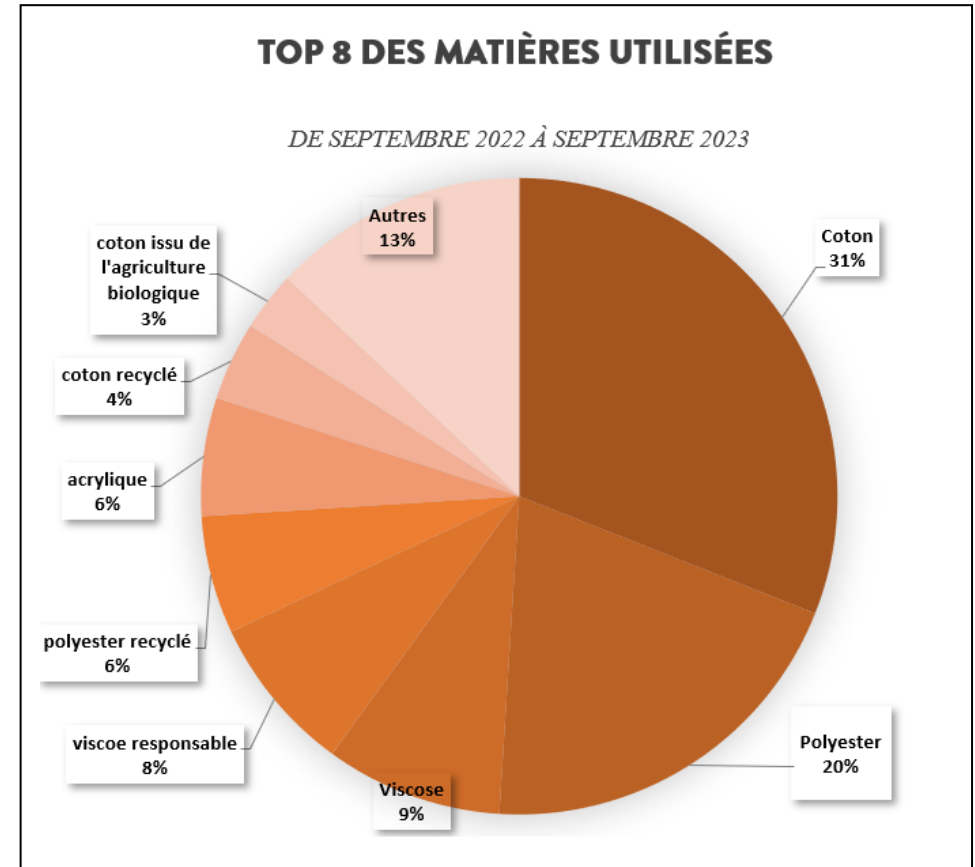
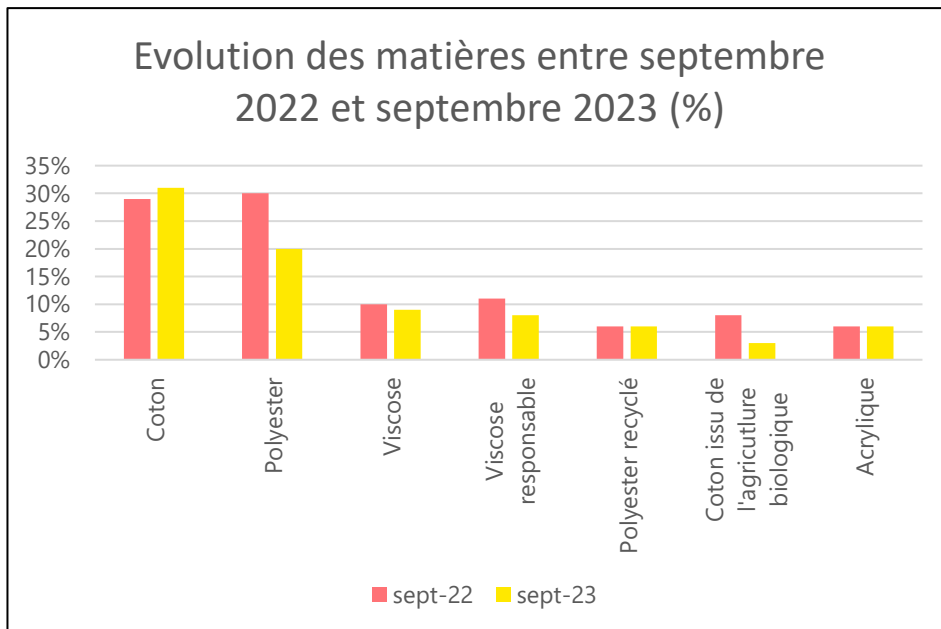
Polyester, polyamide, élasthane, acrylique, coton et laine recyclés : issues de textiles ou de plastiques, les matières et granulés collectés retournent en filature pour créer de nouveaux vêtements. Ce gisement textile peut provenir de vêtements déjà portés, c'est ce que nous appelons le post-consumer, ou de chutes de production, c'est ce qu'on appelle le preconsumer.

LES MATIERES ARTIFICIELLES : MATIERES NATURELLES TRANSFORMEES

La viscose responsable (Ecovero ou Livaeco) : issue de pulpe de bois provenant de forêts gérées durablement (lorsqu'un arbre est abattu, un autre est replanté). Son processus de fabrication en cycle fermé consomme jusqu'à 50% d'eau en moins et réduit de moitié la consommation énergétique comparé à une viscose traditionnelle.

Le lyocell ou Tencel® : issu de bois d'eucalyptus de forêts gérées durablement. Son processus de fabrication est en cycle fermé et utilise un solvant organique.

Le cupro : les fibres du Cupro sont issues d'un déchet, car elles sont extraites du linter de coton, initialement jeté lors de la collecte du coton (déchet de la plante). Il a en plus l'avantage d'être produit en boucle fermée.



ANALYSE DES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX DE NOS VETEMENTS (ACV)

Comment mesurer l'impact environnemental de nos vêtements ?

Afin d'évaluer l'impact environnemental de nos vêtements, nous avons commencé, en 2021, à réaliser des analyses de cycle de vie (ACV).

L'analyse de cycle de vie est une **méthode permettant de mesurer l'impact environnemental d'un produit sur l'ensemble de son cycle de vie**. Pour un vêtement par exemple, l'impact environnemental est mesuré de l'extraction de la matière première jusqu'à sa fin de vie.

Comment Promod mesure l'impact environnemental de ses vêtements ?

Pour développer l'analyse de cycle de vie à Promod, l'objectif a été d'accompagner les fournisseurs dans la collecte de data et de faire une préparation interne de développement informatique afin de recueillir l'ensemble des données.

Afin de procéder à l'éco-conception de nos produits, il faut pouvoir mesurer **les impacts** des différentes étapes de l'analyse de cycle de vie (ACV) de nos produits. Pour chaque étape, il y a une prise en compte de plusieurs paramètres issues des flux entrants (matières premières, énergies...).

Dans l'ensemble du marché textile, l'étape la plus impactante se situe au niveau de la fabrication. Cette étape demande une concentration d'énergie importante sur l'ensemble des étapes de production du vêtement.

« Le lien entre l'ACV et l'éco-conception est fondamental. L'ACV est l'outil de base d'une stratégie efficace d'éco-conception, puisque c'est elle qui permet d'identifier les impacts écologiques clés liés à un produit. L'ACV est le socle pour identifier et évaluer les étapes impactantes et agir en conséquence au travers de l'éco-conception pour diminuer l'impact du produit. »

**Laurine RIBAUT, Coordinatrice RSE et Benjamin TESSIER,
Coordinateur Qualité, Compliance et RSE**



AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

L'affichage environnemental, qui communiquera une information sur l'impact environnemental du produit, est en cours d'élaboration au niveau Français et Européen pour le secteur du textile.

Son calcul est réalisé via une analyse de cycle de vie.

L'objectif de cet affichage environnemental sera d'informer et sensibiliser les citoyens à une consommation moins impactante et encourager les entreprises à une réduction de l'impact de leurs productions.

NOS ACTIONS EN 2023

En 2022, nous avons obtenu un résultat de **20 analyses de cycle de vie** auprès de nos principaux fournisseurs. L'objectif précédent de 100% d'analyse de cycle de vie au cours de l'année 2023 s'est heurté à des limites techniques et une complexité concernant la récupération des informations auprès des fournisseurs qui ne disposaient pas des données (ou n'étaient pas formés à la collecte de données). Enfin, le décret sur l'affichage environnemental a laissé une incertitude sur la date de mise en application et sur la méthodologie à suivre.

Pour répondre à cette limite, nous avons envisagé de revoir notre stratégie pour obtenir 100% d'analyse de cycle de vie.

En Novembre 2022, face aux limites de la collecte de données, nous avons lancé une **phase de test à la collecte de données** pour former les fournisseurs.

L'objectif étant de **former** à la collecte nos fournisseurs avec lesquelles nous faisons le plus de nos volumes, afin qu'ils puissent récupérer des données réelles et fiables. Un accompagnement régulier durant l'année permet aux fournisseurs de progresser par l'intermédiaire de webinaires.

Juillet 2023, lancement d'un appel d'offre pour intégrer un **outil** servant à la **collecte de données de l'ACV/affichage** et comptabiliser les données pour en définir un score environnemental.

Nous avons entamé une phase de préparation au **développement informatique** pour simplifier la collecte de la donnée pour les fournisseurs. Ce développement sera opérationnel pour 2024.

RESULTAT 2023 :

- **87%** de nos volumes couverts par des fournisseurs formés à la collecte de données environnementales

OBJECTIFS 2024 : 100% d'Analyse de Cycle de Vie pour l'ensemble de nos vêtements afin d'avoir une première phase de notation pour nos produits textiles et actionner les principaux leviers de réduction d'impacts

« Nous souhaitons mesurer l'impact environnemental de nos 3 500 références d'ici fin 2023, mais l'analyse de cycle de vie est très complexe et chronophage, notamment pour la collecte de données. En effet, il faut retracer l'origine du produit et collaborer avec nos fournisseurs et leurs sous-traitants afin de récolter les données environnementales nécessaires au calcul. Nous avons décidé de revoir notre stratégie en formant d'abord tous nos fournisseurs à la collecte de données. Nous avons alors lancé une phase de test en demandant à nos plus gros fournisseurs de faire une collecte de données pour une commande Promod. »

Benjamin TESSIER, Coordinateur Qualité, Compliance et RSE & Laurine, Coordinatrice RSE

BIEN-ETRE ANIMAL

LES MATIERES QUE NOUS N'UTILISONS PLUS

Soucieux du bien-être animal, nous n'utilisons pas de vraie fourrure, de cuir exotique, d'angora, de duvet ou de plumes dans nos collections.

Conscient de certaines maltraitements sur le mohair, nous nous interdisons d'en utiliser sans certification de bien-être animal.

POUR LES AUTRES MATIERES : DEUX APPROCHES

Conscient des risques de maltraitance liés à l'élevage et/ou à la tonte de certains animaux, nous travaillons avec nos fournisseurs sous deux approches : l'une via les certifications existantes du bien-être animal, l'autre via la traçabilité et l'audit des fermes.

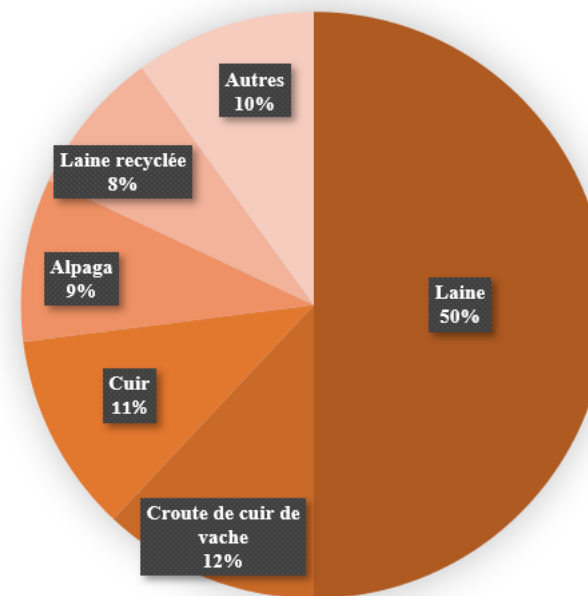
Nous n'avons pas pu avancer sur le bien-être animal durant l'année en raison de plusieurs limites (page suivante).

Pour l'année prochaine, nous avons pour objectif de clarifier notre stratégie sur l'exigence du bien-être animal.

Sur l'ensemble de nos matières utilisées de septembre 2022 à septembre 2023, **3% étaient des matières animales** (poids total en kg)

REPARTITION DES % DE MATIERES ANIMALES UTILISEES

DE SEPTEMBRE 2022 A SEPTEMBRE 2023



FOCUS SUR LES DEUX APPROCHES

APPROCHE N°1

APPROCHE PAR LES CERTIFICATIONS

Mohair : nous nous sommes engagés à ne plus utiliser de Mohair non certifié. En cas de future utilisation, nous exigerons la certification.

Alpaga et laine : deux certifications permettent de garantir le bien-être animal de l'alpaga et du mouton. Pour l'Alpaga, nous recommandons à nos fournisseurs de passer par deux producteurs d'alpaga identifiés comme respectant le bien-être animal ou de passer par la certification de bien-être animal pour l'Alpaga. Pour la laine, nous sensibilisons nos fournisseurs à utiliser de plus en plus la certification associée.

Soie : en 2022, 9% de nos matières animales utilisées étaient de la soie. Il n'existe pas encore de certification officielle permettant de prouver le respect du bien-être des chenilles.

Cuir : il n'existe pas de certification permettant de prouver le respect du bien-être animal des vaches, moutons, agneaux et chèvres car le cuir provient de déchets de l'industrie agro-alimentaire.

APPROCHE N°2

APPROCHE DE TRACABILITE ET AUDIT DES FERMES

Cachemire : nous travaillons avec un fournisseur dédié pour les produits en Cachemire afin de faciliter la filière de cette fibre et ainsi nommer la ferme de tonte et la filière. Ceci nous a permis d'auditer la ferme de tonte afin de s'assurer du respect du bien-être animal à cette étape.

Difficultés des deux approches

Bien que nous fixions des exigences dans notre Code de Conduite, il est encore difficile de vérifier les conditions dans les fermes d'élevage et de tonte des matières animales utilisées par nos fournisseurs par manque de visibilité et de transparence.

Parmi les 3% de matières animales utilisées de septembre 2022 à septembre 2023, la laine et l'alpaga n'étaient pas encore certifiés.

En cause, le caractère récent de la certification pour l'alpaga qui implique que l'ensemble des maillons de la chaîne d'approvisionnement n'est pas encore certifié (ainsi que la complexité dans sa mise en œuvre et le coût de la certification).

La certification pour la laine quant à elle, n'est pas encore développée du fait du temps nécessaire à sa mise en place en interne et son coût.

#2 - FABRICATION MOINS IMPACTANTE

- *Traçabilité*, p. 29 - 33

- *Audits*, p. 34 - 38

- *Promod On Demand*, p. 39

- *Promod Couture*, p. 40 - 41

- *Démarche Qualité*, p. 42 - 43

Traçabilité :

100% des usines de confection et délavage de nos
fournisseurs de produit fini tracées
100% des usines de tissages /tricotage et
teinture/impression de nos fournisseurs de tissu
tracées

Contrôle et accompagnement pour mise en conformité sociale (audits sociaux) :

95% des usines de confection et délavage ont un audit
social ICS acceptable
68% des usines de tissage/tricotage et
teinture/impression de nos fournisseurs de tissu ont un
audit social ICS acceptable

Qualité :

0,14% de produits vendus retournés par nos clientes
pour un problème de qualité

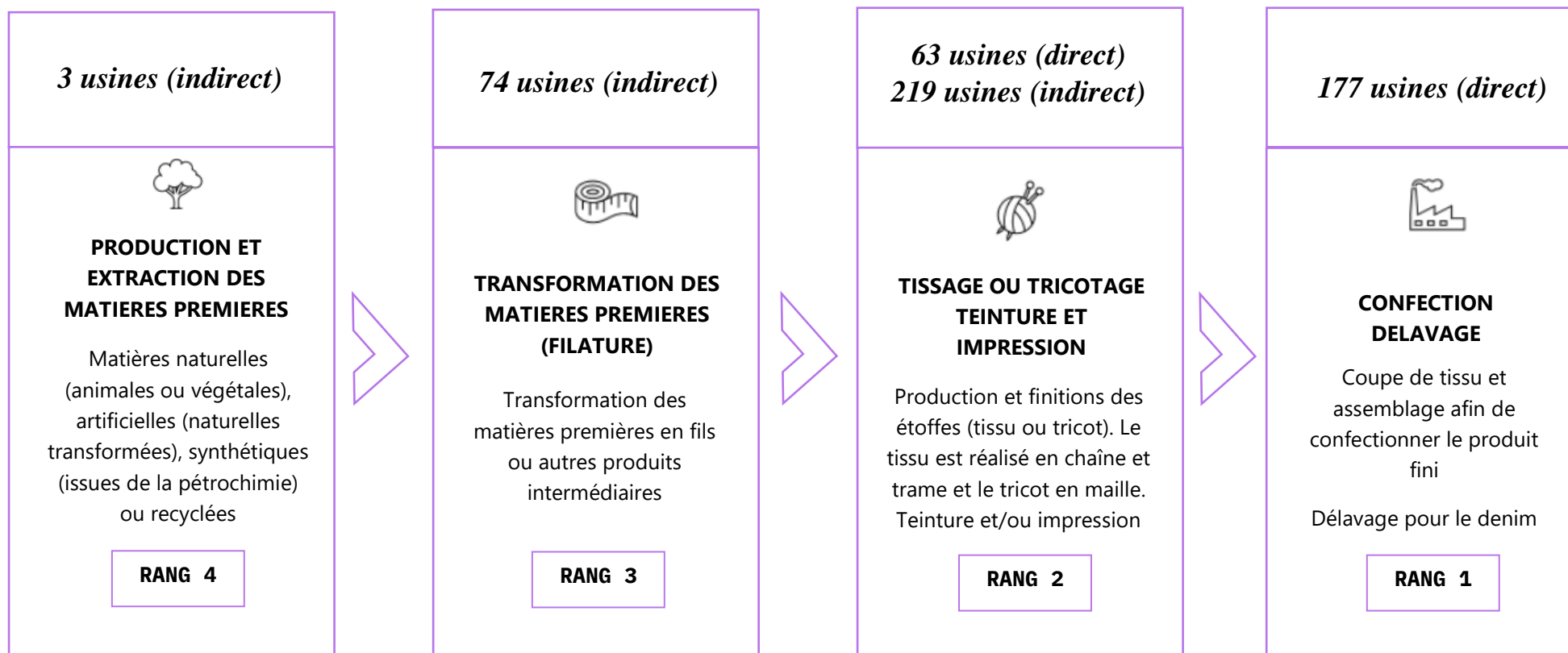
LES ETAPES DE FABRICATION ET NOS USINES CONNUES A CE JOUR

Pour mieux comprendre où sont produits les vêtements de Promod, il est important de comprendre les quatre étapes de fabrication de nos vêtements et accessoires : production et extraction des matières premières, transformation des matières premières, tissage, tricotage, teinture ou impression et confection.

Pour remonter toute la chaîne d’approvisionnement, la traçabilité débute au premier rang avec les usines de confection.

En juin 2023, nous avons réussi à tracer 100% de nos fournisseurs de rang 1 et 2 direct c’est-à-dire les usines de confection et délavage de nos fournisseurs de produit fini et les usines de tissage/tricotage et teinture/impression de nos fournisseurs de tissu.

COMMENT SONT PRODUITS NOS VETEMENTS ET ACCESSOIRES ?



TRACABILITE ET REGLEMENTATION

LA LOI AGECE (ANTI-GASPILAGE POUR UNE ECONOMIE CIRCULAIRE)

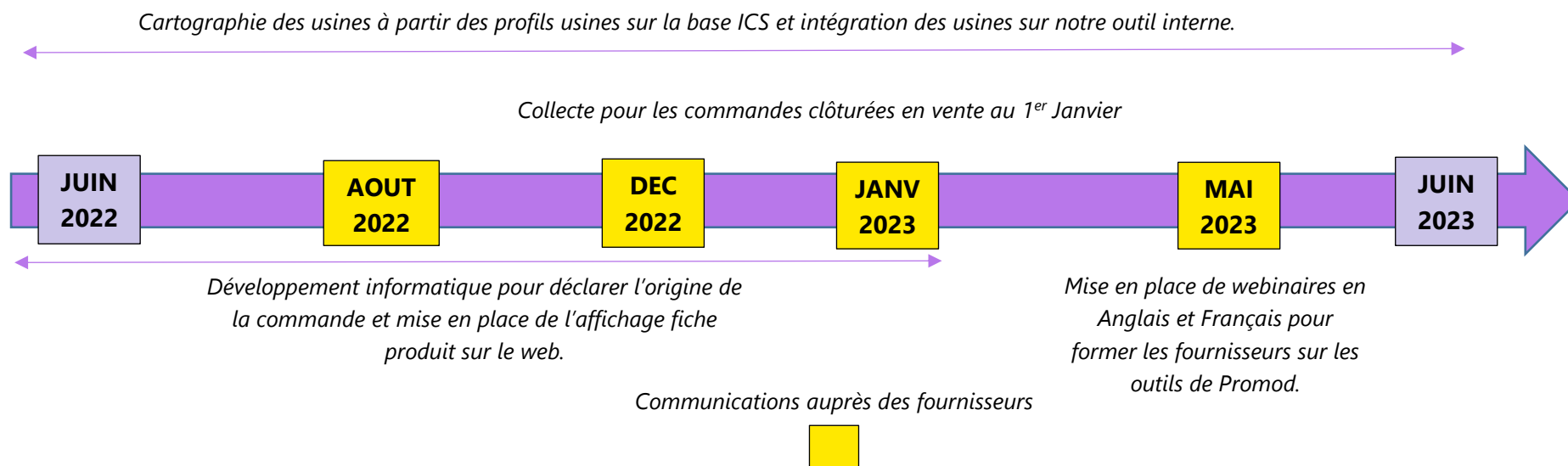
La Loi AGECE promulguée en février 2020 comprend une série de mesures visant à réduire les déchets et encourager les entreprises et consommateurs. rices à adopter des modes de production et de consommation moins impactants. La loi AGECE sur la traçabilité a été décrétée le 29 avril 2022 avec mise en application en 2023.

Depuis le 1^{er} Janvier 2023, tous les produits en vente doivent afficher les informations sur la traçabilité (pays) sur les étapes de teinture/impression et confection pour le textile. Concernant les chaussures, l'affichage des étapes de piquage, montage et finition est obligatoire.

La traçabilité de la chaîne d'approvisionnement devient un enjeu primordial et elle constitue le **socle d'une chaîne d'approvisionnement plus transparente**. Le développement de la traçabilité permet à Promod d'être conforme dans son secteur au niveau réglementaire, de mieux connaître les acteurs de sa chaîne de production, et d'apporter de la transparence auprès des autorités et des clientes.

Car la traçabilité au pays n'est pas suffisante pour Promod, dans le cadre de sa mise en conformité, **Promod a décidé d'aller plus loin en cartographiant plus précisément l'ensemble des usines utilisées par ses fournisseurs**, afin de mieux connaître ces usines et commencer à contrôler les conditions sociales et environnementales.

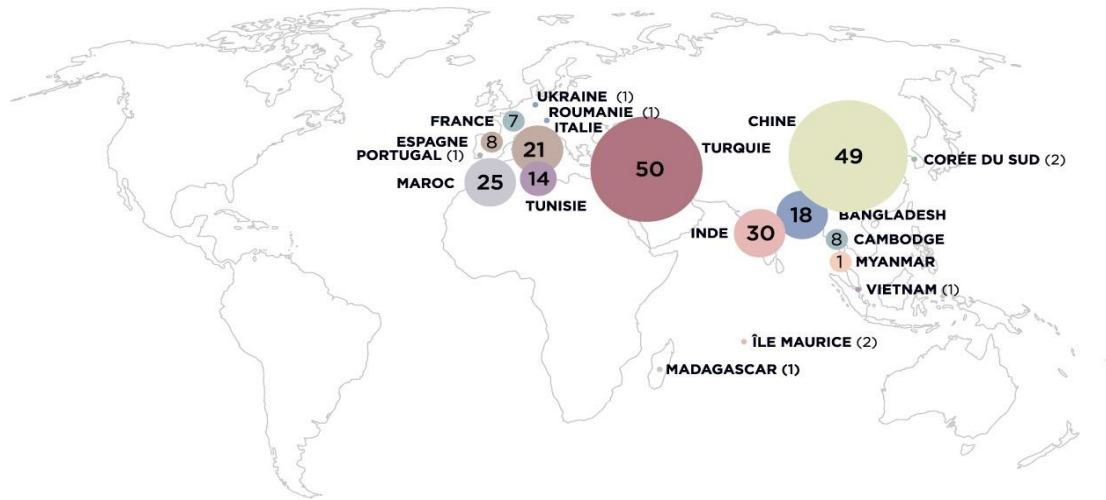
FEUILLE DE ROUTE PROMOD & TRACABILITE POUR MISE EN CONFORMITE



OU SONT PRODUITS NOS VETEMENTS ET ACCESSOIRES ?

REPARTITION DES USINES DE NOS FOURNISSEURS DE PRODUIT FINI ET DE TISSU

Au niveau contractuel, nous produisons dans 177 usines de confection et délavage et 63 usines de tissage, tricotage, teinture et impression dans 18 pays.



TRACABILITE DE NOS USINES

Pour les usines de rangs inférieurs, nous travaillons sur la traçabilité :

- Usines de tissage/tricotage et teinture/impression sous-traitantes de nos fournisseurs de produit fini (rang 2 indirect)
- Usines de filature sous-traitantes des usines de tissage/tricotage (rang 3)
- Usines de transformation et extraction des matières (rang 4)



Juliette RIMBAULT,
Coordinatrice RSE

« La traçabilité est nécessaire afin de connaître toutes les usines qui réalisent les étapes de production de nos produits. C'est un travail complexe à réaliser car nous devons remonter toute notre chaîne d'approvisionnement et interroger nos fournisseurs sur les usines qu'ils utilisent pour fabriquer nos produits. De plus, les réseaux sont de plus en plus opaques lorsqu'on remonte la filière. Dans un souci d'avantage concurrentiel, il est également difficile pour nos fournisseurs de divulguer leurs sources d'approvisionnement.

Nous avons tracé l'ensemble de nos usines de rang 1 et rang 2 direct. Aujourd'hui, nous travaillons encore sur la traçabilité de notre rang 2 indirect. Par la suite, nous développerons la traçabilité de nos usines de filature afin de remonter jusqu'à la production et l'extraction de la matière première et ce, au produit »

NOS FOURNISSEURS FORFAIT ET FACON

Promod a deux systèmes de production de ses vêtements : à forfait et à façon.

Le forfait signifie que nos vêtements sont produits de A à Z par nos fournisseurs ; c'est-à-dire que le fournisseur reçoit un cahier des charges (croquis, informations et barème de mesure) et réalise un échantillon. Si cet échantillon est validé, le fournisseur gère son approvisionnement de matières, fournitures et accessoires. Nous les appelons **des fournisseurs de produit fini**.

La façon. Ce sont les équipes Promod qui sourcent et achètent le tissu et les fournitures pour réaliser le modèle. L'ensemble est envoyé au façonnier (usine de confection) afin qu'il produise le modèle. Ce travail à façon nous permet d'acquérir des connaissances techniques fortes entre le bureau de style, les acheteurs matières et le bureau d'étude qui regroupe les modélistes, les patronnières/ gradeuses et les monteuses prototypes. Cela nous permet de créer et maîtriser nos propres produits. Nous les appelons des **fournisseurs de tissu**.

LA TRAÇABILITE A FAÇON OU A FORFAIT

« La traçabilité à façon et à forfait n'est pas la même. A façon, nous avons plus de maîtrise et de contrôle sur la traçabilité puisque nous travaillons directement avec les fournisseurs de tissu. Nous les interrogeons ensuite sur leurs usines de tricotage, tissage, teinture et impression.

A forfait, achats de produits finis, nous avons moins de maîtrise sur leurs choix de production et donc sur les usines utilisées au-delà du rang 1 (confection). Nous avons donc cartographié à l'aide de la base ICS les usines sous-traitantes de nos fournisseurs et fait évoluer nos outils internes pour obtenir la traçabilité de ces usines pour chaque commande.

Dans notre stratégie de RSE, la traçabilité est un élément clé, structurant mais complexe à réaliser. »

- Juliette RIMBAULT, Coordinatrice RSE



BILAN DE LA TRACABILITE DE NOS USINES

JUIN 2023

La traçabilité consiste à identifier toutes les usines utilisées pour nos commandes à chacune des étapes de fabrication de nos produits.

Cette année, la traçabilité de nos usines est complète du rang 1 au rang 2 direct.

Au-delà de ces rangs, Promod n’a pas de relation contractuelle directe, ce qui rend la traçabilité plus complexe. Nous avons commencé à tracer le rang 2 indirect (usines de tissage, tricotage, teinture et impression utilisées par nos fournisseurs de produit fini) pour répondre à loi sur la traçabilité. Au total, **nous avons répertorié 219 usines.**

LEXIQUE

- Rang 1 = usines de confection et délavage (relation contractuelle directe avec Promod, à forfait et façon)
- Rang 2 direct = usines de teinture/impression et tissage/tricotage de nos fournisseurs de tissu (relation contractuelle directe avec Promod, à façon)
- Rang 2 indirect = usines de teinture/impression et tissage/tricotage utilisées par nos fournisseurs de produit fini (pas de relation contractuelle avec Promod, à forfait)

	RANG 1	RANG 2 (direct façon)	RANG 2 (indirect forfait)	RANG 3	RANG 4
Etapes de fabrication	Confection	Tissage, Tricotage, Teinture, Impression	Tissage, Tricotage, Teinture, Impression	Filature	Production de matières premières
Nombre de fournisseurs	109	35	74 ¹	129 ¹	129 ¹
Nombre d’usines tracées	177	62	219	78	3
Nombre d’employés	88 831	8 788	>48 597 ²	>20 569 ²	inconnu
Traçabilité	100%	100%	88% ³	28%	<1%

¹ **Nombre de fournisseurs** : Nos 74 fournisseurs connus pour le rang 2 indirect sont issus du forfait hors accessoires non textiles, pour le rang 3 indirect et rang 4 issus des produits finis et tissus.

² **Nombre d’employés** : Le nombre d’employés est connu grâce aux différents audits sociaux que nous menons. Etant donné que nous n’avons pas encore audité l’ensemble de notre rang 2 indirect, rang 3 et rang 4, nous ne connaissons pas le nombre total d’employés.

³ **Traçabilité rang 2 indirect** : nous ne pouvons pas évaluer le total de nos usines, il s’agit du pourcentage de fournisseur ayant déclaré leur traçabilité.

LE CONTROLE DES CONDITIONS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES DE NOS USINES

LES AUDITS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX ICS

Au-delà de la traçabilité, il est indispensable de contrôler les conditions de travail et le respect des Droits de l’Homme dans les usines de production de nos fournisseurs. C’est dans cette optique que Promod est devenu membre en 2017 de l’initiative ICS – Initiative for Compliance and Sustainability (www.ics-asso.org) qui regroupe aujourd’hui une soixantaine d’enseignes.

Des audits sociaux et environnementaux ICS sont ainsi réalisés afin de vérifier le respect de notre convention unique et de notre code de conduite, signés chaque année par l’ensemble de nos fournisseurs.

Ces audits nous permettent d’accompagner les usines de production dans une démarche d’amélioration continue des conditions de travail de leurs salarié.e.s et du respect de l’environnement notamment au travers des plans d’actions correctifs (CAP) suivis par les équipes qualité et RSE.

CADRE DES AUDITS ICS

9 chapitres sont contrôlés lors des audits sociaux et 8 pour les audits environnementaux. Les exigences sociales et environnementales sont basées sur les lois locales, les normes de l’organisation Internationale du Travail (OIT) de l’ONU et les conventions et principes universels des droits de l’Homme.

AUDITS SOCIAUX

Heures de travail et heures supplémentaires	Pratiques disciplinaires, harcèlement et abus
Travail des enfants et âge minimum légal	Liberté d’association et mécanismes de doléances
Travail forcé	Système de management, transparence et traçabilité
Discrimination	
Santé et sécurité	Rémunération et avantages

AUDITS ENVIRONNEMENTAUX

Système de management environnemental	Gestion des interventions d’urgence
Gestion des déchets	Consommation d’énergie, transports et gaz à effet de serre
Emissions dans l’air	Traitement des eaux usées et effluents
Prévention de la pollution et substances dangereuses	Utilisation de l’eau

Pour en savoir plus sur les exigences des audits ICS, rendez-vous sur [Ressources - ICS, Initiative for Compliance and Sustainability \(ics-asso.org\)](http://www.ics-asso.org)

VALIDITE D'UN AUDIT ICS SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

Les notes des audits ICS sont composées d'une lettre (A à E) et d'un pourcentage (0 à 100%). La lettre correspond au niveau de criticité et le pourcentage au nombre de questions conformes.

Pour Promod, **un audit ICS social est conforme quand il a un résultat A, B ou C et est valable deux ans. Un audit ICS environnemental est conforme quand il est A, B ou C et est valable 3 ans.**

DEROULE D'UN AUDIT ICS

Pour réaliser un audit ICS, Promod mandate une société d'audit accréditée par ICS. Un audit ICS se déroule en 7 étapes :

ETAPE 1 :

Réunion
d'ouverture

ETAPE 2 :

Inspection des
documents

ETAPE 3 :

Entretiens avec la
direction et les employés

ETAPE 4 :

Visite des
installations

ETAPE 5 :

Réunion de pre-
clôture

ETAPE 6 :

Réunion de
clôture

ETAPE 7 :

Revue du rapport complet
et mise en ligne du résultat
avec documentations

LEXIQUE

- Usine valide = usine avec un audit qui n'est pas expiré ou en cours de renouvellement
- Usine conforme = usine avec un audit social ou environnemental avec un résultat A, B ou C valide ou expiré
- **Usine acceptable = usine avec un audit valide + conforme**

ACCOMPAGNEMENT DES FOURNISSEURS EN NON-CONFORMITE

Pour les usines avec **un audit social ou environnemental D ou E, l'équipe RSE les accompagne afin qu'elles puissent être en conformité** grâce à des plans d'actions correctifs. Il s'agit d'une démarche d'amélioration continue que nous menons en étroite collaboration avec nos fournisseurs.

Grâce à ICS, les audits ainsi que le suivi des plans d'amélioration peuvent être menés en commun avec les autres enseignes membres d'ICS.

Le non-respect des exigences ICS peut mettre fin à toute collaboration avec le fournisseur.

De juin 2022 à juin 2023, 8 usines de rang 1, 7 usines de rang 2 et 2 usines de rang 2 indirect ont été accompagnées et ré-auditées avec un résultat qui est passé à A, B ou C.

SYNTHESE DES AUDITS ENVIRONNEMENTAUX ICS, JUIN 2022 / JUIN 2023

Nous auditions en priorité nos usines qui utilisent des procédés à voie humide dans leur étape de production comme le lavage, le délavage, la teinture et l'impression afin de nous assurer que les exigences environnementales soient en accord avec notre Code de Conduite.

RANG 1

Entre 2022 et 2023, sur les usines de confection et délavage, nous sommes passés de **83% à 90% d'usines acceptables**.

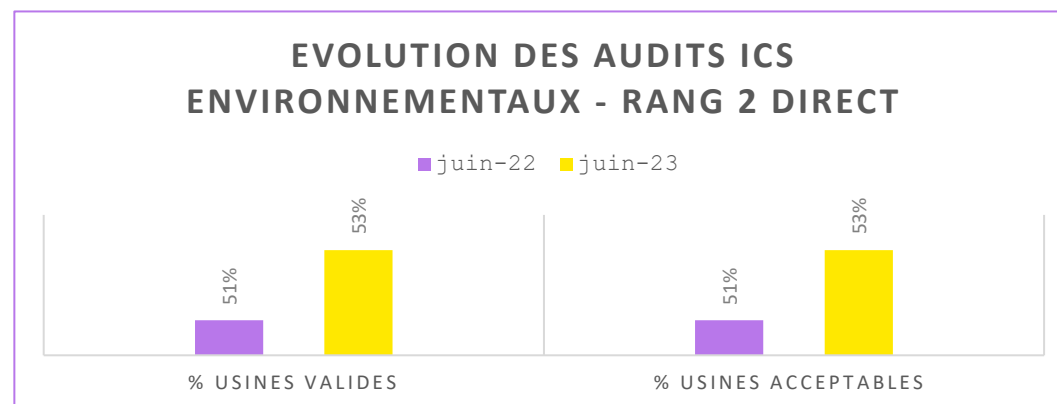
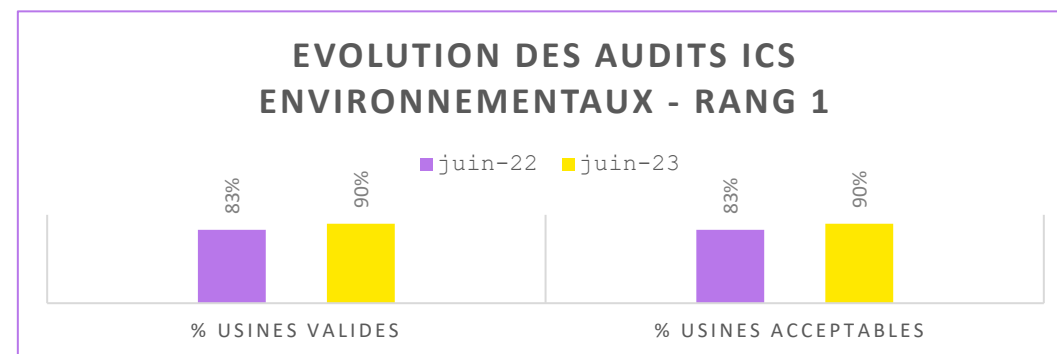
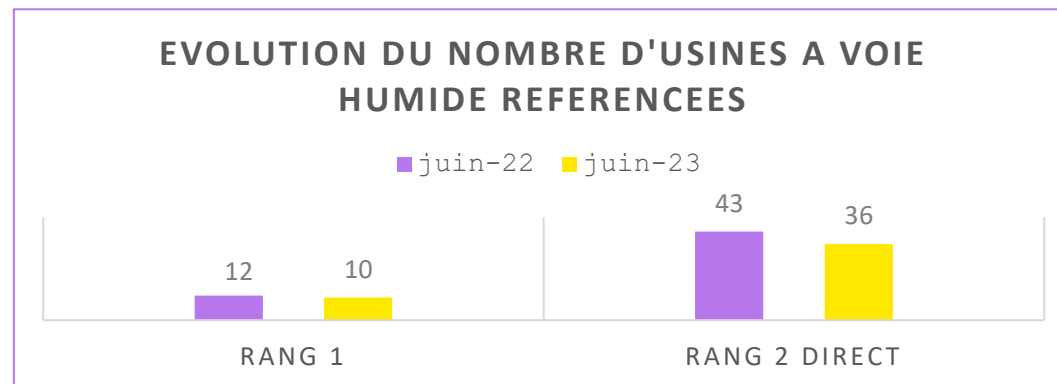
RANG 2 DIRECT

Sur les **usines de teinture et impression de nos fournisseurs de tissu**, entre 2022 et 2023, nous sommes passés de 51% à 53% d'usines acceptables.

Cette faible progression s'explique par 2 éléments :

- Le temps de renouvellement de l'audit : 78% des usines de rang 2 direct ont un audit environnemental, mais 25% ont un audit environnemental expiré à renouveler.
- Mise en conformité sur le plan social : nous priorisons l'accompagnement pour la mise en conformité sur le plan social avant de les auditer au niveau environnemental.

Un travail de pédagogie et de sensibilisation auprès de nos fournisseurs sur l'importance des audits environnementaux est engagé afin de déployer les actions contribuant à mesurer leur impact environnemental.

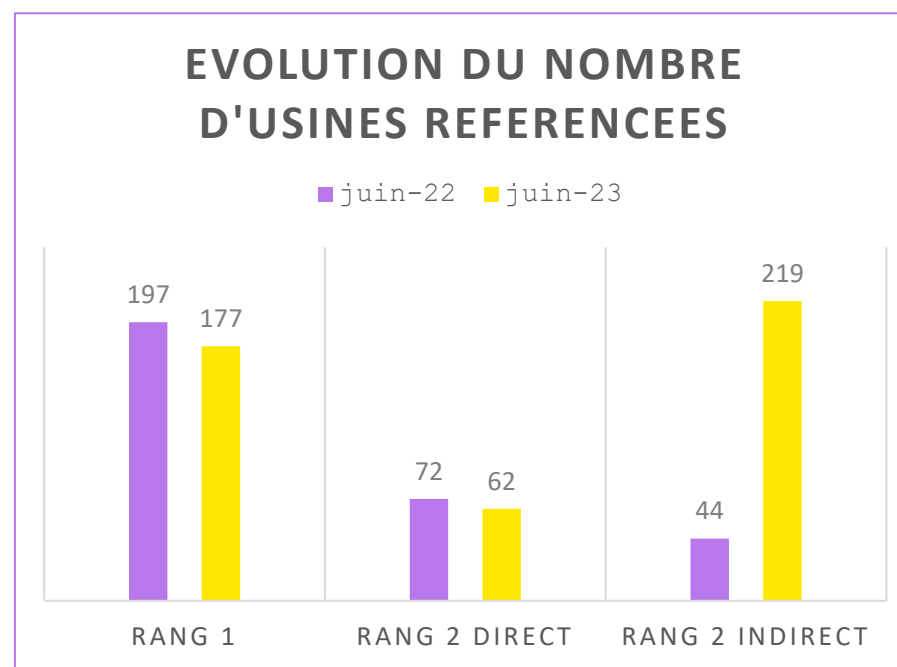
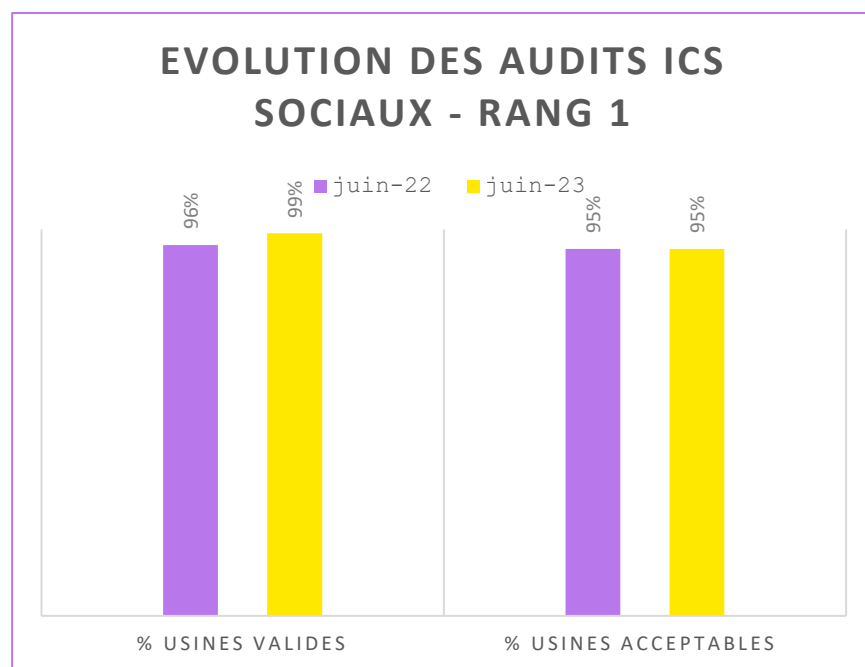


SYNTHESE DES AUDITS SOCIAUX ICS, JUIN 2022 / JUIN 2023

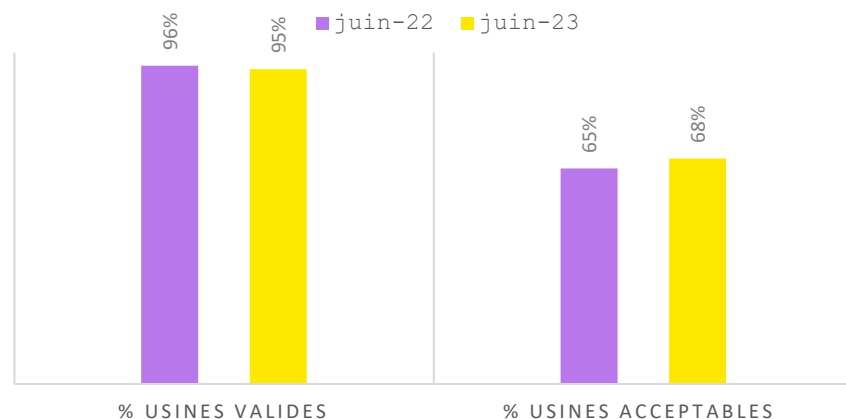
Nous exigeons que **les usines de confection (rang 1) et les usines de tissage, tricotage, teinture, impression de nos fournisseurs de tissu (rang 2 direct)** soit auditées ICS au niveau social pour passer des commandes Promod. Si l'audit est non-conforme, nous pouvons être amené à stopper nos commandes le temps que l'usine se mette en conformité.

Au niveau social, **99%** des 177 usines de confection ou délavage (rang 1) **ont un audit valide, et 95% ont un audit acceptable.**

De plus, nous avons réduit notre parc d'usines de confection avec **20 usines de confection en moins** entre 2022 et 2023 dans le but de nouer des partenariats de long terme avec des fournisseurs conformes et engagés et d'assurer un parc stable.



EVOLUTION DES AUDITS ICS SOCIAUX - RANG 2 DIRECT



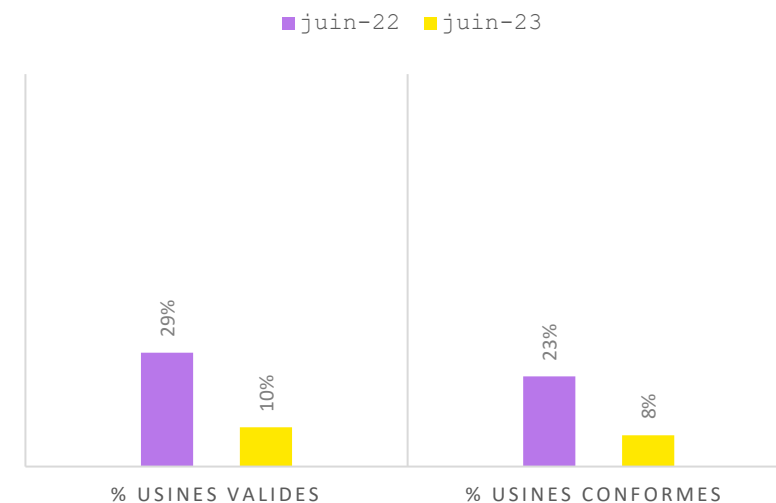
Sur les usines sous-traitantes de tissage, tricotage, teinture, impression de nos fournisseurs de produit fini (rang 2 indirect), nous avons avancé sur la traçabilité de nos usines en passant à 219 usines connues et référencées.

Un travail de cartographie des risques est actuellement mené par l'équipe RSE afin de mener des audits sociaux ICS dans les usines les plus à risque sur l'année 2023/2024, sachant qu'à ce jour **8% des 219 usines ont déjà un audit social ICS conforme.**

Entre 2022 et 2023, sur le % d'usines acceptables de tissage, tricotage, teinture, impression de nos fournisseurs de tissu (rang 2 direct), **nous avons eu une progression de 3%.**

Parmi les 32% d'usines restantes, 22% sont non-conformes et donc suivies et accompagnées par l'équipe RSE pour mise en conformité, 8% ont un audit social ICS expiré, et 2% n'ont pas encore reçu d'audit social ICS.

EVOLUTION DES AUDITS ICS SOCIAUX - RANG 2 INDIRECT



PRODUCTION A LA DEMANDE

« Consommer moins et mieux » : chez Promod, nous pensons que l'avenir c'est de confectionner l'exacte quantité !

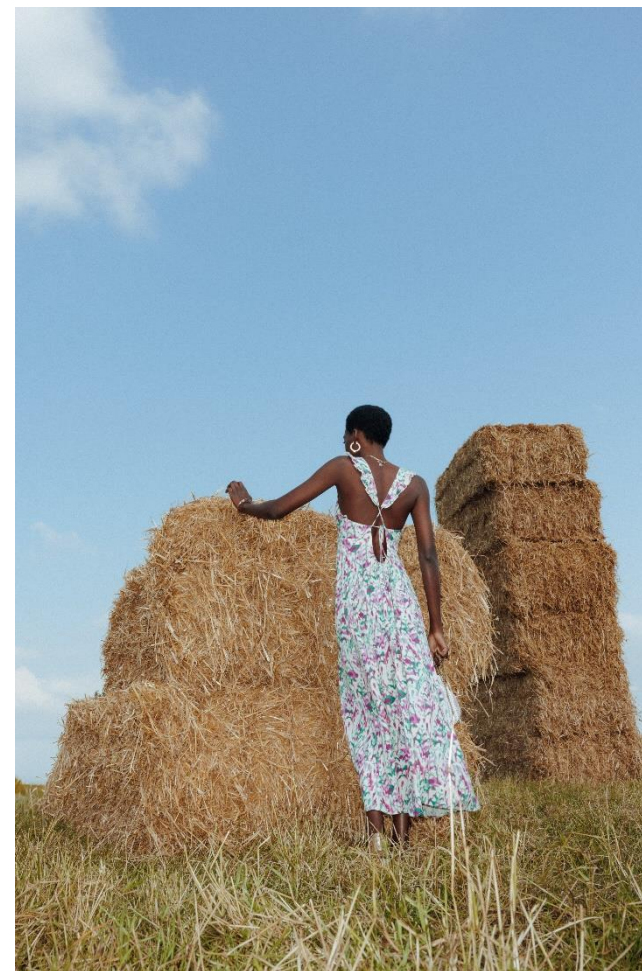
Nous proposons de plus en plus de collections « on demand » pour limiter les invendus, c'est-à-dire que nous ne produisons que la quantité commandée par les clientes.

Depuis le lancement de la pré-commande en 2019, **14 campagnes de pré-commandes ont été lancées**. Pour établir notre précommande, nous sollicitons fréquemment notre communauté.

Nos pièces en précommande sont créées et pensées au sein de nos ateliers de Marcq-en-Baroeul. Pendant une durée limitée, nos campagnes de précommande sont ouvertes, à l'issue desquelles nous lançons la production, réalisée par l'un de nos fournisseurs partenaires. La livraison du produit se fera alors sous plusieurs semaines.

En 2023, nous avons ainsi proposé à nos clientes des sweatshirts, une robe, des kimonos, un tailleur et un manteau.

Vous pouvez retrouver les pré-commandes directement sur le [site internet](#) de Promod.



« Nous travaillons chaque jour à améliorer et perfectionner ce système car nous sommes convaincus que la précommande est l'un des futurs modèles de consommation pour une mode moins impactante »

Juliette Devisscher, Cheffe de projet new business

PROMOD couture

Promod Couture est né suite à un constat simple : que faire de nos stocks de tissus dormants ? Nous avons alors décidé de commercialiser des coupons de tissus provenant de stocks dormants (matières ayant servies à la confection de nos collections Promod).

Par la suite, afin de parfaire l'expérience Couture nous avons adapté les patrons de pièces iconiques Promod afin de les proposer à nos clientes. Nos patrons sont imprimés sur du papier **recyclés** et assemblés par **l'Artésienne** au sein d'atelier des Hauts-de-France faisant appel à des personnes en situation de réinsertion.

Enfin, dans la logique d'une expérience **DIY** accrue nous avons ajouté à notre offre des kits « **Do It yourself** » : tricot, broderie et la banane prête à coudre.

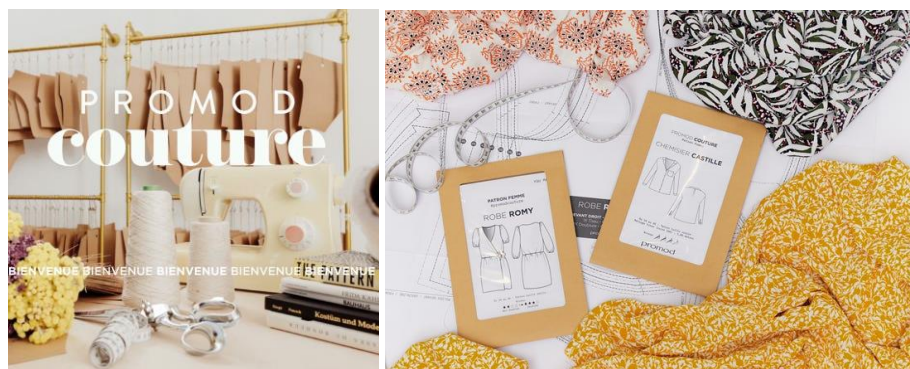
L'inclusivité est au **cœur** de notre démarche : tous nos patrons permettent de réaliser des pièces allant du **34 au 48**. Par ailleurs, nous avons souhaité que nos produits soient abordables, aussi bien en terme de prix que de technicité de couture.



POUR LIMITER LE GASPILLAGE, NOUS PROPONS AUSSI DES COLLECTIONS ISSUES DE NOS STOCKS DORMANTS

Nous proposons des collections réalisées dans nos stocks de tissus dormants pour développer l'économie circulaire et limiter le gaspillage. Certaines de nos vitrines sont réalisées à partir de ces stocks.

Ainsi, chaque saison, Julie et Laura – nos designers textile – imaginent de nouveaux motifs originaux, dessinés dans notre Studio de Création à Marcq-en-Barœul, près de Lille. Vous pouvez retrouver ces motifs Designed in Marcq en Barœul sur certains coupons de l'e-shop.



PROMOD COUTURE S'AGRANDIT

Promod a décidé de promouvoir la couture au travers de Promod Couture et d'accompagner la renaissance du secteur. Depuis la crise du Covid, nous constatons une recrudescence du **DIY**. Ainsi la couture attire de plus en plus d'adeptes. Promod, forte de son savoir-faire souhaite agrandir son offre pour accompagner au mieux ses clientes.

Depuis plusieurs années, Promod réfléchit à différents modèles pour réduire son impact environnemental afin de proposer une mode **moins impactante**.

Pour développer Promod Couture, nous avons entamé une collaboration avec la **marque Fier Comme un Paon**, une entreprise spécialisée dans les kits couture prêt-à-coudre sur mesure. Cette dernière avait par le passé également la **marque Louis Antoinette Paris**, spécialisée dans la confection de patrons.

Au travers de ces reprises, Promod s'engage à **soutenir** la filière française. Dans une logique de « **moins mais mieux** », nous souhaitons proposer à nos clientes une offre renouvelée, tendance et moins impactante.



Valentine Dolce, Cheffe de projet Innovation & Transformation

« Promod Couture c'est avant tout une aventure entrepreneuriale, la création d'une marque couture au sein de la marque Promod, avec une équipe de collaboratrices passionnées et motivées, qui mettent leurs compétences au service de ce beau projet que j'ai la chance de porter. »

En nous appuyant sur nos savoirs faire acquis depuis 1975, nous souhaitons offrir à nos clientes une expérience couture 100% Promod grâce à nos tissus provenant de stocks dormants, nos patrons de couture de modèles issus de nos collections et nos kits. »

PROMOD COUTURE X MARIE CLAIRE IDEES

Suite à une rencontre au salon Créations et Savoir Faire, **Marie Claire Idées** nous a proposé une collaboration pour leur numéro de mars/avril.

L'objectif : offrir aux **120 000 lectrices** un de nos **patrons au format PDF** et pour **10 000** d'entre elles, le **patron au format papier**.

Promod Couture a ainsi pu être mis en avant au travers de la rubrique « C'est le moment de ».

Les lectrices ont pu confectionner leur propre chemisier **CASTILLE**, pièce iconique Promod. Ce dernier était présenté cousu et arborant un imprimé Designed In Marcq-en-Baroeul.

Cette opération a comptabilisé **plus 630 téléchargements du patron CASTILLE !**



NOTRE DEMARCHE DE QUALITE

NOTRE AMBITION : ASSURER LA QUALITE DE NOS PRODUITS

Chez Promod, la qualité de nos produits est essentielle : nous voulons garantir à nos clientes une durée de vie dans le temps de leur produit (stabilité au lavage, tenue des couleurs, résistance des matières, boulochage...) et une satisfaction maximum.

Notre **objectif** : atteindre moins de 0,14% de produits vendus retournés par nos clientes pour un problème de qualité.

Objectif atteint en 2021 et une nouvelle fois en 2022 avec 0,13% de produits retournés à cause de défauts (soit 21 189 articles retournés).

SUIVI ET ACCOMPAGNEMENT DES FOURNISSEURS

Promod a décidé de s'inscrire dans une démarche d'assurance qualité afin d'associer nos fournisseurs et partenaires dans un processus d'amélioration continue, visant à réduire le taux de défaut de nos produits.

Chaque fournisseur et usine par la signature annuelle de nos conventions uniques s'engage à respecter notre cahier des charges qualité sur la durabilité de vie des produits et le strict respect des réglementations toxicologiques.

Le non-respect de ces cahiers des charges peut mettre fin à toute collaboration avec ces fournisseurs.

CONTROLE QUALITE

TESTS ET AUDITS TECHNIQUES

Des tests et des contrôles qualité sont réalisés par nos fournisseurs et par nos prestataires qualité à différentes étapes de production de nos produits :

- En laboratoire, pour tester nos matières et vérifier la résistance du produit (boulochage, lavage, dégorgeage, résistance des coutures) mais aussi pour nous assurer de l'absence de substances nocives
- En usine pour contrôler la conformité de nos productions
- Dans notre entrepôt avant la mise en ventes en ligne ou dans nos magasins

Les productions non conformes sont retravaillées par le fournisseur.

TESTS REALISES PAR LES PRESTATAIRES SUR LA SAISON HIVER 2022/2023

	Test sur matière de production en labo accrédité	Contrôle Conformité Produit avant envoi en entrepôt	Contrôle à la réception en entrepôt
Nombre de commandes contrôlées	1 021	666	73
Pourcentage de résultats conformes dès 1 ^{er} contrôle	89%	87%	42%

QUALITE et PERCEPTION CLIENTE

Deux fois par an, nous questionnons nos clientes par mail sur **deux critères** dédiés à la qualité :

- Le **critère à l'achat**, nous nous intéressons aux critères d'achat de nos clientes (matières naturelles, finitions...)
- Le **critère à l'usage** (tenue des couleurs, stabilité...)

L'**objectif** pour Promod est d'assurer un **retour cliente optimale** et **agir** sur les défauts qualité plus rapidement et efficacement. Ce retour de la part des clientes permet d'affiner nos process dans le détail en fonction du besoin des clientes.

Nous **engageons** occasionnellement des **questionnaires** sur des produits particuliers afin de déterminer le type de problème et la cause du mécontentement. Cette action nous assure d'aller toujours plus loin sur nos exigences.



Mathilde Delvallet,
Responsable
Pôle Qualité,
RSE et DD

« En 2022 nous donnions la parole à nos clientes afin de les interroger sur la qualité de nos produits pour en apprendre plus sur ce qu'elles apprécient et sur ce qu'elles aimeraient qu'on améliore.

A la suite de nos questionnaires réalisés en avril et décembre 2022, nous avons pu constater et engager des actions sur les points majeurs ressortant des questionnaires.

À la suite de ces remontées, nous avons entamé un travail sur le boulochage pull & manteau et des actions sur la qualité des matières de nos jeans.

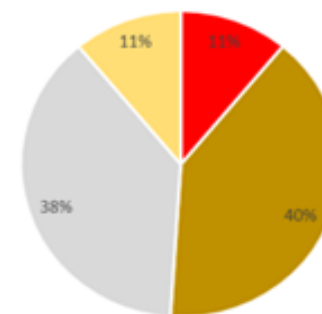
Nous avons ainsi pour objectif de proposer des vêtements encore plus qualitatifs et durables dans le temps »

EVALUATION DE NOS FOURNISSEURS

Promod audite les usines de production afin de valider leur capacité à répondre aux exigences qualité Promod. Ces résultats d'audit sont combinés aux résultats de contrôle afin de classer les usines dans un niveau de qualité.

Allant de **Or à Rouge**, ce système permet de mettre en place des **actions d'accompagnement adaptées selon grade de l'usine**. Une classification qualité est mis à jour tous les 3 mois afin d'évaluer à nouveau chaque fournisseur et d'adapter au mieux notre accompagnement et nos contrôles.

POURCENTAGE DES FOURNISSEURS PROMOD PAR NOTE (ROUGE, BRONZE, ARGENT, OR)



Répartition sur les usines de produit fini



#3 - TRANSPORT ET DISTRIBUTION

- *Objectif zéro plastique, p. 45*

- *Transports, p. 46*

- *Gestion des invendus, p. 47*

- *Magasins, p. 48*

Transports :

**Part de l'aérien de 9% en 2018 à 6%
en 2023 (soit l'équivalent d'environ 4
700 t équiv CO2)**

Gestion des invendus :

Stock résiduel de 3% par saison

Magasins :

16% de baisse des coûts énergétiques

OBJECTIF ZERO PLASTIQUE DANS NOS EMBALLAGES

En 2019, Promod & Fashiongreenhub ont initié un groupe de travail qui regroupe quatorze entreprises de la région lilloise et parisienne. Le but est de trouver des solutions pour atteindre zéro plastique à usage unique. Vous pouvez retrouver le livre blanc [ici](#).

SACS EN MAGASIN

Remplacement des sacs plastiques par des sacs krafts payants et des totebags en coton recyclé, correspondant à la réglementation du 1^{er} janvier 2022.

EMBALLAGES DES COMMANDES EN LIGNE

Pour les commandes en lignes, nous utilisons des enveloppes kraft, 100% recyclables. Elles sont issues de forêts gérées certifiées PEFC et sont composées de 30% de fibres recyclées. De plus, les cartons expédiés vers nos magasins sont 100% recyclés et réutilisés pour implanter la marchandise en magasin ou envoyés au siège.

En 2022, nous avons retiré les polybags sur les envois web sauf pour les produits froissables.

EMBALLAGE DEPUIS LA CONFECTION A NOS ENTREPOTS

Réduction des polybags : nos polybags servent à protéger depuis l'usine de confection jusqu'à nos magasins. Pour les denims et les pulls, nous avons décidé de remplacer le polybag par une bandelette cartonnée FSC ou recyclée, qui réduit de moitié l'empreinte carbone et qui facilite la recyclabilité ménagère. Pour les denims, la bandelette cartonnée a été mise en place.

Pour les produits plus fragiles (fluides et clairs), nous conservons un emballage plastique mais uniformisons sa composition pour faciliter le recyclage – nos emballages sont en polyéthylène basse densité (<40 microns) avec au minimum 50% de recyclé.



ACTIVITE - TRANSPORTS

Mode de transport (amont/aval)	Impact 2021* (teqCO2)	Part en volume 2022	Impact 2022 (teqCO2)	Part en volume 2023
Maritime	527	50%	833	60%
Route	1 915	40%	1 679	34%
Air	2 372	8%	2 424	6%
Sea/Rail	/	2%	/	/
Total	4 814	100%	4 936	100%

*impact lié au covid et fermeture magasins

Les **impacts carbone du transport** sont issus des différentes modalités de transport (maritime, route, aérien ...) et en fonction des activités amont (en provenance de nos fournisseurs) et aval (approvisionnement de nos magasins/clientes).

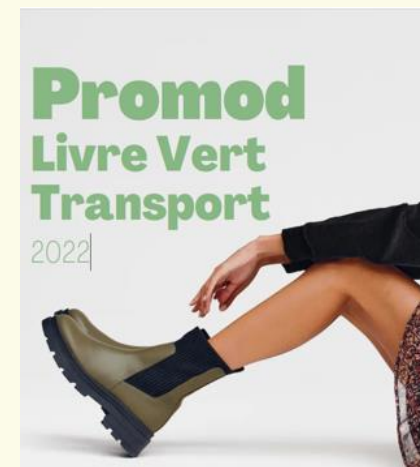
L'impact carbone **le plus important** concerne le transport aval (63% des émissions carbone contre 37% pour l'amont). Promod baisse sa part en volume au niveau aérien et privilégie le transport maritime. Les actions entreprises depuis 2018 (précédant bilan carbone) nous a permis de faire passer **la part de l'aérien de 9% en 2018 à 6% en 2023** (soit l'équivalent d'environ 4 700 t équiv CO2).

Un projet de mode de transport B2B d'expérimentation du dernier kilomètre sur toute la région parisienne est en cours afin de valoriser des transferts via du transport électrique.

LE LIVRE RSE TRANSPORT

Au travers du livre vert transport, cette initiative a pour objectif de mesurer la performance de nos partenaires sur 3 axes :

- **L'axe environnemental** : quantité d'émissions de gaz à effet de serre en tonnes équivalents pour l'activité de Promod en 2022 et l'activité globale de l'entreprise, évaluation des quantités d'émissions de GES évitées grâce aux actions menées, investissement et certification.
- **L'axe sociétal** : actions sociétales réalisées par l'entreprise, nombre d'emploi locaux générés par l'activité et montants investis.
- **L'axe social** : Taux de parité, âge moyen et nombre d'heures de formation par an par salarié.



UNE EVOLUTION DE LA REVERSE LOGISTIQUE

- REDUCTION, GESTION ET VALORISATION DE NOS INVENDUS

En conformité avec la Loi AGEC (Anti-gaspillage pour une économie circulaire), **Promod s'est engagé à définir des objectifs de réduction des invendus** en fin de saison.

Mais au-delà de l'objectif de réduction des invendus saison après saison, **Promod a lancé en 2022 un projet d'optimisation de la reverse logistique (reverse = rapatriement des invendus en fin de soldes vers les dépôts logistiques Promod)** ; projet dont l'objectif est de **limiter les coûts de transport et impacts environnementaux liés aux articles invendus** (impacts environnementaux de la production et impact carbone du rapatriement).

En effet, outre la perte de rentabilité incombée par les invendus, ces derniers engendrent des flux de transport importants :

- Lors de la reverse/rapatriement des stocks magasins invendus à la fin des soldes ; de nos magasins partout en France/Belgique/Luxembourg/Suisse vers le dépôt logistique dans le nord,
- Puis à nouveau pour la vente des invendus après saison (vente dans les magasins outlet Promod Stock, ou ventes via nos partenaires Veepee ou Soldeurs) avec des flux de transport des stocks d'invendus depuis les dépôts logistiques Promod vers ces solutions d'écoulement après saison.

Ce projet d'optimisation de la reverse logistique des invendus, passe par **l'identification d'acteurs locaux** (proches des magasins Promod concernés) qui pourraient utiliser ces stocks pour éviter de rapatrier une partie de ce stock vers notre dépôt logistique.

En 2022, ce projet a donc été lancé par les équipes MPA (merchandising planification and allocation), en transversalité avec la Direction de l'Offre et la Direction Client, afin de **diminuer l'impact environnemental de la reverse logistique et améliorer la traçabilité des produits invendus**.

Une équipe projet « Ecoologie » se penche actuellement sur la recherche de acteurs locaux pour valoriser nos stocks d'invendus (exemples : dons, soldeurs locaux, filières d'upcycling...), par zone géographique de nos magasins, et ainsi favoriser une économie locale et circulaire.

EN CHIFFRES :

Promod possède un stock résiduel de 3% par saison, ce qui équivaut à 250 000 pièces d'invendus.

OBJECTIFS 2023 :

Tester la valorisation de 8000 pièces d'invendus de la saison Printemps Eté 2023 auprès d'acteurs locaux localisés près des magasins sélectionnés

OBJECTIFS 2024 :

Tester la valorisation de 110 000 pièces d'invendus en France (invendus Automne Hiver 2023 et Printemps Eté 2024)

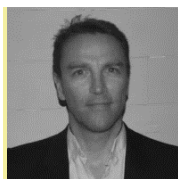
LES ACTIONS RSE AU TRAVERS DE NOS REFERENT.ES MAGASINS

Depuis 2022, avec la charte RSE magasin, nous donnons le pouvoir aux magasins d'agir dans des actions RSE afin de privilégier le **recyclage**, la **réduction**, le **tri**, la **sensibilisation** et la **prévention** des enjeux environnementaux dans l'industrie de la mode.

Des référent.es RSE sont les relais de cette ambition.



Nous avons **16 référent.es RSE** réparties au sein de nos magasins en France. Elles sont partagées selon la zone **Nord** et **Sud**. Chaque zone dispose de **8 référent.es** réparties dans une ville chacune. Un **projet de Cleanup Day** est en cours de structuration au sein des magasins.



« Nous souhaitons également engager les actions de RSE au sein de nos magasins. Pour cela, plusieurs référent.es RSE seront élus.es par région afin de diffuser les bonnes pratiques de RSE et d'animer des événements autour d'actions sociales, environnementales et sociétales avec nos clientes. »

- **Christophe Rys, Directeur France, Belgique, Luxembourg, Suisse**

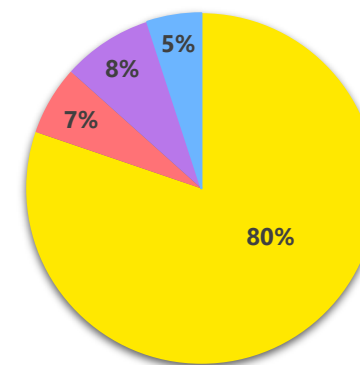
BAISSE DE L'ENERGIE UTILISEE DANS NOS MAGASINS

Nous disposons de 403 magasins répartis en France, Belgique, Luxembourg, Suisse et Malte.

Afin de réduire l'empreinte carbone de nos magasins en centre-ville, un processus interne recommande de fermer les portes lorsqu'il y a un écart de 8 degrés entre l'intérieur et l'extérieur du magasin. Cette action permet de baisser le chauffage en hiver et l'utilisation de la climatisation en été. Cette baisse nous a permis d'économiser 16% de coûts énergétiques et répondre à l'obligation.

La réduction d'énergie, au sein des magasins, est un enjeu majeur pour Promod puisque nos magasins représentaient 80% de notre consommation d'électricité en 2022, soit 12 008,530 MWh.

Consommation électricité en 2022 (MWh)



■ Magasins France ■ Siège France ■ Dépôt France ■ Filiale BE/LUX/CH

#4 - ENTRETIEN ET SECONDE VIE

- *Promod Reprise*, p. 50

- *Promod Seconde Vie*, p. 51

Promod Reprise :
38 000 vêtements collectés

Promod Seconde Vie :
**Plus de 12 500 pièces de seconde
main ont rejoint le dressing de nos
clientes.**

OFFRIR UNE SECONDE VIE A NOS VETEMENTS ET ACCESSOIRES



Agir pour une mode moins impactante c'est aussi intégrer la fin de vie des vêtements dans sa stratégie.

En novembre 2021, nous avons officiellement lancé **PROMOD REPRISE** en partenariat avec une entreprise qui collecte et trie les vêtements (REDIV by Patatam). Seulement 1/3 des vêtements de nos dressings sont portés au quotidien, nous proposons à nos clientes d'envoyer gratuitement les vêtements qu'elles ne portent plus toutes marques confondues pour les confier à notre partenaire.

En échange, nos clientes ont le choix entre un bon d'achat de 8 euros utilisable dès 40 euros d'achat ou un arbre à planter en partenariat avec l'association Reforest'Action.

Depuis Juillet 2022, une sélection des produits de seconde main, « Prêts à Reporter », est revendue dans certains magasins Promod, notamment nos Magasins Outlet. Nous nous assurons avec notre partenaire que tous les produits collectés aient une fin de vie positive et utile.



LE DEVENIR DE NOS PRODUITS COLLECTES

Promod encourage et facilite la collecte par digital, tout en priorisant l'expérience de re-achat en boutique pour séduire et rassurer ses clientes sur leurs achats 2nd main.

C'est un projet qui progresse pas à pas pour assurer une meilleure gestion et valorisation de nos produits en fin de vie. Promod travaille à construire une boucle circulaire.

Les vêtements collectés avec notre partenaire REDIV by Patatam ont plusieurs fins de vie :

- Les **vêtements réutilisables** sont destinés à la revente via un circuit de distribution en seconde-main en France et en Europe (71%), dont une partie est prioritairement revendue dans nos corners Seconde vie.
- Les **vêtements non-réutilisables** et **recyclables** sont aiguillés vers un acteur Français du recyclage pour être transformés en isolants biosourcés (24%).
- Enfin les **vêtements qui n'ont pas de débouchés en recyclage** sont valorisés énergétiquement (5%).

« Nous expérimentons une nouvelle chaîne de valeur pour proposer à nos clientes des vêtements femme de seconde main à prix accessible, les conseils mode et les services de nos boutiques en plus ! Nous progressons pas à pas avec la Reprise et la revente, deux piliers indissociables, pour garantir une boucle de circularité et des débouchés transparentes et positives aux produits collectés. » **Lucie THOMAS, Responsable Seconde Main**



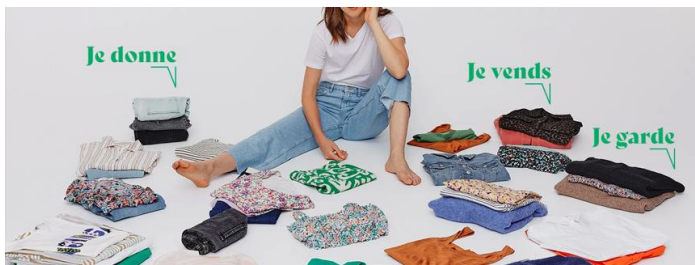
Seconde Vie

Promod s'engage dans une mode circulaire. Depuis l'été 2022, parmi les vêtements que vous nous retournez via Promod Reprise, notre partenaire de tri Rediv' by Patatam, sélectionne et réétiquette une sélection de produits Prêt à Re-porter qui sont revendus dans nos corners Seconde Vie. Toutes nos boutiques Outlet vendent désormais de la Seconde vie et des tests sont en cours depuis février 2023 dans les boutiques Promod classiques pour accueillir des articles de seconde main à nos espaces de vente. **Plus de 10 000 pièces de seconde main ont rejoint le dressing de nos clientes.**

Venez découvrir notre collection déjà portée, déjà aimée et à prix seconde main dans les boutiques participantes, voir ici [le lien](#)

TENDRE VERS LE MODELE CIRCULAIRE

Afin d'assurer la seconde vie de nos vêtements, nous intégrons la recyclabilité et la durabilité de nos produits dans nos choix d'éco-conception.



#RRRR

Nous participons à la campagne #RRRR (Réduisons, Réutilisons, Réparons, Recyclons) lancée par ReFashion depuis 2019 dans le but d'informer et d'inciter nos clientes à donner une seconde vie à leurs vêtements plutôt que de les jeter.

En 2022, le lancement de la 4^{ème} campagne a permis de sensibiliser du 23 septembre au 2 octobre le plus grand nombre au réflexe de la deuxième vie des produits.

Vous pouvez plus de détails sur la campagne #RRRR [ici](#).

Sur la partie réparabilité, nous souhaitons développer des études et des projets afin d'aider nos clientes à réparer plutôt que de jeter.

SENSIBILISER SUR L'ENTRETIEN DE NOS VETEMENTS

CONSEILS D'ENTRETIENS

Afin de limiter l'impact environnemental lors des lavages, séchages et repassages et afin de contribuer à allonger la durée de vie de nos produits, nous avons mis à disposition sur notre site internet un guide d'entretien des vêtements. Vous pouvez retrouver [ici](#).

Nous vendons également des sacs GuppyFriend afin d'éviter la prolifération de micro-particules dans les rivières et océans lors des lavages de vêtements en fibres synthétiques.

NOS ACTIONS SOCIETALES
POUR UNE MODE COLLABORATIVE ET
PLUS SOLIDAIRE AU SERVICE DES
FEMMES ET DE LA PLANETE

- *Promod & SOLFA, p. 53*

- *Ruban Rose & Boutique Rose, p. 54*

- *La Grande Taille, p. 55*

- *Autres actions, p. 56*

Promod & SOLFA :
25 862 euros reversés à l'association
SOLFA

Promod & RUBAN ROSE :
29 585 euros reversés à l'association
Ruban Rose

SOUTIEN A L'ASSOCIATION SOLFA

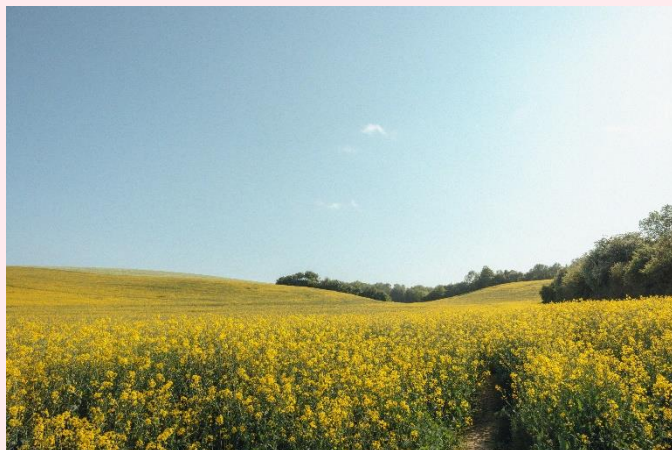
L'association SOLFA (Solidarité Femme Accueil) est une structure qui accueille, aide et met en sécurité des femmes et leurs enfants, victimes de violence ou en grande difficulté. Elle propose aussi des formations visant à les réinsérer dans la vie professionnelle.

Depuis 2017, Promod mène à bien plusieurs actions de solidarité, au siège et en magasin : vente de t-shirt au profit de l'association, grandes braderies solidaires et vente de chutes de tissus pour les collabs.

Nous organisons également des conférences de sensibilisation ainsi que des rencontres entre les femmes de l'association et les collaborateurs de Promod.

En solidarité avec l'association, Promod a lancé une collection « Femmes Libres » dont 100% des bénéfices du t-shirt et du sweat sont reversés à l'association.

Résultat : 25 862 euros reversés à l'association SOLFA de **février 2022 à février 2023**



En 2023, pour la première fois, l'association SOLFA Solidarité Femmes Accueil a lancé une tombola avec le soutien des entreprises de son fond de dotation dont Promod était acteur.

L'objectif fut **double** :

- Rendre plus visible les actions auprès du public général et également auprès de nos clientes.
- Générer un maximum de dons pour soutenir les femmes en grande difficulté, qu'accompagne Solfa au quotidien.

Résultats :

- Pour SOLFA au total, plus de 1700 billets vendus, récoltés et reversés soit plus de 190 nuitées d'hôtel qui pourront être financés.
- 10 participants à la loterie, qui se sont vus offrir une carte cadeau Promod d'une valeur de 200 euros.
- Et pousser l'engagement de nos collaborateurs et clientes en faveur des Femmes dont l'association SOLFA.



LUTTE CONTRE LE CANCER DU SEIN

Depuis 2019, **Promod s'engage auprès d'associations permettant de lutter contre le cancer du sein :**

- Via l'association **Ruban Rose** grâce à des dons et ventes des rubans roses et brochures en magasin,
- Via l'association **Dis-Camion** qui organise des sessions de dépistages,
- Dernièrement, via l'association « **Bien à porter** » qui aide à habiller les femmes ayant subi une mastectomie ou tumorectomie.

Une sensibilisation au siège et logistique a eu lieu pour sensibiliser sur le cancer du sein. Une capsule sur le sujet a été créée pour Octobre Rose disponible sur la Plateforme afin d'apporter une pédagogie à tous les collaborateurs.rices.

Résultat : 29 585 euros reversés à l'association Ruban Rose **février 2022 à février 2023.**



CREER UNE MODE ACCESSIBLE A TOUTES LES FEMMES

La collection **BOUTIQUE ROSE** a été sélectionnée en collaboration avec l'association Bien à porter, qui s'engage auprès des femmes en situation de handicap, souffrant de maladies.

Cette collection met en avant nos vêtements adaptés pour les femmes en situation de handicap léger ou ayant subi un cancer du sein.

PROMOD x BIEN À PORTER.com

Un produit Boutique rose prend en compte 3 critères principaux :

- **La COUPE :** la forme du décolleté, les emmanchures et le bas des manches
- **La MATIERE :** Elle doit être adaptée à la sensibilité cutanée causée par les traitements.
- **Le SYSTEME DE FERMETURE :** Le boutonnage doit être facile et adapté à la perte de sensibilité dans les doigts



LA GRANDE TAILLE

En **2022**, un projet « Grandes tailles » a été implémenté par les équipes de l'offre, le MPA et la transformation afin de proposer notre collection jusque la taille 48.

Ce projet est parti d'un constat du marché croisé avec des études de l'INSEE (Institut national de la statistique et des études économiques) et KANTAR.

Ces études ont mis en avant que l'extension de taille pour PROMOD jusque la taille 48 était une opportunité afin de **répondre aux besoins** d'une partie de nos clientes mais aussi de **recruter** des clientes potentielles.

L'objectif a été de rajouter la taille 48 de façon graduelle lors des créations de barème de taille.

La **taille 46** est présente pour l'ensemble de nos produits depuis **2021**, mais dorénavant depuis Juin 2023 elle est systématiquement présente en magasin.

Depuis **février 2023** c'est désormais la taille 48 qui est proposée sur le web sur la majorité de nos produits.

A partir de **juillet 2023**, toute la collection Promod est proposée en **taille 46 & 48** sur le web, et dans environ 1/3 du parc magasin Promod.





AUTRES ACTIONS SOCIETALES

REBOISEMENT AVEC REFOREST'ACTION

Promod a décidé de s'engager auprès de Reforest'Action pour participer au reboisement des forêts sur plusieurs continents.

Depuis 2019, c'est **129 352 arbres** plantés en Tanzanie, Indonésie, Brésil et Inde grâce à la participation de nos clientes.

Pour en savoir plus, rendez-vous sur [la page de notre contribution](#) sur le site de Reforest'Action.

PARTICIPATION ECONOMIQUE AUPRES DE L'UKRAINE

Promod s'est engagé auprès de l'Ukraine pour participer au soutien économique engendré par la guerre.

En 2022, Promod a reversé 40 457 euros pour le soutien à L'Ukraine.



POUR UN UNIVERS DE TRAVAIL JUSTE ET MOTIVANT

CULTURE DE PROMOD

LE MODELE CARE

Afin d'engager l'ensemble de nos collaborateurs.rices dans la **transformation** de notre modèle économique vers un modèle plus **précis, circulaire** et **communautaire** et de devenir une marque retail **responsable** et **sur-mesure (RRSM)**, nous avons lancé une transformation culturelle.

Ce modèle permet à chaque collaborateur.rice de revisiter ses manières de travailler, de communiquer et de manager au quotidien pour une collaboration efficace et performante au service du projet RRSM.

2022

103 collaborateurs.rices et managers ont été informés.es et sensibilisé.es au modèle CARE.

La démarche de sensibilisation se poursuit en 2023.

CURIOSITE

AGILITE

RESPONSABILITE

EXIGENCE



« Le modèle CARE a pour ambition de renforcer une collaboration fructueuse et efficace chez Promod, en actionnant individuellement et collectivement ces 4 leviers indispensables : la curiosité, l'agilité, la responsabilité et l'exigence. Ce modèle incarne le volet culturel de notre transformation, qui doit accompagner et faciliter l'évolution de notre business model.

La curiosité est le maître mot de cette transformation culturelle : il est important de s'ouvrir aux autres et aux évolutions de notre société afin de collaborer tous ensemble sur des problématiques communes. Tout seul on avance vite mais ensemble, on va plus loin ! »

- **Emilie Mouton-Messaïen, HR Business Partner**

DEVELOPPEMENT ET ACCOMPAGNEMENT DES COLLABORATEURS.RICES

FORMATION PLATEFORME



Dans un contexte d'entreprise multi sites, avec de nombreux collaborateurs.rices et des besoins réguliers d'accompagnement et de formation, nous avons déployé une application en 2020, appelée **La Plateforme**.

En 2022, La Plateforme prend **plus d'ampleur** auprès de nos collaborateurs.rices.

L'objectif de La Plateforme est de faire **monter en compétence** nos collaborateurs et les aider à **développer leur employabilité**.

Au travers de multiples sujets, chaque collaborateurs.rices de Promod peut envisager de développer sa curiosité sur le métier d'autres directions, de se former à l'éco-conception, mieux appréhender sa manière de travailler et de communiquer. C'est un outil complet permettant à chacune et chacun de Promod de nourrir la curiosité dans son quotidien.

La Plateforme s'ajoute à l'outil **NeoBrain** qui permet semestriellement de formaliser un échange entre managers et collaborateurs.rices pour partager un ressenti (bien-être, charge de travail, relations...), mesurer l'atteinte des objectifs du semestre écoulé, fixer ceux du semestre qui démarre et définir les plans d'accompagnement (formation...).

MODELE DE MANAGEMENT DE PROMOD

L'évolution de nos collaborateurs.rices et leur épanouissement est un engagement fort au sein de Promod.

Le modèle de Management prône l'autonomie et la responsabilité, l'exigence et la bienveillance, l'équité et le courage.

Le modèle de management s'établit sur les valeurs de Promod :

- **Authentique** : il s'agit de valoriser les « suppléments d'âme ».
- **Audacieux** : Il faut libérer et accompagner les énergies créatrices.
- **Enthousiaste** : Partager l'enthousiasme en toutes circonstances.
- **Engagé** : Cultiver l'engagement y compris dans les contextes de changement.
- **Ensemble** : Faire émerger la puissance du collectif.

L'objectif étant de faire vivre ces valeurs pour en faire des atouts, des leviers de performance au service du projet et de l'épanouissement de nos collaborateurs.rices.

FORMATION

En **2023**, le **catalogue Formation** a été enrichi et rendu accessible à l'ensemble des collaborateurs.rices afin d'accompagner le développement des compétences des collaborateurs.rices tant pour renforcer la maîtrise de leur poste que pour faciliter la mobilité interne et renforcer leur employabilité.

Cette offre est structurée par grands thèmes :

- **Management**
- **Soft Skills**
- **RSE, Développement durable et inclusion**
- **Santé, Sécurité et Prévention**
- **Informatique et Technologies**
- **Techniques métier**

Une part importante des formations réalisées sous forme de capsules sont en libre accès, donnant ainsi la possibilité à ceux qui sont curieux d'aller découvrir de nouveaux univers susciter de nouvelles vocations et de se responsabiliser.



La responsabilité de nos collaborateurs.rices, un des quatre leviers du modèle CARE, s'inscrit dans plusieurs formations au cours de l'année, comme la formation des Achats Responsables en mai 2022 pour la Direction de l'Offre.

BILAN

	FORMATION INTERNE	FORMATIONS EXTERNES (EFFECTUEES EN APPLICATION DE CONVENTIONS)	CONTRIBUTION LEGALE	TOTAL
MONTANT	709 381 €	311 245 €	487 136 €	1 507 762 €

Données de février 2022 à mars 2023

Nbre de collaborateurs .rices formé.es*	EMPLOYE	AGENT DE MAITRISE	CADRE	TOTAL
FEMMES	2 497	2 644	380	5 521
HOMMES	115	104	144	363
TOTAL	2 612	2 748	524	5 884
HEURES	3 003	16 252	2 648	21 903

Données de février 2022 à mars 2023

*chaque collaborateur est comptabilisé autant de fois qu'il a suivi une formation

COMMUNICATION INTERNE : INFORMER, ENGAGER, ANIMER

Nous avons à cœur, chez Promod de proposer une expérience de qualité à chacun de nos collaborateurs, pour les fidéliser et obtenir leur meilleur pour l'entreprise. C'est pourquoi nous nous engageons à satisfaire 3 de leurs besoins essentiels : **besoin de savoir**, **besoin d'agir**, et **besoin d'interagir**.

INFORMER

Chaque mois, une newsletter interne, « **La Newz by Promod** », offre à tous les collaborateurs.rices un contenu digital et riche sur l'actu de l'entreprise : **Le Tour de l'Actu en 10 mn**, ainsi que de nombreuses rubriques agendas, projets, engagements, portraits, défis...

L'objectif est **double** : donner du sens, en toute transparence, sur le projet d'entreprise, ses avancées et nos performances, mais aussi faire vivre la culture d'entreprise et le modèle CARE.

ENGAGER

Faire de chacun un acteur et un contributeur de la vie, du succès et des engagements de Promod, c'est une autre de nos missions. Pour cela nous veillons à développer les interactions et à encourager le dialogue entre les entités et services de l'entreprise. Régulièrement des Open Talk permettent à tous les collaborateurs.rices qui le souhaitent d'échanger sur un thème stratégique ou RSE, pitché par son chef de projet. De quoi enrichir les réflexions !



Par ailleurs, nous nous engageons à faire rayonner les initiatives, expériences ou idées de chacun, pour qu'elles servent le collectif.

Enfin, la communication interne permet à ceux qui le souhaitent de s'engager individuellement dans des causes qui nous tiennent à cœur : les femmes, l'environnement, l'inclusion.

Sensibilisation, mobilisation et incitations à passer à l'action ! (Clean Up Day, mentorat, Ruban Rose, etc...)

ANIMER

Pour qu'il fasse bon travailler chez Promod, il faut entretenir « l'esprit Promod », empreint de convivialité et d'authenticité ! Depuis 2022, un **Comité des Fêtes** transverse se charge d'animer la communauté des collaborateurs.rices avec l'organisation de soirées festives, ou encore les **Midis du Siège** lors desquels chacun peut partager sa passion ou son talent avec ses collègues. Méditation, danse, running, tournois de ping-pong ou encore jeux de société sont proposés lors de la pause déjeuner.

Enfin, des **conférences** inspirantes sont proposées en interne, afin de favoriser le développement personnel, la prise de hauteur et d'insuffler un nouvel élan dans notre quotidien opérationnel.

ENGAGER NOS COLLABORATEURS

Afin d'animer et piloter l'ensemble de nos engagements sociétaux, Julien Pollet, Président de Promod a souhaité mettre en œuvre un Comité d'engagement.

Ce dernier, composé de 3 membres du comité de Direction et de 6 collaborateurs.rices (issus des différentes Directions) assure la cohérence des actions menées avec le projet RRSM.

Ce comité a ainsi déterminé 3 thématiques prioritaires : **les femmes, l'environnement et l'inclusion.**

Au cours de notre exercice 2022, le global des dons effectués par l'entreprise a représenté près de 106 K€, 60% autour de ces 3 thématiques et 40% dans la cadre du soutien à la population en Ukraine. Ces dons sont composés à la fois d'opérations solidaires menées au côté de nos clientes et de nos collaborateurs.rices, et de versements directs de la part de l'entreprise.



PROJET MENTORAT

Depuis deux ans, Promod soutient le projet de **l'EPICC** : Ecole de Production Industrielle de Couture et Confection via des dons financiers, matériels et du mécénat de compétences.

Ce soutien s'est développé durant l'année avec le souhait de proposer aux collaborateurs de se lancer dans l'aventure du mentorat.

A la suite d'une formation délivrée par Proximité **13 Promodiens sont devenus mentors** pour des jeunes de l'EPICC mais aussi pour d'autres structures de la région. Le but de ce mentorat est d'accompagner au mieux ces jeunes pour les soutenir dans leur réussite scolaire et/ou professionnelle.

Le 8 février était l'occasion de prendre part à l'inauguration de l'école, de leurs locaux à Roubaix et de célébrer la seconde promotion avec comme **parrain** notre PDG Julien Pollet.

Durant cet évènement, le Président de l'EPICC, l'équipe pédagogique, le maire de Roubaix et des représentants du Conseil Régional ont pris part pour marquer l'évolution et l'efficacité de la relation entre Promod et l'école EPICC. Les élèves auront l'occasion de venir dans les locaux au siège pour découvrir et apprendre de leur mentor.

ASSURER LA QUALITE DE VIE AU TRAVAIL

Il s'agit de parvenir à une **performance saine et équilibrée, alliant les enjeux économiques, les attentes des salariés et leurs conditions de travail.**

Cette notion englobe : le climat social, le contenu du travail, la santé et la sécurité, les parcours professionnels, le management et l'égalité professionnelle pour toutes et tous.

Différentes actions ont été engagées ou accentuées en 2022/23 qu'il s'agisse des conditions de travail (ex : instauration d'un système de rotation sur le travail du samedi en magasin) ou de bien-être ensemble (ex : création d'un « comité des fêtes » qui organise des moments de convivialité et de partage pour les collaborateurs du siège et de la logistique) tout en maintenant des dispositifs d'accompagnement individuels pour les salarié.es qui rencontrent des difficultés (accès à une assistante sociale, à une cellule d'aide psychologique...).

En 2022 nous avons mis en place un nouveau baromètre permettant de connaître le niveau d'engagement des collaborateurs.rices en mesurant le niveau de recommandation pour leur entreprise. En juin 2022, le taux de participation était de 39% avec une note moyenne de 6.5 sur 10. **En juin 2023 la participation est passée à 41% avec une note moyenne de 7.4, et 75% des répondants ayant donné une note supérieure ou égale à 7** (contre 56% en 2022). Ce baromètre permet également de mesurer la satisfaction des collaborateur.rices sur les différents items du contrat social.

LE DIALOGUE SOCIAL

Le dialogue social regroupe les processus de négociations, de partage de l'information ou de consultation mis en place entre la Direction et les représentants de salariés. Il se traduit par des réunions périodiques entre les instances représentatives : le Comité Social Economique (CSE), les représentants de proximité, la commission santé sécurité et conditions de travail (CSSCT), les délégués syndicaux et le personnel de Promod afin de parler de différentes problématiques de l'entreprise.

La Négociation Annuelle Obligatoire a lieu chaque année. Elle permet de faire progresser ensemble, de manière juste et coordonnée, les salaires et les conditions de travail.

Le CSE est également consulté une fois par an sur trois thématiques : les orientations stratégiques, la situation économique et financière, et la politique sociale.

En 2022, plusieurs accords ont été conclus (un accord de droit à la déconnexion et du bon usage numérique ou encore des accords de négociation annuelle obligatoire, un accord égalité professionnelle et le renouvellement de l'accord handicap) et notamment la mise à jour de chartes (relatives aux déplacements professionnels, au télétravail...).

Le bon fonctionnement du dialogue social reflète la qualité des relations entre les différentes parties prenantes, il représente également un indice de performance durable pour l'entreprise.

DIVERSITE ET EGALITE DES CHANCES

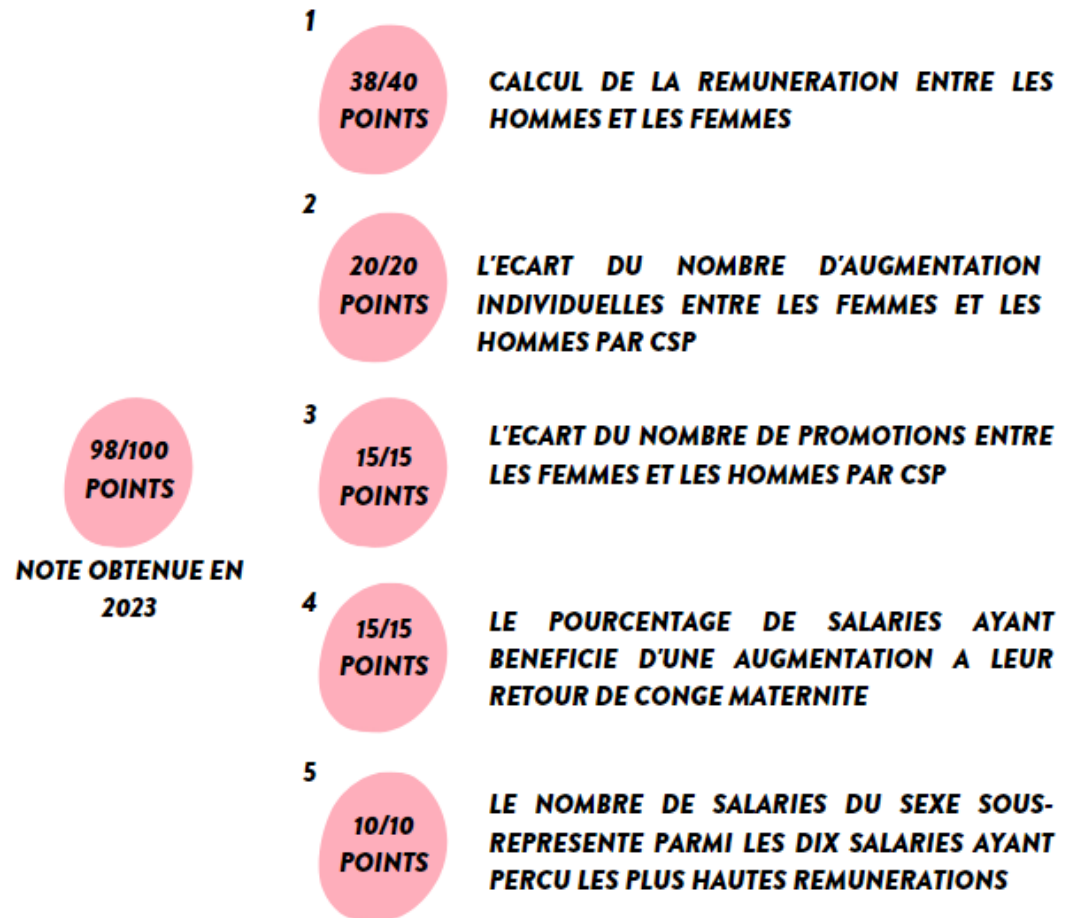
Nous ne faisons aucune distinction entre les hommes et les femmes, chaque personne est considérée en fonction de ses compétences.

Dans cette logique, un **accord sur les égalités 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, articulation vie privée/professionnelle et la formation. Ce nouvel accord a permis notamment d'octroyer un jour supplémentaire indemnisé pour un collaborateur avec un enfant malade.

Un index sur l'égalité de rémunération femmes-hommes a été mis en place conformément à la loi n°2018-771 du 5 septembre 2018 dite loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel (entrée en vigueur le 1er janvier 2019).

En comparaison à l'index précédent, nous avons augmenté notre note de **14 points (84 à 98)**, principalement par une adaptation du calendrier des augmentations en retour de congé maternité.

FOCUS SUR L'INDEX F/H



DIVERSITE ET EGALITE DES CHANCES

INCLUSION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Promod a signé un **4^{ème} accord sur le handicap** pour la **période 2023-2025**. Celui-ci a pour but de **poursuivre** et **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 Promod afin de mobiliser un maximum de collaborateurs.rices sur cet engagement.

Promod a actuellement un **taux d'emploi direct de 4.3%** et vise les 5.5% d'ici fin 2025.

- 1** Mise en place de sourcing permanent, de sensibilisation des recruteurs.euses et poursuite du travail pour une marque employeur plus handi-accueillante afin de recruter davantage de talents en situation de handicap.
- 2** **Sensibilisation** et **formation** de tous les **managers** à la diversité et à l'inclusion des personnes en situation de handicap
- 3** **Sensibilisation** auprès de **tous-tes les collaborateurs.rices** de Promod : ces actions peuvent être évènementielles (dans le cadre de la SEEPH par exemple) ou permanentes (sensibilisations grâce à des outils digitaux comme notre Plateforme de micro Learning).
- 4** **Accompagnement** des collaborateurs.rices en situation de handicap, notamment au niveau des aménagements de poste et démarches administratives, grâce à un réseau interne de 20 ambassadeurs.rices handicap.



FLORIAN WEPPE,
**CHEF DE PROJET DIVERSITE &
ENGAGEMENT SOCIAL**

« Depuis 2013, date de notre premier accord d'entreprise en faveur de l'emploi des personnes en situation de handicap, nous sommes engagés sur ce sujet. Parce que nous pensons que l'obligation légale sur le sujet est challengeante mais n'est pas une fin en soi, nous menons plusieurs actions afin d'aller plus loin.

Près de 600 collaborateurs.rices ont été sensibilisés au recrutement, à l'intégration et à l'accompagnement des personnes en situation de handicap ».

ACCESSIBILITE NUMERIQUE

Dans le cadre de notre engagement en faveur de l'inclusion, Promod s'engage à rendre plus accessible son site internet et mobile.

Pour rappel, 1 personne sur 4 a été, est ou sera confrontée à une situation de handicap au cours de sa vie.

En **mai 2022**, nous avons sensibilisé plusieurs responsables de service en Marketing, RH & DSI pour parler handicap et accessibilité numérique au travers d'ateliers d'accessibilité. L'enjeu était de partager une pédagogie sur l'importance et la complexité de l'accessibilité numérique pour toutes et tous dans un monde de plus en plus digital.

Cette démarche de sensibilisation et d'accompagnement des collaborateurs [rices](#) sur l'enjeu de l'accessibilité numérique a été accompagnée par une **conférence en septembre 2022**.

En application de l'article 5 du décret du 24 juillet 2019* relatif à l'accessibilité des services de communication au public en ligne aux personnes handicapées et selon le RGAA (Référentiel général d'Amélioration de l'Accessibilité), Promod mène un processus d'audit de son site afin d'être conforme au principe de l'accessibilité numérique. Vous pouvez retrouver notre pourcentage d'accessibilité en bas de site.

L'objectif est de présenter un site avec une accessibilité numérique à 95% pour l'année 2025.

Vous pouvez également retrouver le rapport d'audit sur le site, et l'actualisation sur ce dernier sera conduite par semestre.

PERFORMANCE ET EFFICIENCE

Nos équipes UX (expérience utilisateur.rice) et informatiques travaillent continuellement à développer un site plus performant et accessible pour les utilisateurs.rices de Promod.

L'objectif est double : améliorer les performances du site et rendre moins énergivore le site internet et mobile de Promod.

Pour cela, la conception d'un site éco-construit est en cours dans les équipes. Cette mise en place porte déjà ses fruits avec des résultats probants.

Promod a entrepris en 2022 une mise à jour de la typographie sur le site avec pour premier résultat :

- Avant la mise à jour : entre le **1er aout et le 30 septembre** pour **5 500 000 sessions** (connexion unique) avec une Typographie (Font) de **1,02 tonnes**.
- Après la mise à jour : entre **1 octobre - 30 novembre** pour **7 200 000 sessions** avec une Typographie (Font) de **0,68 tonnes**.

Promod s'engage à développer son site de manière moins énergivore et plus performant étape par étape durant les années à venir.

*[*Décret n° 2019-768 du 24 juillet 2019 relatif à l'accessibilité aux personnes handicapées des services de communication au public en ligne - Légifrance \(legifrance.gouv.fr\)](#)*

NOS INDICATEURS RH

Effectifs - février 2023

PAYS	Etablissement	Nombre de salarié	ETP	Moyenne Age
Belgique	MAGASIN	39	29	42
Luxembourg	MAGASIN	19	13	35
France	LOGISTIQUE	120	108	50
France	MAGASIN	1 878	1 475	32
France	SIEGE	333	317	41
France	TOTAL	2 273	1 859	34
Suisse	MAGASIN	49	31	31
Suisse	SIEGE	2	2	48
Suisse	TOTAL	51	33	32
	TOTAL GLOBAL	2 331	1 901	34

Organisation – février 2023

Site	CDI	CDD	ALTERN/STAGES
LOGISTIQUE	122	0	0
MAGASIN	1 566	107	91
SIEGE	310	8	12
TOTAL	1 998	115	103







Turnover – mars 2022 à février 2023

PAYS	Etablissement	%
Belgique	MAGASIN	6,1
Luxembourg	MAGASIN	23,2
France	LOGISTIQUE	2,1
France	MAGASIN	56,6
France	SIEGE	15,4
Suisse	MAGASIN	35,1







Absentéisme – mars 2022 à février 2023

PAYS	Etablissement	%
Belgique	MAGASIN	17,8
Luxembourg	MAGASIN	14,5
France	LOGISTIQUE	15
France	MAGASIN	9,5
France	SIEGE	3,9
Suisse	MAGASIN	11,7

#1 – INDICATEURS RSE : CONCEPTION ET CHOIX DES MATIERES









ACTIONS	DE JUIN 2021 à JUIN 2022			DE JUIN 2022 à JUIN 2023		
	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2022	EVALUATION DU RESULTAT	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2023	EVALUATION DU RESULTAT
Eco-conception	Lancement de la stratégie éco-conception avec nos critères, une grille de calcul éco-conception et formations	100% des collaborateurs.rices de l'Offre (style, achat, modélisme, qualité) formés		Mise à jour de la grille de calcul éco-conception et de la formation	Sortie de la grille en mai 2023 95% des collaborateurs.rices de l'offre re-formés	
				Formation des équipes de la direction MPA (Merchandising, planning et allocation des produits et stocks) et la direction CLIENTS (marketing, communication, service client...)	70% des collaborateurs de la Direction MPA & 50% de la Direction clients formés à l'éco conception	
	Valider un objectif à la direction de l'Offre pour les futures saisons	Objectif 3 produits éco-conçus par famille de produit (Pull, robe, pantalon) sur la saison printemps-été 2023		Création d'une capsule digitale de formation pour l'ensemble des collaborateurs.rices	Capsule éco-conception : 680 collaborateurs.rices magasins, soit 40% du parc magasin Promod	
				Objectif 3 produits éco-conçus par famille de produit (Pull, robe, pantalon) sur la saison printemps-été 2023 = 33 produits au total	10 produits éco-conçus au total	
				Valider un nouvel objectif à la direction de l'Offre pour les futures saisons	Objectif fixé à 3 produits éco-conçus par famille de produit sur la saison printemps-été 2024 = 33 produits au total sur une saison	x <i>Le résultat sera évalué en décembre 2023</i>

#1 – INDICATEURS RSE : CONCEPTION ET CHOIX DES MATIERES

ACTIONS	DE JUIN 2021 à JUIN 2022			DE JUIN 2022 à JUIN 2023		
	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2022	EVALUATION	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2023	EVALUATION
Analyse de cycle de vie (ACV)*	Test d'analyse de cycle de vie (ACV) pour identifier les principaux impacts environnementaux	20 ACV réalisées		Objectif 2023 : 90% de nos volumes couverts par des fournisseurs formés à la collecte de données	87% de nos volumes couverts par des fournisseurs formés à la collecte de données environnementales	
Utilisation de matière moins impactante (Promod For Good)	45% de nos références sur notre collection automne-hiver 2021/2022 et printemps-été 2022 <i>seuil à 15% minimum sur le poids total</i>	44% de nos références étaient Promod For Good ce qui représente un poids de 58% de nos volumes sur les deux saisons		50-60% de nos références sur notre collection automne-hiver 2022/2023 et printemps-été 2023 <i>seuil à 20% minimum sur le poids total</i>	45% de nos références étaient Promod For Good ce qui représente 61% de nos volumes sur les deux saisons	
Bien-être animal*	Veiller au bien-être animal via la traçabilité des fermes où sont produites nos matières animales et/ou l'utilisation des certifications bien-être animal	Traçabilité réalisée sur trois fermes (alpaga) et 1 audit réalisé sur une ferme de tonte (cachemire) Utilisation mohair avec certificat bien-être animal et mise à jour de notre cahier des charges pour l'alpaga (nomination de fermes ou utilisation du certificat bien-être animal)		Veiller au bien-être animal via la traçabilité des fermes où sont produites nos matières animales et/ou l'utilisation des certifications bien-être animal	Mohair interdit sans certificat bien-être animal <i>Projet en pause réévaluation de notre stratégie en 2024</i>	

*Évalué de septembre à septembre

#2 – INDICATEURS RSE : FABRICATION MOINS IMPACTANTE

ACTIONS	DE JUIN 2021 à JUIN 2022			DE JUIN 2022 à JUIN 2023		
	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2022	EVALUATION	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2023	EVALUATION
Contrôle des conditions environnementales dans les usines via des audits environnementaux ICS	Atteindre 98% d'audits environnementaux valides pour les usines de délavage (rang 1)	83% des usines avec un audit valide (rang 1)		Atteindre 100% d'audits environnementaux valides pour les usines de délavage (rang 1)	90% des usines avec un audit valide (rang 1)	
	Atteindre 95% d'audits environnementaux valides pour les usines de teinture/Impression (rang 2 direct)	51% des usines avec un audit valide (rang 2 direct)		Atteindre 100% d'audits environnementaux valides pour les usines de teinture/Impression dont l'audit social ICS est conforme (rang 2 direct)	65% des usines de teinture/impression avec un audit social ICS conforme ont un audit environnemental valide	
Accompagnement des usines et fournisseurs par l'équipe RSE pour mise en conformité sur le plan environnemental	Atteindre 95% d'usines de délavage avec un audit environnemental acceptable (rang 1)	83% acceptables (rang 1)		Atteindre 95% d'usines de délavage avec un audit environnemental acceptable (rang 1)	90% acceptables (rang 1)	
	Atteindre 70% d'usines de teinture/impression avec un audit environnemental acceptable (rang 2 direct)	51% acceptables (rang 2 direct)		<i>Pas d'objectif fixé, priorité sur l'avancement de la conformité sociale du rang 2 direct pour ensuite lancer le contrôle sur l'environnement</i>	53% acceptables (rang 2 direct)	

LEXIQUE

- Usine valide = usine avec un audit qui n'est pas expiré ou en cours de renouvellement
- Usine conforme = usine avec un audit social ou environnemental avec un résultat A, B ou C valide ou expiré
- **Usine acceptable = usine avec un audit valide + conforme**









#2 – INDICATEURS RSE : FABRICATION MOINS IMPACTANTE

ACTIONS	DE JUIN 2021 à JUIN 2022			DE JUIN 2022 à JUIN 2023		
	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2022	EVALUATION	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2023	EVALUATION
Contrôle des conditions sociales dans les usines via des audits sociaux ICS	Atteindre 98% d'audits sociaux valides pour les usines de confection et délavage (rang 1)	96% des usines avec un audit valide (rang 1)		Atteindre 100% d'audits sociaux valides pour les usines de confection et (rang 1)	99% des usines avec un audit valide (rang 1)	
	Atteindre 95% d'audits sociaux valides pour les usines de tricotage/tissage et teinture/Impression (rang 2 direct)	96% des usines avec un audit valide (rang 2 direct)		Atteindre 95% d'audits sociaux valides pour les usines de tissage/tricotage et teinture/Impression (rang 2 direct)	95% des usines avec un audit valide (rang 2 direct)	
Accompagnement des usines et fournisseurs par l'équipe RSE pour mise en conformité sur le plan social	Atteindre 95% d'usines de confection et délavage avec un audit social acceptable (rang 1)	95% acceptables (rang 1)		Atteindre 95% d'usines de confection et délavage avec un audit social acceptable (rang 1)	95% acceptables (rang 1)	
	Atteindre 70% d'usines de tissage/tricotage et teinture/Impression avec un audit social acceptable (rang 2 direct)	65% acceptables (rang 2 direct)		Atteindre 70% d'usines de tissage/tricotage et teinture/Impression avec un audit social acceptable (rang 2 direct)	68% acceptables (rang 2 direct)	










LEXIQUE

- Usine valide = usine avec un audit qui n'est pas expiré ou en cours de renouvellement
- Usine conforme = usine avec un audit social ou environnemental avec un résultat A, B ou C valide ou expiré
- **Usine acceptable = usine avec un audit valide + conforme**







#2 – INDICATEURS RSE : FABRICATION MOINS IMPACTANTE

ACTIONS	DE JUIN 2021 à JUIN 2022			DE JUIN 2022 à JUIN 2023		
	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2022	EVALUATION	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2023	EVALUATION
Développement Promod couture (réduction de nos stocks dormants et développement patrons)	Proposer des services de réparation (services à l'utilisateur, mise à disposition de pièces détachées...)	152 ventes		Proposer des services de réparation (services à l'utilisateur, mise à disposition de pièces détachées...)	283 ventes	
Suivi de notre plan d'action qualité : Mesurer et maintenir la qualité de nos produits et leur durabilité dans le temps	Atteindre moins de 0,14% produits vendus retournés par nos clientes pour un problème qualité	0,12% de produits retournés par les clientes à cause d'un défaut qualité		Atteindre moins de 0,14% produits vendus retournés par nos clientes pour un problème qualité	0,13% de produits retournés par les clientes à cause d'un défaut qualité	
Traçabilité des usines indirectes (relation non contractuelle)	Tracer le rang 2 indirect pour nos 12 plus gros fournisseurs	66 usines de rang 2 tracées pour les 12 plus gros fournisseurs forfait		Tracer les usines de rang 2 indirect	219 usines tracées au rang 2 indirect	
Sensibilisation et Formation	Organisation de conférences auprès de nos fournisseurs pour les informer et les former aux exigences réglementaires	2 conférences (législation RSE et éco-conception)		Organisation de conférences auprès de nos fournisseurs pour les informer et les former aux exigences réglementaires	2 conférences (traçabilité et affichage environnemental)	









#3 – INDICATEURS RSE : TRANSPORT ET DISTRIBUTION

ACTIONS	DE JUIN 2021 à JUIN 2022			DE JUIN 2022 à JUIN 2023		
	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2022	EVALUATION	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2023	EVALUATION
Développement nos magasins sur des actions RSE	Créer une charte RSE	Réalisation d'une charte et de groupe de travail RSE		Mise en place de groupes de travaux (Clean up Day)	/ <i>Projet en cours</i>	
Optimisation de nos modalités de transport (amont/aval)	Réduire l'usage du transport aérien (usine de confection-entrepôt)	Part des articles acheminés par l'aérien à 8%		Réduire l'usage du transport aérien (usine de confection-entrepôt)	Part des articles acheminés par l'aérien à 6%	
Réduction de l'usage du plastique Groupe de travail Fashion Green Hub	Passer sur des emballages 0 plastique	100% de nos enveloppes web passées en kraft		/	/	
		118 tonnes de plastiques en moins entre 2019 et 2022				
Maitrise de nos consommations d'énergie et d'eau	Baisser la consommation d'énergie dans nos magasins	16% de réduction coûts énergétiques dans nos magasins par rapport à l'année précédente		Baisse de la consommation d'électricité en logistique	Mise en place d'un éclairage en LED, <i>*résultat sur l'exercice 2023/2024</i>	
Diminuer nos invendus de fin de saison (stock résiduel) et valorisation de nos invendus	/	/	/	Projet test sur 8000 pièces en France en septembre/octobre 2023 (sur la base des invendus de la saison Printemps Eté 2023)	/	

#4 – INDICATEURS RSE : ENTRETIEN ET SECONDE VIE

ACTIONS	DE JUIN 2021 à JUIN 2022			DE JUIN 2022 à JUIN 2023		
	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2022	EVALUATION	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2023	EVALUATION
Sensibilisation de nos clientes à l'entretien	Mettre en place des actions de sensibilisation sur l'entretien du linge	Guide d'entretien sur le site internet de Promod (page engagement)		/	/	
		mise en place d'une FAQ				
Assurer la gestion, valorisation et fin de vie de nos vêtements = PROMOD REPRISE	Promouvoir des services de collecte de vêtements de seconde main ou usagés	29 000 vêtements collectés (<i>novembre 2021- juin 22</i>)		Promouvoir des services de collecte et de revente de vêtements usagés	38 000 vêtements collectés (juillet 22 à juin 23)	
Assurer la seconde de vie de nos vêtements = PROMOD 2ND VIE	Proposer nos vêtements Promod de seconde main revendables collectés à travers Promod Reprise à la vente	/		Proposer nos vêtements Promod de seconde main revendables collectés à travers Promod Reprise à la vente	12 500 vêtements (juillet 22 à juin 23)	

#5 – INDICATEURS RSE : ACTIONS SOCIETALES

ACTIONS	DE JUIN 2021 à JUIN 2022			DE JUIN 2022 à JUIN 2023		
	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2022	EVALUATION	OBJECTIFS	RESULTATS A JUIN 2023	EVALUATION
Rendre la mode accessible à toutes les femmes	Développement de la Boutique Rose regroupant les vêtements adaptés aux femmes ayant subies un cancer du sein	45 340 euros reversés pour l'association Ruban Rose (février à février)		Développement de la Boutique Rose regroupant les vêtements adaptés aux femmes ayant subies un cancer du sein	29 585 euros collectés pour Ruban Rose en 2022 (février à février)	
	/	/	/	Création Projet Grande Taille	/ <i>Projet en cours</i>	
S'engager auprès des femmes	Collaboration avec l'association SOLFA	20 658 euros reversés à l'association Solfa (février à février)		Collaboration avec l'association SOLFA	25 862 euros collectés pour Solfa (février à février)	
Soutenir des projets d'agroforesterie	Participation à des programmes de reboisement à travers le monde avec Reforest'Action	Depuis 2019 101 400 arbres plantés		Participation à des programmes de reboisement à travers le monde avec Reforest'Action	Depuis 2019 129 352 arbres plantés	
Soutien économique à l'Ukraine	/	/	/	/	40 457 euros reversés	

MERCI !



PROMOD