

STATION PROMOD
(Marcq-en-Barœul)

RAPPORT RSE

2025



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

Nous vous présentons nos actions selon les grandes thématiques suivantes : **la production, les nouveaux business, les actions sociétales** et tout ce qui est réalisé en **interne** pour et par les collaborateurs.rices **PROMOD**. Un reporting détaillé et un lexique sont également disponibles en annexe. Les mots expliqués dans le lexique seront identifiés par une * et cliquables. Le pictogramme suivant vous permettra de revenir facilement au sommaire du rapport.



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

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

Les liens vers les précédents rapports :

[RAPPORT 2022](#)

[RAPPORT 2023](#)

[RAPPORT 2024](#)

SOMMAIRE

A PROPOS DE PROMOD

Edito

Histoire de PROMOD

Chiffres clefs

Notre approche RSE

Gouvernance

Notre communication RSE

LES IMPACTS LIÉS À NOTRE ACTIVITÉ

Bilan carbone

Matrice de risque

Evaluation Ecovadis

PRODUCTION

Notre sourcing

Traçabilité

Les audits

Notre démarche qualité

PRODUITS

Matières premières

Eco-conception

Affichage environnemental

TRANSPORT & DISTRIBUTION

Gestion des inventus

Les modes de transport

Les consommations d'électricité

NOUVEAUX BUSINESS

Made in France

Arrêt de la fabrication à la demande

Promod couture

Seconde vie

SOCIÉTAL

Soutien aux associations / Boutique rose

L'extension de taille

Les performances numériques

INTERNE

Culture de l'entreprise

Qualité de vie au travail / Dialogue social

Diversité & égalité des chances

Développement des compétences

Communication interne / Engagement des collabs

Bilan Social

ANNEXES



A PROPOS DE PROMOD

*Entreprise familiale française, **PROMOD** se distingue par son histoire humaine et engagée.*

Nous renforçons aujourd'hui notre démarche RSE, avec pour objectifs : réduire notre impact social et environnemental, garantir des conditions de travail respectueuses, et promouvoir les droits des femmes, la diversité et l'inclusion.

Dans une volonté de transparence, nous communiquons régulièrement sur nos initiatives et poursuivons une dynamique d'amélioration continue.

EDITO

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

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

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

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



PROMOD

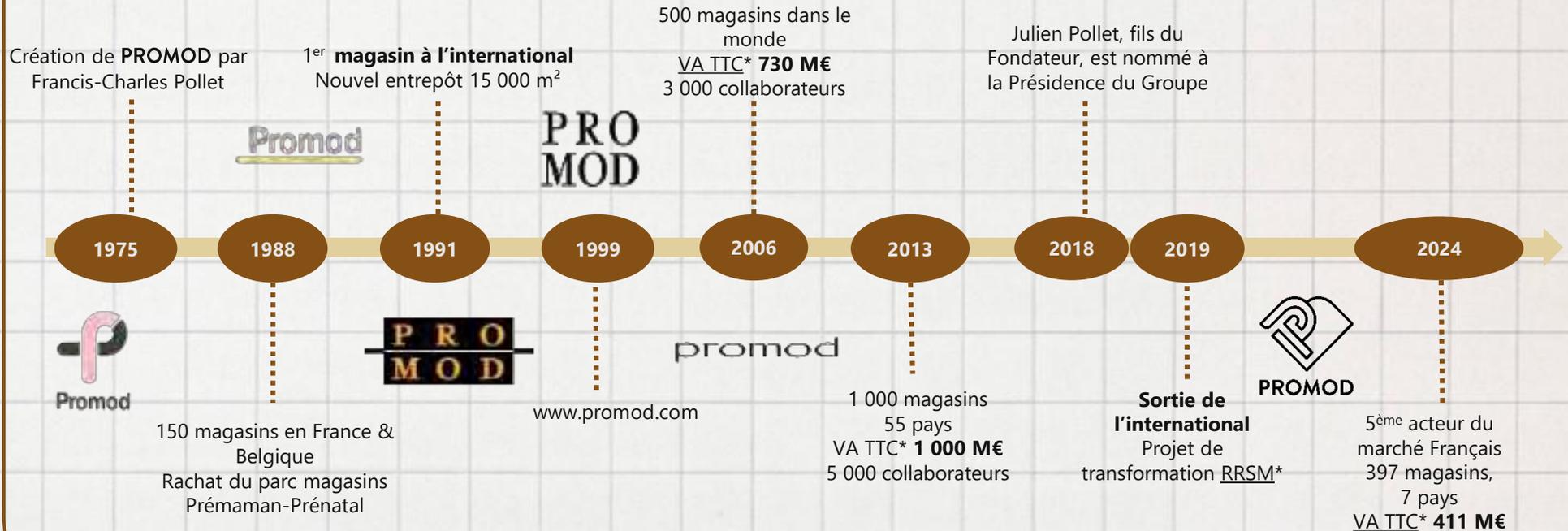


Julien POLLET,
Président

HISTOIRE DE PROMOD

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

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



CHIFFRES CLEFS

411

Millions €
Volume d'affaires TTC¹

397

Magasins
(312 succursales, 85 partenaires)¹

~ 10

Millions de clientes¹

15

Millions de pièces vendues¹

2173

Collaborateurs.rices³

44%

Des matières utilisées sont moins impactantes²

134

Fournisseurs de produits finis et de tissus en relation directe²

768

Usines tracées²

97%

Usines de rang 1 et 2 directs avec un audit ICS* social conforme²

94%

Usines de rang 1 et 2 directs avec un audit ICS environnemental conforme²

393

Tonnes CO2
Scope 1*

951

Tonnes CO2
Scope 2*

313 326

Tonnes CO2
Scope 3*

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

²Chiffres au 1er juin 2025 - Chiffres au 28 février 2025



NOTRE APPROCHE RSE

De l'ambition à la transformation

Depuis 2019, nous avons placé la RSE au cœur de notre stratégie d'entreprise, avec le lancement de notre projet **RRSM*** – **Retail Responsable et Sur Mesure** articulé autour de **trois axes fondamentaux** :

Moins de produits mais en quantité plus juste, moins de stocks, sans forcer à la consommation (réductions)



Des produits faits pour durer dans leur style et leur usage

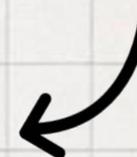
Mieux produire : qualité, traçabilité et respects des droits humains et environnementaux

EN CHIFFRES¹

INDICATEURS RRSM	2024	EVOLUTION VS 2023
CA	395 132 936 €	10,2%
PMV	25,75 €	5,8%
DECOTE	-15,5%	-13,9%
VOLUMES VENDUS	15 345 975 pces	4,2%
NOMBRE REFERENCES	2 884	-2,1%
RESIDUEL	286 000 pces	-12,6%



Clique sur l'image pour regarder notre Micro Espresso sur le sujet



CA, PMV, DECOTE, VOLUME : Données sur des années fiscales
 NBRE REFERENCES, RESIDUEL : Données saison : 2023 = PE23+AH23*

¹Hors Promod stock et hors bijoux en concession et achats marketing/DIY/Seconde main



NOTRE APPROCHE RSE

Depuis 2019, notre chemin de transformation en profondeur avec notre stratégie **RRSM** n'a pas été linéaire, mais il nous a permis d'apprendre et de progresser pas à pas.

Aujourd'hui, les premiers résultats montrent que nous avançons dans la bonne direction :

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

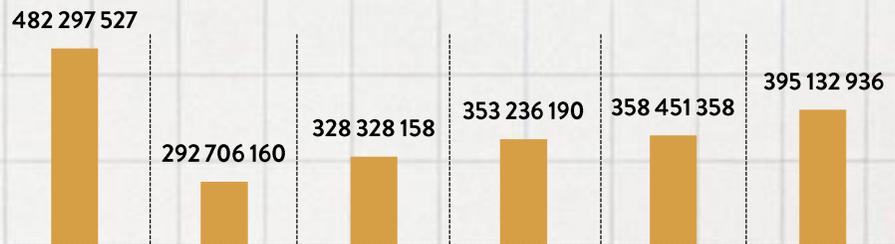
Ces avancées sont rendues possibles grâce à :

- Une meilleure capacité à **anticiper les attentes de nos clientes**,
- Une **souplesse accrue dans nos achats**, comme en 2024 où nous avons légèrement augmenté nos volumes pour répondre à une demande plus forte qu'anticipée,
- Une volonté de **mieux valoriser chaque pièce**, en misant sur la qualité et la désirabilité plutôt que sur la multiplication des références.

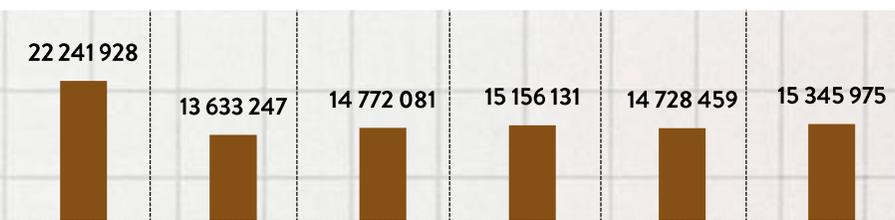
Nous savons que cette transformation est encore en cours, mais ces résultats nous confortent dans l'idée qu'un modèle plus responsable est possible.

¹ en 2019 le nombre de magasins PROMOD était plus important et 2020 a été l'année du covid.

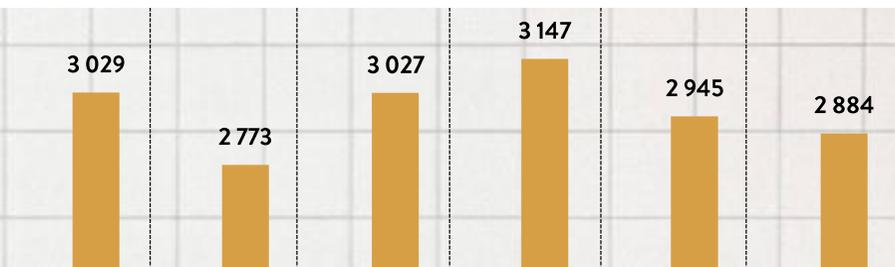
CA



VOLUMES VENDUS



NOMBRE DE RÉFÉRENCES



	2019 ¹	2020 ¹	2021	2022	2023	2024
PMV	21,68	21,47	22,23	23,31	24,34	25,75
DÉCOTE	-20,9%	-23,5%	-19,2%	-19,7%	-18%	-15,5%



NOTRE APPROCHE RSE

De l'ambition à la transformation

2025 : vers RRSM#2, une nouvelle étape avec la notion de « juste »

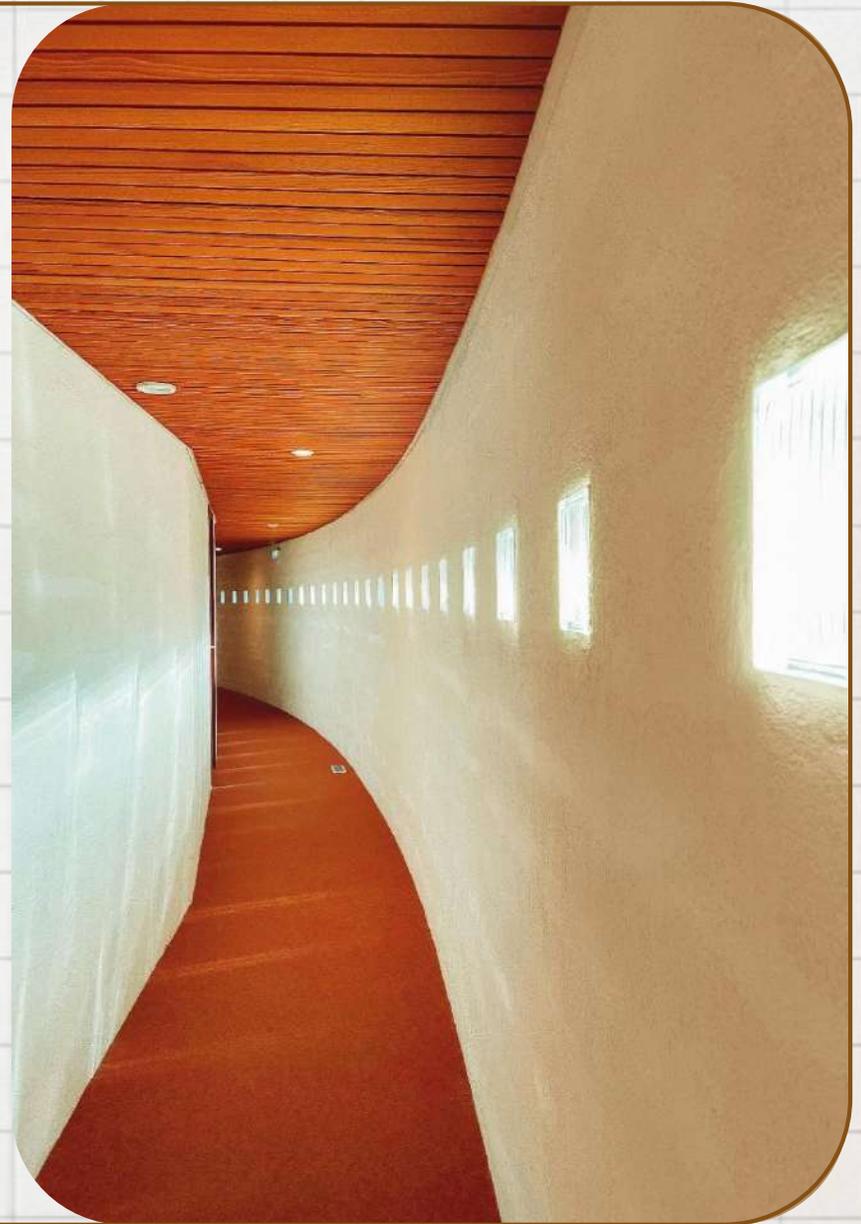
En 2025, nous franchissons une nouvelle étape en lançant **le RRSM#2**, en cohérence avec notre volonté constante d'amélioration. Dans cette nouvelle version, la notion de « **juste** » remplace celles de « **moins** » et « **mieux** ». En effet, il ne s'agit plus seulement de réduire ou d'améliorer : il s'agit de viser ce qui est **juste**, à chaque étape du cycle de vie du produit.

- **Juste en quantité** : produire en volumes maîtrisés, adaptés aux besoins réels.
- **Juste en qualité** : proposer des pièces pensées avec exigence, sans excès, sans compromis sur les matières ou le bien-être.
- **Juste avec nos parties prenantes** : établir des relations fondées sur la transparence, la confiance et la réciprocité.
- **Juste en prix** : redonner de la valeur à nos produits et maintenir l'accessibilité pour nos clientes.
- **Juste en impact** : mesurer et réduire les effets de notre activité sur l'environnement et les ressources naturelles.

La notion de « **robustesse** » intègre également le RRSM#2. Travailler la robustesse permettra de renforcer notre résilience face aux aléas économiques et environnementaux, tout en assurant une rentabilité durable.

Une vision cohérente, une action concrète

Le passage du RRSM au **RRSM#2** nous permet de continuer à nous transformer en profondeur et de challenger notre façon de penser, de concevoir, de piloter notre activité mais aussi de développer, sur les prochaines années, un enjeu fort dans notre domaine d'activité : **la circularité**.



NOTRE APPROCHE RSE

2024 : année de la restructuration

La gouvernance ainsi que la stratégie RSE & Engagements ont été retravaillées fin 2023 (voir rapport RSE 2024) afin d'accompagner notre ambition RSE. Nous avons conservé nos **5 priorités RSE** et les **3 piliers d'engagements**, car ils constituent une base claire, cohérente et mobilisatrice :

5 AXES RSE :

- 1. RÉGLEMENTAIRE** : garantir la conformité réglementaire et préparer les réglementations à venir.
- 2. MESURE ET PILOTAGE** : préparer les années à venir en définissant des indicateurs et des objectifs à atteindre pour piloter les impacts.
- 3. PRODUITS MOINS IMPACTANTS** : accélérer notre travail sur l'impact environnemental et social de nos produits.
- 4. VISIBILITÉ CLIENTES** : informer nos clientes de nos actions en toute transparence, en veillant à simplifier les messages.
- 5. ENGAGEMENTS DES COLLABORATEURS** : sensibiliser et former les collaborateurs à nos enjeux et engagements RSE.

3 PILIERS D'ENGAGEMENT :

- 1. LES FEMMES** : soutien des Femmes en grandes difficultés (association SOLFA) et lutte contre le cancer du sein (association Ruban rose).
- 2. INCLUSION** :
 - Côté collabs : garantir une expérience collaborateur inclusive à tous les moments de sa vie chez PROMOD et permettre à chacun de s'engager via différents dispositifs (« Diversité des chances »).
 - Côté produit : proposer une offre élargie du 34 au 48, une boutique rose et une sélection de produits maternité « Magic Mamma ».
- 3. ENVIRONNEMENT** : en parallèle des projets stratégiques RSE, PROMOD propose à ses collaborateurs de participer à des actions en faveur de la planète (« Engagement des collabs »).

Notre feuille de route est disponible en [Annexe 2](#)

Pour piloter cette dynamique, le Comité de Pilotage RSE & Engagements 2.0 a été mis en place début 2024. Composé de représentants de chaque direction, il a joué un rôle central dans la coordination, la priorisation et la réalisation des projets de notre feuille de route RSE & Engagements. Il a permis d'assurer l'alignement entre ambition, faisabilité et résultats, tout en renforçant l'engagement de toutes les équipes.

Préparer le futur : 2025, année de convergence stratégique

Les travaux menés en 2024 ont permis de **préparer le terrain pour une évolution structurante de notre stratégie en 2025**. Avec le lancement début 2025 du projet **RRSM#2**, l'année est marquée par une **phase d'alignement stratégique cruciale**.

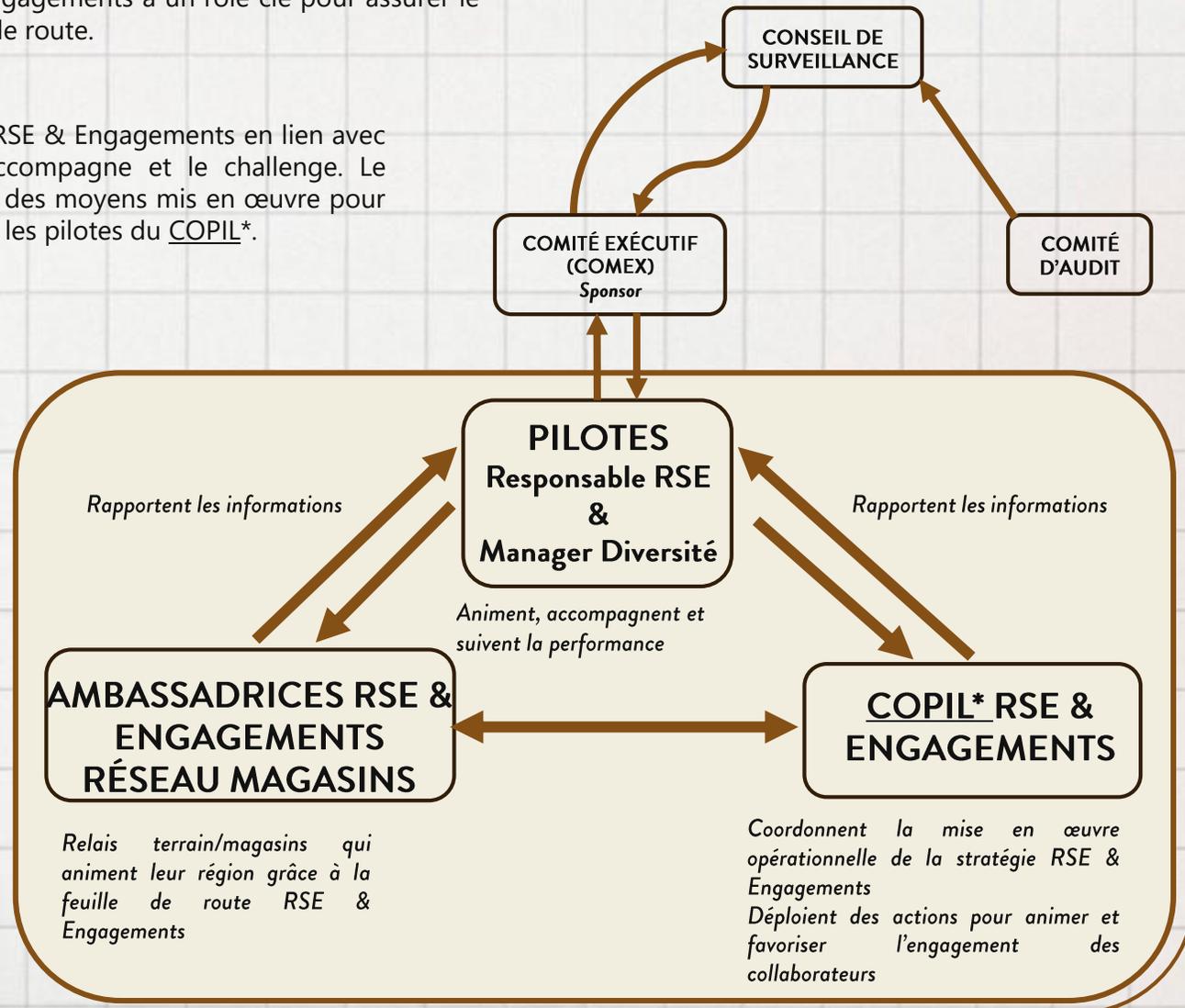
Nous faisons **converger progressivement nos démarches RSE, achats, produit et circularité** afin de construire des objectifs communs, des pratiques cohérentes, des systèmes robustes et une vision partagée du « juste ». C'est dans cette logique que s'inscrit le **RRSM#2**, avec pour ambition de produire moins, produire mieux, et au prix le plus juste.



GOVERNANCE

Redéfinie fin 2023, la gouvernance RSE & Engagements a un rôle clé pour assurer le respect et la mise en œuvre de notre feuille de route.

- Le COMEX* définit et pilote la stratégie RSE & Engagements en lien avec le CONSEIL DE SURVEILLANCE qui l'accompagne et le challenge. Le COMEX est décisionnaire et responsable des moyens mis en œuvre pour déployer la feuille de route proposée par les pilotes du COPIL*.
- Le COMITÉ D'AUDIT évalue la robustesse du contrôle interne dans le cadre de la durabilité et de la gestion des risques RSE, ainsi que la tenue et le respect de notre feuille de route et de nos engagements.
- Le COPIL* RSE et le COMITÉ ENGAGEMENTS ont fusionné. Ils sont chargés de la réalisation des projets de la feuille de route.
- Le sponsor du COPIL est notre président Julien POLLET. Il soutient, supervise et accompagne les PILOTES.



NOTRE COMMUNICATION RSE

En 2024, nous avons fait le choix d'intégrer pleinement la RSE au cœur de notre stratégie de communication, au-delà d'un simple complément à notre discours de marque. Plutôt que de nous limiter à des prises de parole ponctuelles lors de « temps forts », nous avons engagé **une démarche de communication continue**, sincère et pédagogique, tout au long de l'année, pour partager nos engagements, nos objectifs et les avancées concrètes de notre démarche RSE. C'est dans cette dynamique que nous avons repensé notre stratégie de communication RSE en 2024, en structurant notre discours autour de six axes majeurs :

- **Qualité & Durabilité**
- **Quantité & Stocks raisonnés**
- **Traçabilité**
- **Affichage Environnemental**
- **Engagements sociétaux**
- **Mode circulaire**

Pour rendre nos actions RSE plus accessibles et compréhensibles, nous avons testé de **nouveaux formats courts et engageants**, comme les «*micro-expresso*». Ces expérimentations ont permis d'aborder avec pédagogie et transparence des sujets structurants tels que notre stratégie «**Moins & Mieux**» ou encore la **traçabilité de notre chaîne d'approvisionnement**.

Cependant, cette nouvelle approche s'est accompagnée de **plusieurs défis** :

- **Identifier les bons moments pour prendre la parole**, dans un calendrier déjà dense en communication produit et commerciale, sans brouiller notre message.
- **Assurer la cohérence entre nos preuves RSE et les mises en avant produits**, afin de garder un discours aligné, crédible et lisible pour nos clientes.
- **Traduire des sujets techniques complexes en formats courts**, tout en restant précis, pédagogiques et engageants, ce qui s'est révélé être un véritable challenge.

Ces apprentissages nous permettent d'affiner notre stratégie de communication RSE pour les années à venir, avec l'ambition de construire un discours toujours plus clair et transparent.

LES IMPONDERABLES DE NOTRE COMMUNICATION RSE

TRANSPARENCE :

Afin d'aller toujours plus loin dans notre communication RSE nous souhaitons apporter plus clarté, de fiabilité et de transparence à nos prises de parole.

Pour ce faire, nous travaillons étroitement avec l'ensemble des métiers experts Promod afin de garantir l'accès à une information vérifiée, contextualisée et compréhensible par tous.

A L'ECOUTE DE LA CLIENTE :

Nous souhaitons inclure davantage notre cliente au sein de notre stratégie RSE et de notre communication RSE.

Pour cela, nous réalisons des tables rondes, des sondages ou encore des études afin de répondre au mieux aux attentes de nos clientes en ce qui concerne nos prises de parole RSE.

Nous nous interrogeons continuellement sur comment embarquer nos clientes simplement, avec les bons formats et les bons mots, pour leur traduire notre stratégie, nos preuves, nos engagements, et coconstruire avec elles une mode de demain plus juste et moins impactante.



AMBASSADRICES RSE & ENGAGEMENTS

Afin de répondre aux enjeux RSE et déployer nos engagements auprès de nos clientes, le groupe des ambassadrices RSE & Engagements magasin a été réactivé en 2024.

Le deuxième séminaire des ambassadrices RSE a réuni les 18 & 19 juin 2025 les représentantes des magasins de l'ensemble des régions, autour de temps d'échange, de travail collaboratif et de partage d'expériences.

Ce rendez-vous a permis de revenir sur les fondamentaux abordés lors de la première édition : rôle et missions des ambassadrices, principaux axes de la stratégie RSE, et leviers de mobilisation sur le terrain.

Deux thématiques prioritaires, identifiées par les ambassadrices elles-mêmes, ont structuré les temps de formation : la qualité et la traçabilité. Ces sujets, au cœur des préoccupations clients, font écho aux axes clés de notre communication RSE.

Les équipes Qualité et RSE ont animé des ateliers participatifs permettant de transmettre les objectifs, le savoir-faire et les exigences PROMOD, de manière concrète et accessible. L'ambition : ne pas transformer les ambassadrices en expertes, mais leur fournir les repères nécessaires pour relayer les messages auprès de leurs équipes et répondre de manière appropriée aux éventuelles questions des clientes.

Ce séminaire a renforcé la dynamique du réseau d'ambassadrices RSE et illustré l'importance d'un engagement collectif et cohérent sur l'ensemble de nos équipes magasin.



"Pour ce second séminaire, c'est avec enthousiasme que nous nous sommes retrouvés, experts et ambassadrices, autour de cette formation dédiée à la qualité et à la traçabilité. Très attendue par nos équipes, elle répond pleinement aux attentes et interrogations de nos clientes.

Nos ambassadrices ont montré un bel engagement collectif et sont désormais pleinement outillées pour relayer cette formation en magasin, affirmant ainsi notre engagement auprès de notre clientèle.

Un moment riche en professionnalisme, en échanges et en convivialité. Vivement l'année prochaine !"

Pascale LAURENT
Responsable de Zone





LES IMPACTS RSE LIÉS À NOTRE ACTIVITÉ

PROMOD évalue attentivement les risques et impacts RSE liés à son activité au sein de l'industrie textile, notamment les conditions de travail et les impacts sur l'environnement dans les usines de production.



BILAN CARBONE

Conscients des enjeux environnementaux et de la nécessité d'agir, et ayant réalisé un diagnostic de notre empreinte carbone complète sur les 3 scopes* (voir Annexe 3 pour le dernier bilan carbone de Promod), nous avons décidé de nous engager dans une **trajectoire de décarbonation** ambitieuse et structurée. Cet engagement s'inscrit dans notre stratégie RSE, avec l'objectif de réduire significativement notre empreinte carbone et de contribuer à notre échelle à la lutte contre le changement climatique.

Pour structurer et crédibiliser notre démarche, nous avons choisi de nous appuyer sur la **méthodologie ACT*** Pas à Pas, développée par **l'ADEME*** et le **CDP***. Cette méthodologie nous permet d'évaluer, planifier et suivre notre transition vers un modèle bas-carbone de manière progressive et cohérente, en lien avec les objectifs de l'Accord de Paris.

C'est en novembre 2024 que nous avons rejoint un collectif de spécialistes du textile (industriels et distributeurs) pour démarrer cette démarche. Nous sommes accompagnés par la société **We Count** jusqu'en **novembre 2025**, date à laquelle nous aurons réalisé les 5 étapes de la démarche ACT Pas à pas :

- **Situation actuelle** : Évaluer la maturité de l'entreprise en termes de stratégie et de pratiques de décarbonation.
- **Enjeux & Défis** : Analyser les risques et opportunités de l'entreprise dans le contexte de la transition bas carbone.
- **Vision** : Définir une vision partagée de l'entreprise dans un monde bas carbone à court, moyen et long terme (réflexion sur ses activités, son business model, son positionnement et la conception de sa feuille de route).
- **Nouvelle stratégie** : Élaborer une stratégie de décarbonation détaillée, avec des objectifs chiffrés de réduction et des indicateurs de performance.
- **Plan d'actions** : Traduire la stratégie en un plan d'actions opérationnel, avec un calendrier et des responsabilités claires.

"Les actions lancées depuis 2018 visaient à réduire notre impact sur l'environnement mais nous rencontrions des difficultés à les mesurer et à les prioriser. La méthodologie ACT Pas à Pas permet de structurer notre démarche grâce à la définition d'une stratégie, d'objectifs et d'un plan clair et adapté. L'implication de la direction grâce à des ateliers avec le COMEX ou encore Julien, notre président, comme porteur du projet permet d'assurer la cohérence et l'intégration de cette stratégie de décarbonation dans la stratégie de PROMOD. Nous n'avons pas encore terminé la démarche ACT Pas à Pas mais les premiers livrables tels que les visions 2030, 2035 et 2050 ou encore l'analyse des risques et opportunités nous donnent un cap et un objectif à atteindre."*

Mathilde DELVALLET
Responsable Qualité, RSE & DD



LES RISQUES RSE LIÉS À NOTRE ACTIVITÉ

Contexte

Depuis quelques années, nous avons souhaité mieux connaître les impacts de nos activités sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

2023

CARTOGRAPHIE DES RISQUES RSE

- *Liste des risques sociaux et environnementaux.*
- *Identification des impacts par étape.*
- *Évaluation de la maturité avec l'audit interne.*

En préparation de la réglementation CSRD* (Corporate Sustainability Reporting Directive) et dans le souhait de faire converger les démarches stratégiques et RSE de l'entreprise, un travail complet d'analyse de matérialité a été réalisé.

2024

ANALYSE DE DOUBLE MATÉRIALITÉ

- *Définition des impacts, risques et opportunités (IROs*).*
- *Accompagnement méthodologique par un cabinet de conseil externe.*
- *Démarche impliquant de nombreux métiers et fonctions de l'entreprise.*

La méthodologie

La méthodologie a permis d'actualiser la liste des enjeux RSE. Un premier niveau de pertinence a été déterminé sur l'ensemble des ESRS* imposés par la norme;

Pour les ESRS* jugés comme pertinents, chaque sous-thème a fait l'objet d'une évaluation sous l'angle « Impact, risques et opportunités » et a été coté sur une échelle de 1 à 4.

Chaque IRO* répond aux enjeux imposés par la norme :

- **Matérialité d'Impact :**
Sévérité/Portée/Remédiation/Probabilité d'occurrence
- **Matérialité Financière :**
Effet Financier/Probabilité d'occurrence

Courant 2025-2026, les travaux d'analyse des écarts se poursuivront en lien avec les évolutions du projet de loi Omnibus.

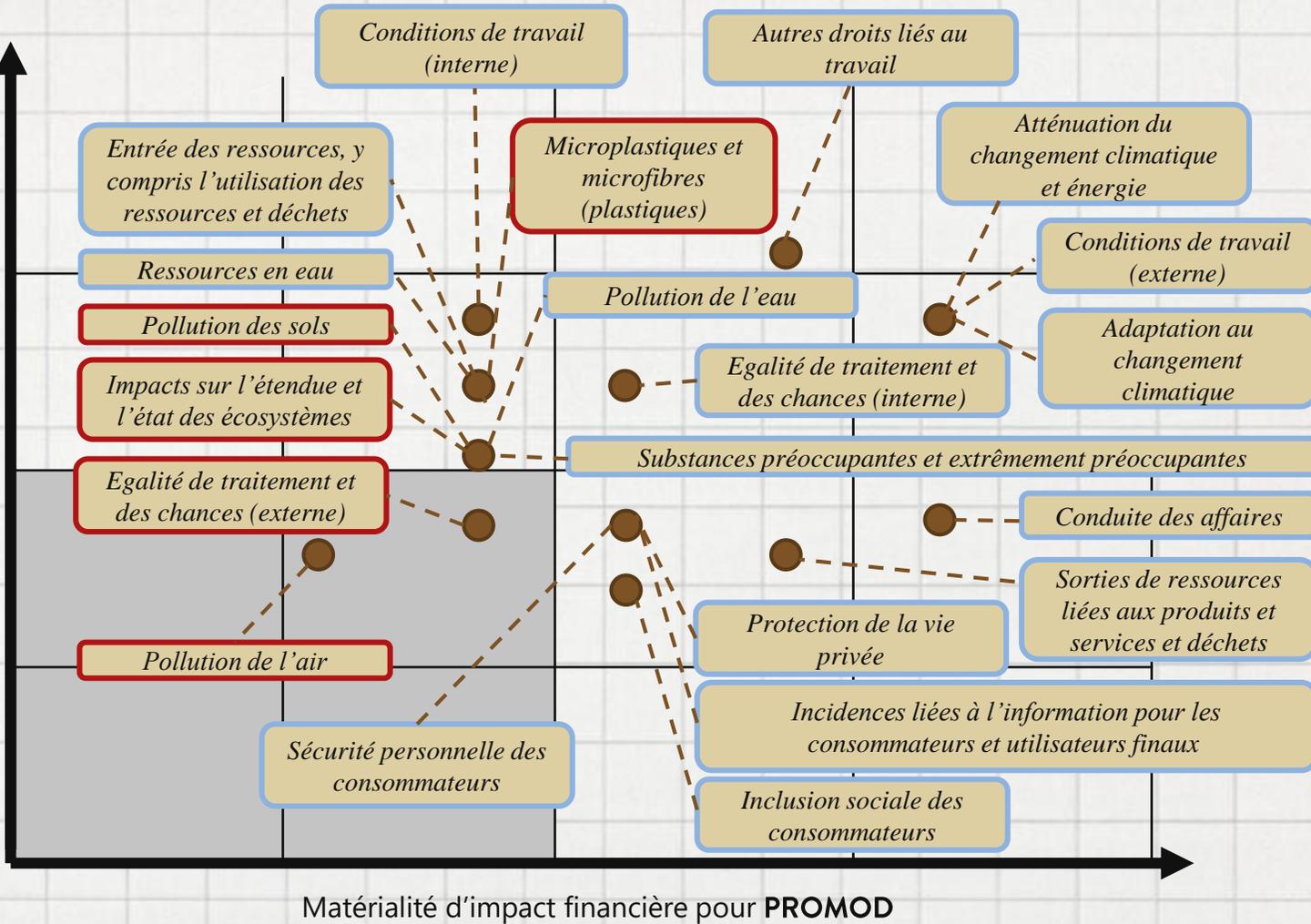
La Gouvernance

L'analyse de double matérialité, menée conjointement par la direction financière, l'audit interne et les équipes RSE, a été revue et challengée par des groupes d'experts internes en fonction des ESRS abordés et auprès de la Gouvernance Promod afin d'apporter une évaluation partagée.



LES RISQUES ET ENJEUX RSE

Matérialité d'impact sur les parties prenantes pour PROMOD



LÉGENDE

Thème déjà partiellement abordé dans le rapport RSE PROMOD (en amélioration)

Thème non encore adressé dans le rapport RSE PROMOD

Un tableau en Annexe 4 reprend chaque sujets matériels PROMOD



ÉVALUATION DE NOTRE DÉMARCHE RSE

Dans le cadre de notre démarche d'amélioration continue, nous avons choisi de soumettre notre performance RSE à l'évaluation indépendante d'**EcoVadis**, plateforme de référence mondiale en matière de notation des performances sociales, éthiques et environnementales des entreprises.

Cette évaluation repose sur l'analyse de politiques, d'actions concrètes et de résultats documentés et couvre quatre grands piliers :

- Environnement
- Social & Droits humains
- Éthique
- Achats responsables

Les médailles EcoVadis récompensent les entreprises éligibles qui ont terminé leur processus d'évaluation et dont le système de gestion est suffisamment solide pour couvrir les critères RSE. Les critères d'éligibilité pour les médailles et badges font l'objet d'un examen périodique.

Les résultats de **PROMOD** sont présentés ci-dessous :

Percentile*
70^{ème}

Vs 84^{ème} en 2024

Score global
62/100

Vs 64 en 2024



CLIQUEZ sur notre médaille pour mieux comprendre les notes EcoVadis

Vs Bronze en 2024

En 2024, notre note globale EcoVadis a connu une **légère baisse de 2 points**, principalement en conséquence de l'**évolution des critères d'évaluation** et de l'**exigence renforcée sur la formalisation documentaire**.

Malgré l'évolution de nos engagements et actions, **certaines de nos pratiques, bien que mises en œuvre, n'étaient pas suffisamment formalisées ou avancées**. Par exemple, le travail engagé sur la trajectoire carbone et la fixation d'objectifs ne sera valorisé dans notre notation EcoVadis qu'une fois le projet finalisé. De plus, sur l'année 2024, nous avons recentré nos équipes et efforts sur la préparation des évolutions réglementaires (CSRD, Affichage Environnemental...). Cette baisse ne remet pas en question notre démarche, mais souligne l'importance d'un pilotage plus structuré et documenté de nos actions.

Cette étape est une opportunité de renforcer la rigueur de notre démarche RSE.





PRODUCTION

PROMOD met l'accent sur la notion de partenariat ainsi que sur les savoir-faire textiles des pays de production dans le cadre de son sourcing. Nous exerçons un devoir de vigilance en assurant la traçabilité des sites de production et en contrôlant leur conformité sociale et environnementale. Nous accompagnons également nos fournisseurs dans une démarche d'amélioration continue, tant sur le plan de la conformité que de la qualité.



NOTRE STRATEGIE SOURCING

Une stratégie sourcing alignée avec notre transformation d'entreprise

Chez Promod, notre stratégie sourcing continue d'évoluer pour répondre aux transformations plus larges de notre stratégie d'entreprise. Alors qu'il y a encore quelques années, le prix constituait le principal critère de décision, nous avons progressivement intégré d'autres dimensions essentielles à nos choix : **la qualité des produits, la créativité, et surtout nos engagements RSE.**

Cette évolution marque un changement de posture. Le sourcing n'est plus un simple levier d'optimisation, il devient un pilier stratégique pour répondre à nos ambitions RSE. Pour y parvenir, nous accompagnons activement nos fournisseurs et nos usines partenaires dans l'atteinte de ces standards. Cela passe par **un dialogue renforcé**, un partage de nos attentes et un appui sur les enjeux de qualité, de conformité sociale et environnementale.

Dans les années à venir, notre ambition est claire : **renforcer nos partenariats stratégiques** avec des fournisseurs qui partagent nos valeurs. Nous voulons bâtir des **relations durables** fondées sur le respect mutuel, la transparence et la valorisation des savoir-faire. Ce travail de fond, qui commencera dès septembre 2025, est essentiel pour répondre aux attentes de nos clientes, tout en construisant **une chaîne d'approvisionnement plus responsable, plus résiliente et plus engagée.**

Dans cette dynamique, nous faisons également évoluer nos zones de production. Nous renforçons progressivement notre présence dans le bassin méditerranéen et en Europe – une orientation stratégique motivée à la fois par des **enjeux environnementaux** (notamment la réduction de l'empreinte carbone) et par une volonté **de renforcer notre réactivité** mais aussi notre **robustesse** en rééquilibrant nos zones d'approvisionnement. Pour autant, nous continuons de valoriser certains savoir-faire spécifiques à l'international, comme les broderies en Inde ou les pièces techniques produites en Asie.

Quelles sont les différentes étapes de fabrication des vêtements et accessoires promod ?

Tout commence par l'extraction des matières premières. Généralement, elles sont transformées en fils afin de produire des étoffes (tissus ou tricotés). Vient ensuite l'étape d'ennoblissement avec la teinture et/ou l'impression. Enfin, l'étape de coupe pour assembler et confectionner le produit fini. Un lavage ou un délavage peut également ajouter un effet particulier au vêtement final.



RANG 4 : EXTRACTION DES MATIÈRES PREMIÈRES



RANG 3 : TRANSFORMATION DES MATIÈRES PREMIÈRES



RANG 2 : PRODUCTION ET FINITIONS DES ÉTOFFES



RANG 1 : PRODUCTION ET FINITIONS DES PRODUITS FINIS



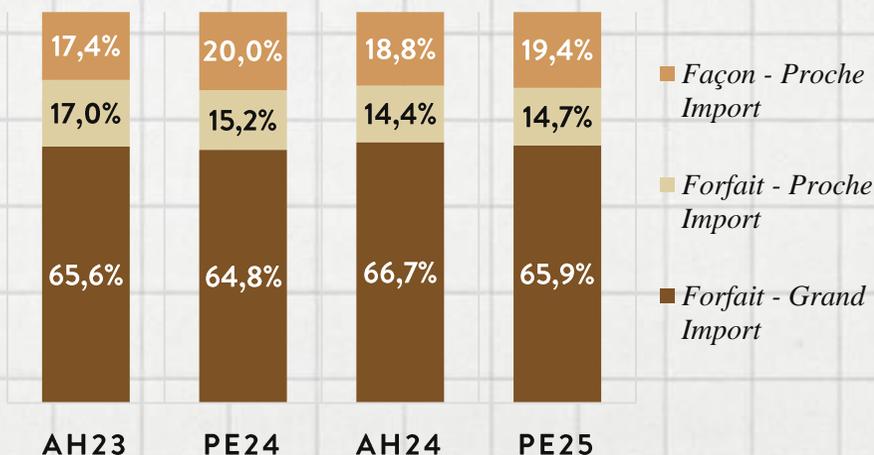
REPARTITION DE NOTRE SOURCING

PROMOD a mis en place deux modes d'achat distincts, chacun présentant des avantages adaptés aux besoins de nos collections :

ACHAT AU FORFAIT : consiste à acquérir un produit fini auprès de nos partenaires fournisseurs. Dans ce modèle, la gestion des matériaux et des patronages est entièrement confiée au fournisseur.

ACHAT A FAÇON : repose sur une logique de pilotage interne des matières premières. Les équipes achètent directement les tissus (teints, imprimés ou écus) ainsi que les fournitures nécessaires à la confection. Ces composants sont ensuite envoyés chez les confectionneurs, qui se chargent uniquement de l'assemblage des pièces.

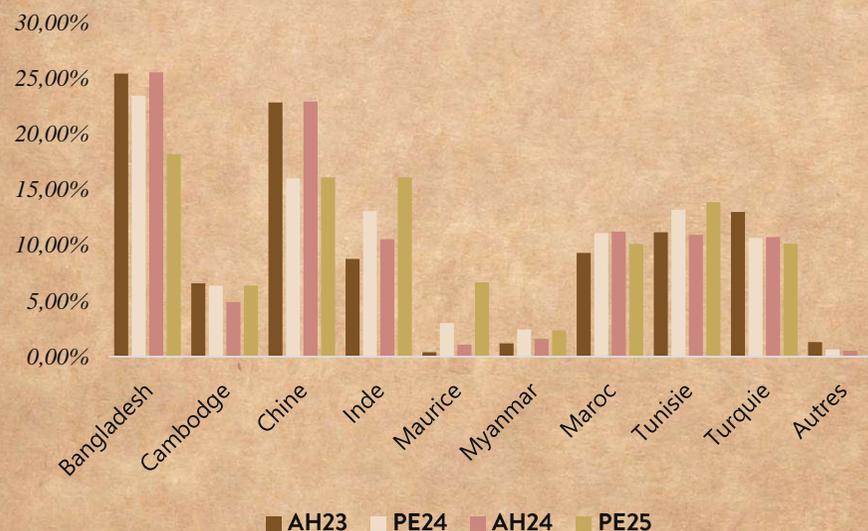
Dans le cadre de notre stratégie sourcing, nous avons fait le choix de renforcer les achats à façon sur les prochaines années. Le travail à façon permet à nos équipes de maîtriser davantage les délais, les prix, la qualité et les conditions sociales et environnementales. Cette approche demande également une forte compétence de nos équipes internes sur les enjeux techniques des matières et de la confection.



OÙ SONT CONFECTIONNÉS NOS VÊTEMENTS ET ACCESSOIRES ?

Nos principaux pays de sourcing sont le **Bangladesh, la Chine, la Tunisie, l'Inde, le Maroc et la Turquie**.

La saison PE24 a été marquée par une augmentation significative de la façon et une baisse du grand import* en réponse à la demande cliente et à notre stratégie qui consiste à renforcer le travail à façon. Entre l'AH23 et le PE25, **le travail à façon a augmenté de 2 points**. Ci-dessous, une répartition des volumes des saisons AH23 à PE25 par pays :



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



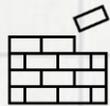
TRAÇABILITÉ

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

QUELLE EST LA STRATÉGIE TRAÇABILITÉ DE PROMOD ?



LA TRAÇABILITÉ, UN PILIER DE NOTRE DÉMARCHE RSE :



Un fondement indispensable

La traçabilité est le socle sur lequel repose l'ensemble de nos actions en matière de responsabilité sociale et environnementale.



Un levier pour évaluer et contrôler

Grâce à cette visibilité, nous pouvons :

- Évaluer les conditions de travail dans les usines partenaires,
- Contrôler le respect des standards environnementaux,
- Mettre en place des audits sociaux et environnementaux réguliers..



Un accompagnement concret

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

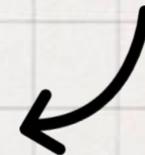


Une mesure d'impact plus précise

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

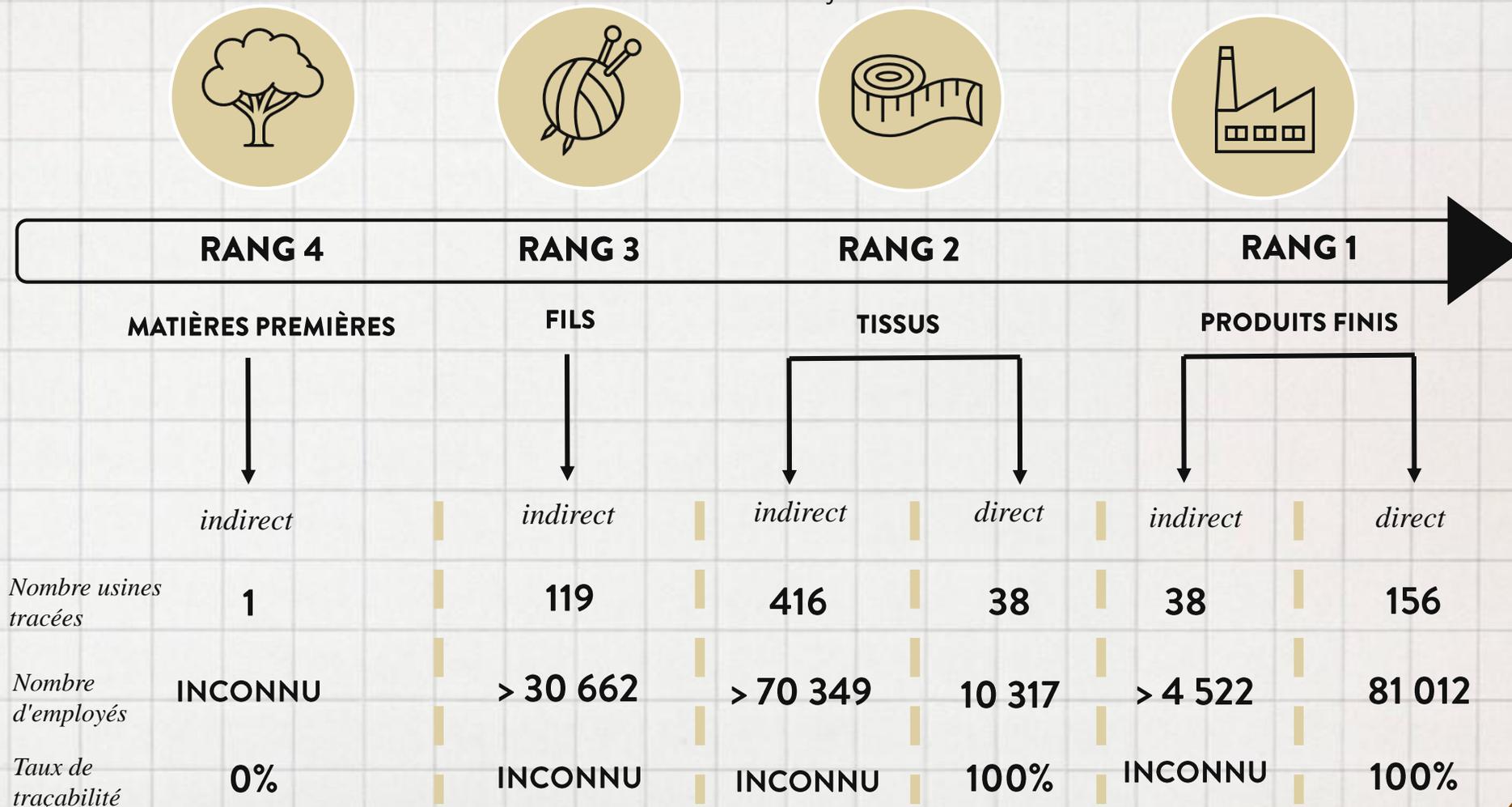


Clique sur l'image pour regarder notre Micro Expresso sur le sujet



TRAÇABILITÉ

Le schéma ci-dessous reprend tous les chiffres liés à la traçabilité de notre chaîne d'approvisionnement du RANG 1 au RANG 4 avec les chiffres associés au 1er juin 2025 :

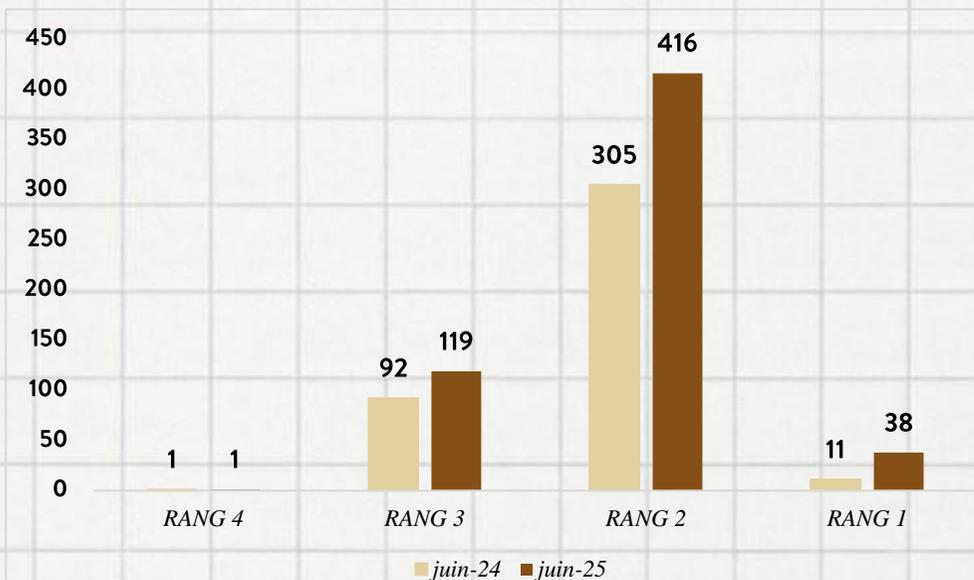


TRAÇABILITÉ



La **liste** de nos usines (nom/rang/pays) de **rang 1 & 2 directs** est disponible en ANNEXE 7.

RÉPARTITION DES USINES INDIRECTES



Depuis juin 2022, nous avons entamé la cartographie de l'ensemble des usines de rang 2 indirect afin de répondre à l'article 13 de la loi AGECE*, mais aussi pour aller plus loin sur notre devoir de vigilance. Le graphique ci-dessus montre l'évolution du nombre d'usines sur les rangs indirects tracés au 1er juin 2025.

On constate une variation de **+40%** d'usines tracées entre 2024 et 2025 sur les rangs indirects, augmentation en partie due à la nouvelle définition des rangs (voir page 24).

«La traçabilité des usines de production est essentielle pour une chaîne d'approvisionnement plus transparente. L'article 13 de la loi AGECE a renforcé cette exigence et nous a poussés à affiner la cartographie des usines impliquées dans nos commandes, un levier clé pour notre devoir de vigilance et nos projets RSE.»

Remonter les chaînes de production reste complexe, en particulier lorsque nous ne sommes pas donneurs d'ordre direct. La transparence est parfois limitée par des enjeux concurrentiels chez nos fournisseurs. Des outils digitaux ont été développés pour faciliter la collecte d'informations, mais leur appropriation nécessite encore un accompagnement renforcé.

Un focus particulier a été porté sur la traçabilité des usines de broderie, d'impression et de teinture intervenant sur produits finis. Ce travail nous a permis d'identifier davantage d'usines indirectes.

Il est important de souligner que ces démarches représentent également une charge et une contrainte administratives significatives pour nos fournisseurs, qui doivent mobiliser des ressources spécifiques pour renseigner et actualiser les informations demandées.

Nous poursuivrons nos efforts pour fiabiliser les déclarations de nos fournisseurs et progresser sur la traçabilité des rangs 3 et 4 ».

Juliette RIMBAULT,
Chef de projet RSE & DD



LES CONTRÔLES DE TRAÇABILITÉ

Bien que nous réalisons des audits sociaux systématiques dans toutes nos usines d'assemblage, certains risques (heures de travail excessives, travail forcé, etc.) peuvent persister, notamment en cas de sous-traitance non-déclarée, c'est-à-dire lorsque tout ou partie de la production est confiée à une autre usine sans information préalable. Cette pratique constitue une violation contractuelle.

Pour limiter ce risque:

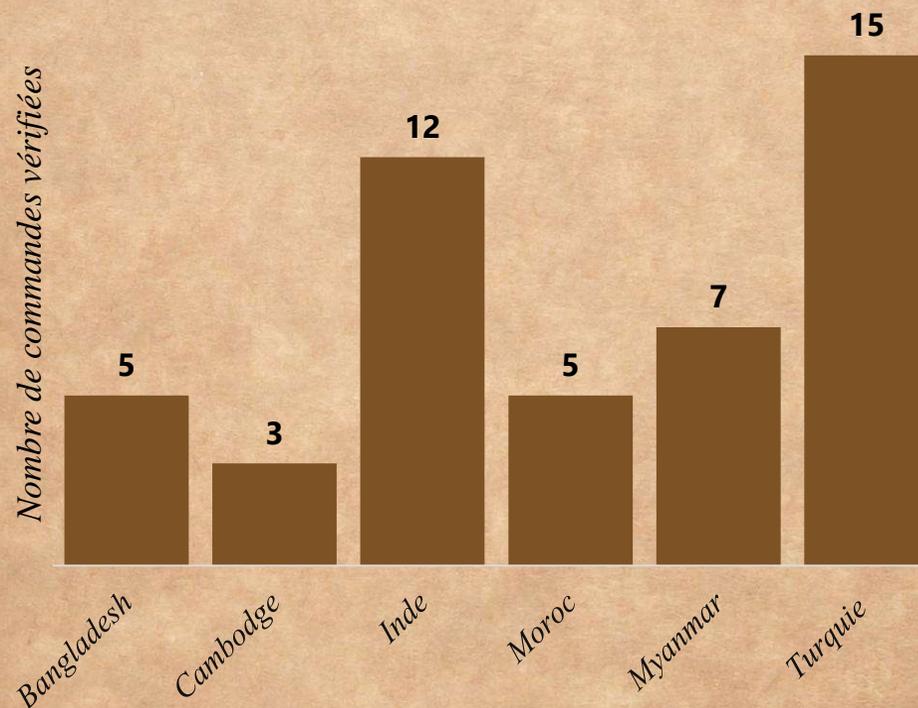
- **Des contrôles inopinés** sont réalisés ponctuellement par des cabinets d'audit partenaires. Entre juin 2024 et mai 2025, 47 commandes ont été spécifiquement contrôlées sur site.
- **Les inspections qualité**, plus nombreuses, permettent également de vérifier le site de production sur un volume plus large de commandes.
- **Une revue documentaire rétroactive** peut être menée, de sorte que ces contrôles concernent aussi bien des commandes en cours de fabrication que déjà produites.

En cas de sous-traitance non-déclarée, une lettre d'avertissement est adressée à l'usine. Selon la gravité, la collaboration avec le fournisseur peut être suspendue ou arrêtée.

Sur les 47 commandes contrôlées, les résultats de conformité ont été les suivants :

- **17% FAIL** : identification de sous-traitance non-déclarée
- **17% PARTIALLY** : une analyse plus poussée a été nécessaire
- **66% PASS** : conforme

COMMANDES CONTRÔLÉES VIA LES "PRODUCTIONS STATUS" ENTRE JUIN 2024 ET MAI 2025



CONFORMITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE DANS NOTRE CHAÎNE DE PRODUCTION

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

Dans ce cadre :

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

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



CLIQUE ICI pour découvrir une vidéo d'explication sur le déroulement d'un audit social ou environnemental ICS et ce qui est évalué

EVALUATION D'UN AUDIT ICS SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

Un audit classé **A/B/C** est considéré comme **conforme*** et est **valide***, sur une durée de 3 ans pour un audit environnemental et de 2 ans pour un audit social.

Un audit classé **D/E** est lui, **non-conforme** aux exigences PROMOD.



ACCOMPAGNEMENT DE FOURNISSEUR NON-CONFORME

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

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

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

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

LA CONFORMITÉ SOCIALE

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

Une progression notable est à souligner sur le rang 2, avec une hausse de **12 points** par rapport à la période précédente. Cette amélioration est le fruit d'un travail engagé entre juin 2024 et mai 2025, visant à renforcer la conformité de notre chaîne d'approvisionnement. Elle s'est notamment traduite par :

- l'**accompagnement** des usines vers la conformité,
- le **déréférencement** de celles ne souhaitant pas se mettre en conformité.

Malgré ces efforts, au 1er juin 2025 :

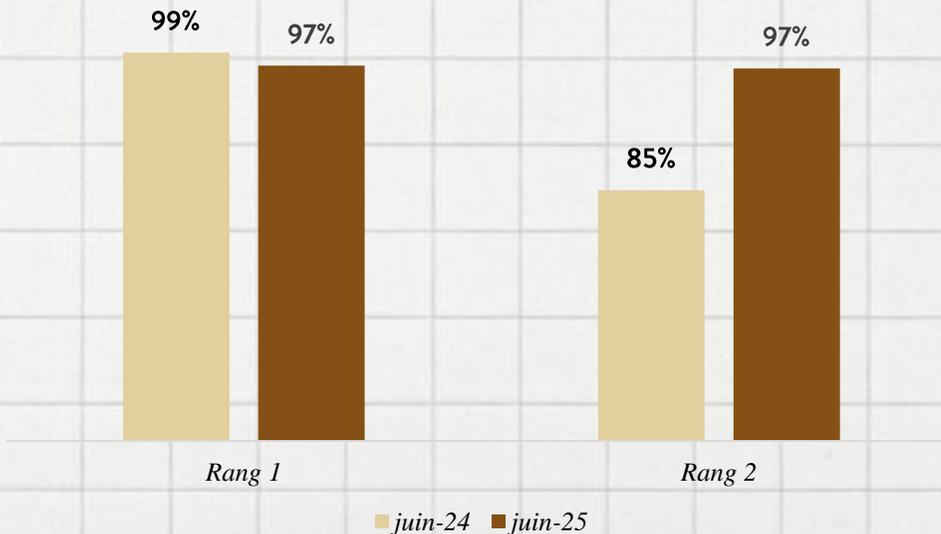
- **4 usines de Rang 1 présentent un audit non-conforme**
 - **1 usine de Rang 2 présente un audit non-conforme**
- Ce qui explique l'écart par rapport à notre objectif.

Nous poursuivrons nos actions en renforçant notre suivi des plans de progrès et en travaillant en étroite collaboration avec les équipes achats afin d'aligner nos pratiques opérationnelles avec nos exigences RSE, et ainsi garantir à terme une conformité totale sur les rangs 1 et 2 directs.

"Lorsque des non-conformités sont identifiées dans une usine de notre parc fournisseurs à la suite d'un audit ICS, nous engageons un suivi rigoureux avec l'usine concernée afin de corriger les écarts constatés. Un plan d'action correctif est généré automatiquement sur la plateforme ICS, permettant de suivre les progrès de l'usine.

En 2024, cela a été le cas pour l'un de nos fournisseurs en Turquie. Les échanges ont été très réguliers entre Promod et le fournisseur, afin de les accompagner dans leur démarche de mise en conformité. Certaines non-conformités pouvant nécessiter du temps pour être résolues, il a fallu près d'un an pour mener à bien l'ensemble des corrections. À l'issue de cette période, l'usine a pu repasser un audit social ICS, dont le résultat est passé de E84% à B99%, attestant des progrès significatifs réalisés."

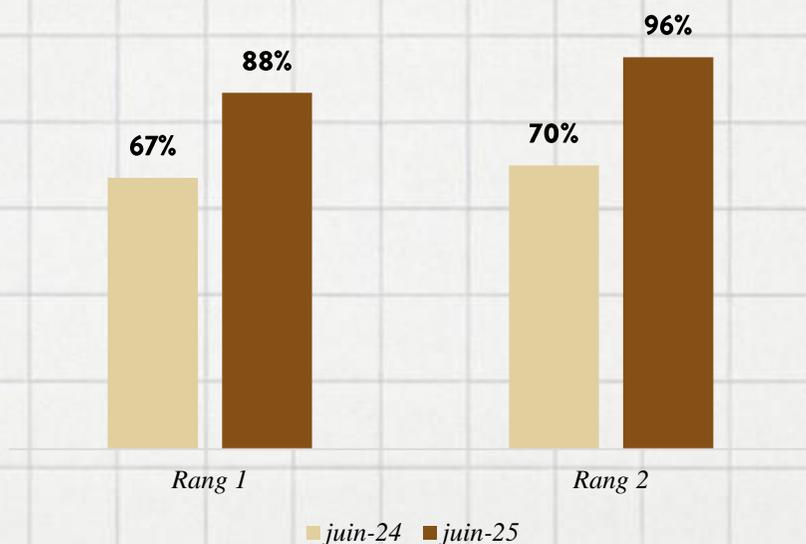
Iliana PASQUALINI
Coordinatrice RSE



LA CONFORMITÉ ENVIRONNEMENTALE

Au 31 mai 2025, **88 % de nos usines de rang 1 directes** et **96 % de nos usines de rang 2 directes** identifiées comme utilisant un procédé à voie humide (déblanchage, teinture, impression) disposent d'un **audit environnemental ICS acceptable**. En effet, ces procédés présentent un **risque environnemental accru**, car ils impliquent l'**utilisation de substances chimiques**, une forte **consommation d'eau** et la nécessité d'un **traitement des effluents** pour éviter les rejets polluants (métaux lourds, colorants, agents chimiques). À l'inverse, les étapes de confection, tissage ou tricotage reposent principalement sur des machines, dont l'impact environnemental est essentiellement lié à la **consommation électrique**, généralement moins critique que la gestion des eaux usées et des produits chimiques.

Bien que ces résultats marquent une nette amélioration, **nous restons en deçà de notre objectif de 100 % d'usines directes couvertes par un audit valide et conforme**. Sur cette période, le taux global de conformité est passé de **64 % à 87 %**, soit une progression de **21 points sur le rang 1** et **20 points sur le rang 2**.



Cette dynamique positive s'explique par :

- **la relance des audits expirés**, qui a permis un rattrapage significatif par rapport à N-1,
- **la mise en conformité sociale préalable des usines de rang 2**, qui a conditionné le lancement des audits environnementaux sur ces sites.

Pour atteindre notre objectif, il reste à :

- Accompagner **une usine de rang 1 dont les résultats d'audit ne sont pas conformes**,
- Renouveler un **audit expiré** pour **une usine de rang 1**,
- Finaliser le processus pour **une usine de rang 2** dont l'audit n'a pas encore été lancé.

Nous poursuivrons ce travail dans une logique de progrès continu, en lien avec nos équipes achats et nos partenaires fournisseurs, afin de sécuriser la conformité environnementale de notre chaîne de valeur.



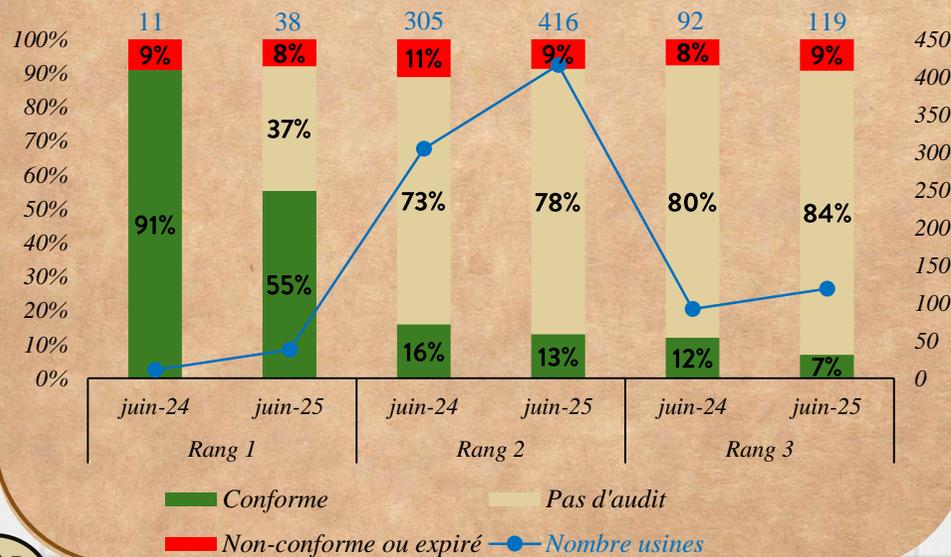
MANAGEMENT DES RISQUES RANGS INDIRECTS

Entre juin 2024 et mai 2025, **42 audits ont été lancés dans des usines dites indirectes**, c'est-à-dire non couvertes par notre exigence systématique d'audit social. Cette démarche proactive vise à **renforcer notre politique de vigilance** et à mieux appréhender les risques sur l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement.

Les audits ont ciblé en priorité :

- les **usines de broderie partenaires de nos fournisseurs directs**,
- Les **tanneries**,
- les **unités de teinture et d'impression** des principaux fournisseurs de produits finis.

Au 1^{er} juin 2025, ces audits nous ont permis d'atteindre **13 % de conformité sur l'ensemble des usines de rang indirect**, avec les données détaillées par rang présentées ci-dessous.



Toutefois, **59 % des usines indirectes tracées n'ont pas encore été auditées** et **7 % présentent des audits non valides ou non conformes**.

La **baisse globale du taux de conformité** observée cette année s'explique notamment par **l'augmentation du nombre d'usines tracées** entre 2024 et 2025, comme le montre les chiffres en bleu dans le graphe ci-contre.

Ces constats renforcent un point clé : **nous devons encore progresser dans la compréhension et le suivi des conditions de travail au sein des usines indirectes**.

C'est dans cette optique qu'un projet **de 6 mois a été lancé** avec pour mission la **révision de notre politique d'audit** sur le rang indirect.

Qu'est-ce que la politique d'audit ?

La **politique d'audit** est un document structurant qui permet de **formaliser et fiabiliser la gestion de la conformité sociale et environnementale** de notre chaîne d'approvisionnement, en cohérence avec nos engagements RSE, notre devoir de vigilance et les obligations réglementaires.

Le travail en cours vise à :

- **affiner nos exigences** en fonction des **niveaux de sous-traitance**
- **renforcer les contrôles** en fonction d'une **cartographie des risques** spécifiques à chaque type d'usine,
- Prendre en compte les retours de nos fournisseurs pour **limiter l'audit fatigue**, c'est-à-dire la lassitude et la surcharge administrative liées à la répétition des contrôles,
- Et **définir des objectifs ainsi qu'une feuille de route à long terme** pour couvrir les risques identifiés dans l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement.

Ce projet est en cours et devrait aboutir **d'ici fin 2025**, avec une mise en application opérationnelle dès l'année suivante.

ÉVALUATION DES CONDITIONS SOCIALES DANS UN PAYS À RISQUE

CAS DU MYANMAR

Arrêt progressif de notre activité de sourcing au Myanmar

Face à la situation géopolitique instable au Myanmar qui dure depuis 2021, PROMOD avait fait le choix de maintenir une collaboration encadrée avec une seule usine partenaire, en renforçant les contrôles et le suivi sur place. Ce maintien s'inscrivait dans une logique de responsabilité, avec la mise en place d'un plan de vigilance spécifique en lien avec des acteurs locaux (voir rapport RSE 2024).

La situation du pays est de plus en plus instable et, dans le cadre de notre stratégie de sourcing, le Myanmar ne fait désormais plus partie des zones d'approvisionnement retenues, identifiées comme stratégiques.

Nous avons donc pris la décision de mettre fin à notre activité de sourcing dans le pays d'ici fin 2026. Ce calendrier permet d'offrir à notre partenaire industriel la visibilité nécessaire pour anticiper cette transition, dans le respect de nos engagements.

Pour revoir le plan de vigilance spécifique qui a été mis en place, voici le [lien vers le rapport RSE 2024](#).



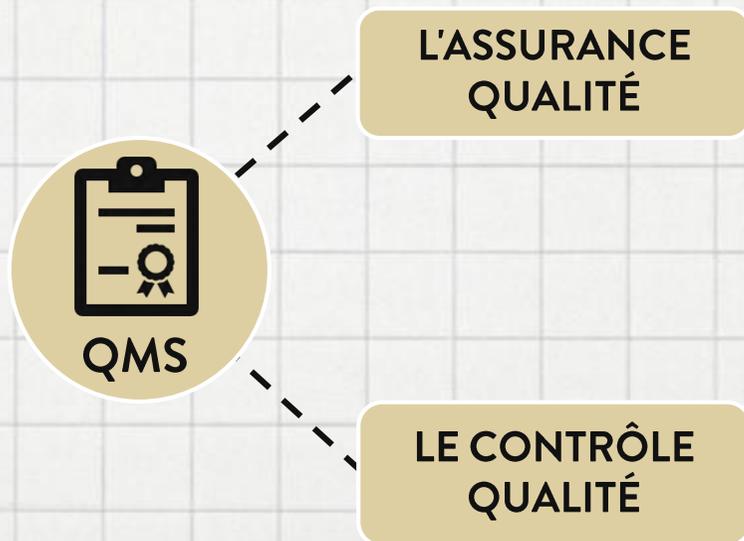
NOTRE DÉMARCHE QUALITÉ

La qualité, un impondérable de notre stratégie d'entreprise

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

Un système de gestion qualité structurant (QMS)

Afin de garantir la conformité de nos produits et la satisfaction de nos clientes, nous avons mis en place un Quality Management System (QMS) robuste. Ce système encadre **les processus d'assurance qualité et de contrôle qualité** à chaque étape de la production, de la conception à la mise sur le marché et jusque chez nos clientes (explications en pages suivantes).



Chez **PROMOD**, la qualité est une exigence partagée tout au long de la chaîne de valeur. Pour garantir une qualité constante et conforme à nos standards, nous avons mis en place un dispositif rigoureux reposant sur l'alignement de l'ensemble de nos fournisseurs.

Un référentiel qualité formalisé

Nous avons développé un **cahier des charges qualité** regroupant l'ensemble de nos exigences et protocoles de contrôle. Ce document, signé annuellement par nos partenaires via nos **conditions générales d'achat**, constitue un socle contractuel garantissant une production conforme, responsable et sécurisée.

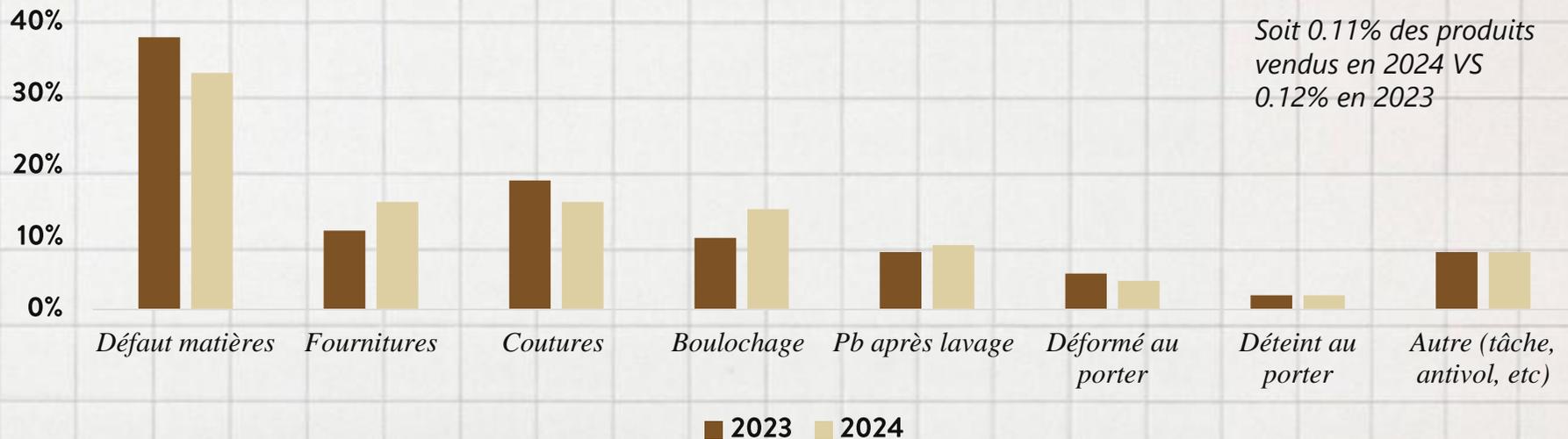
NOTRE DÉMARCHE QUALITÉ

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

Sur l'année 2024 (PE24 & AH24) :

- **0,11%** des produits vendus ont été rapportés par nos clientes pour un problème qualité (vs 0,12% en 2023, *objectif $\leq 0,14%$, soit 18 973 pièces retournées sur les saisons Été et Hiver 2024*),
- Nous avons décidé de retirer 8 produits de la vente pour des raisons qualité. Ces produits ne répondaient pas à nos attentes et nous avons préféré arrêter les ventes plutôt que de décevoir nos clientes.

MOTIFS DE RETOURS QUALITÉ DES CLIENTES



L'ASSURANCE QUALITE

Garantir la qualité de nos produits repose autant sur la robustesse de nos processus que sur la montée en compétence des acteurs impliqués tout au long de notre chaîne de valeur. C'est pourquoi nous formons, accompagnons et évaluons nos partenaires (fournisseurs et usines, équipes **PROMOD**, prestataires de contrôle) sur la compréhension et la mise en œuvre de nos processus et exigences.

Système de classification des usines

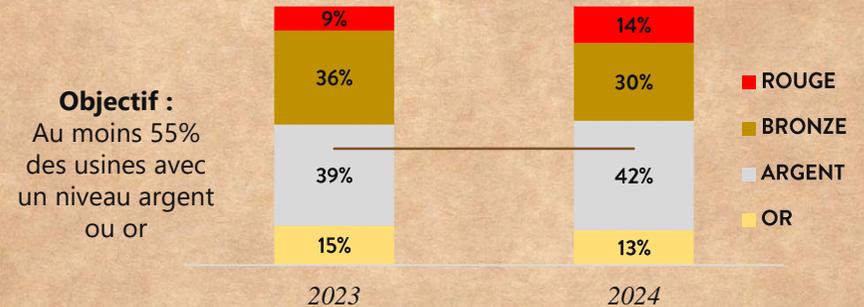
Pour adapter notre accompagnement et cibler nos efforts de contrôle, nous avons mis en place une **classification qualité** des usines partenaires, structurée en 4 niveaux : **Or, Argent, Bronze, Rouge**

Cette catégorisation est **réévaluée tous les trois mois** et s'appuie sur trois indicateurs-clés :

- 1. Audit technique** : il évalue l'organisation qualité de chaque usine, sa maîtrise des processus et ses capacités opérationnelles.
- 2. Résultats des contrôles qualité** effectués par PROMOD (tests, inspections, non-conformités).
- 3. Suivi des plans d'actions correctives** : nous mesurons l'efficacité et la réactivité des usines à mettre en œuvre les améliorations demandées.

Ce système nous permet d'agir de manière différenciée, en renforçant le suivi des usines les plus à risque, tout en valorisant celles qui démontrent un haut niveau de maîtrise.

REPARTITION QUALITE DES USINES



Dans une démarche d'assurance qualité poussée et dans le but d'améliorer notre qualité amont, nous avons lancé des analyses de défauts cause racine (RCA) dans certaines de nos usines, en collaboration avec certains de nos prestataires de contrôles spécialisés.

Ce travail, centré sur l'organisation industrielle, le contrôle en chaîne et le réglage des équipements, a permis à plusieurs usines de renforcer leurs pratiques et d'analyser en profondeur les points bloquants. Cela a pour but d'améliorer leur classement qualité et leurs KPIs de contrôle en éliminant les défauts récurrents que nous retrouvions.

Une démarche exigeante, mais porteuse de résultats concrets puisque nous remarquons, après 6 mois des progressions significatives, des fournisseurs ayant été sélectionnés pour bénéficier de cet accompagnement.

Antoine Brunel
Coordinateur Contrôle Qualité



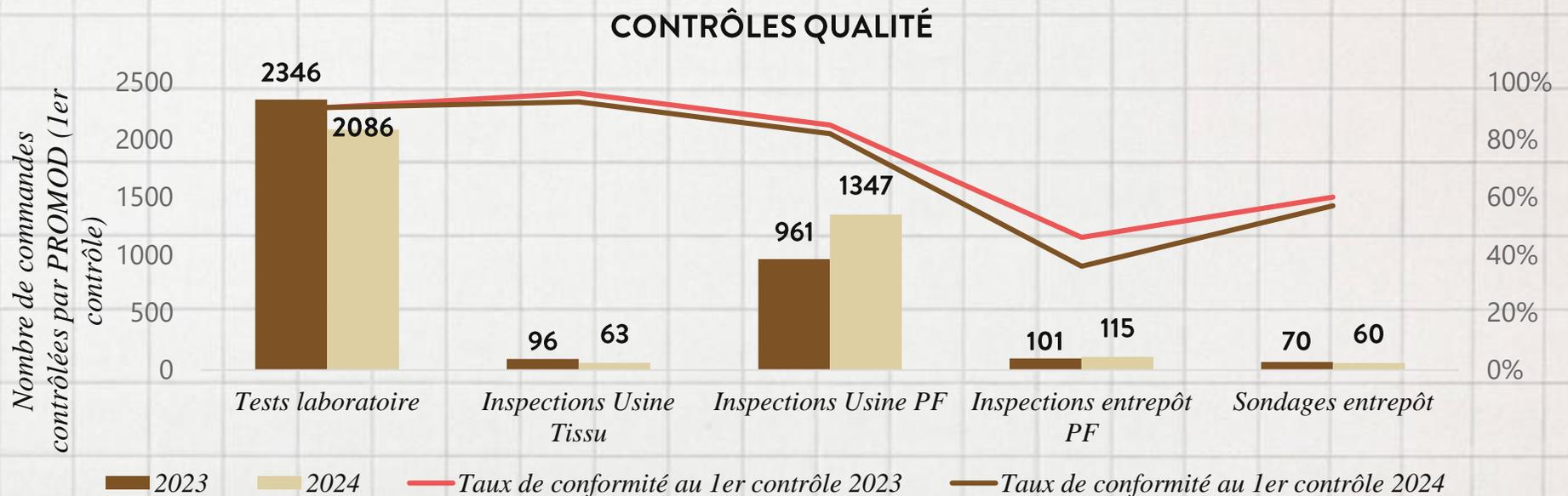
LE CONTRÔLE QUALITE

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

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

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

PROMOD complète ce dispositif par des **contrôles aléatoires** réalisés par des sociétés externes ou les équipes PROMOD. Les produits contrôlés sont choisis en fonction du niveau qualité de l'usine et du risque qualité du produit, afin d'évaluer la bonne application des procédures, de vérifier le respect de notre cahier des charges.



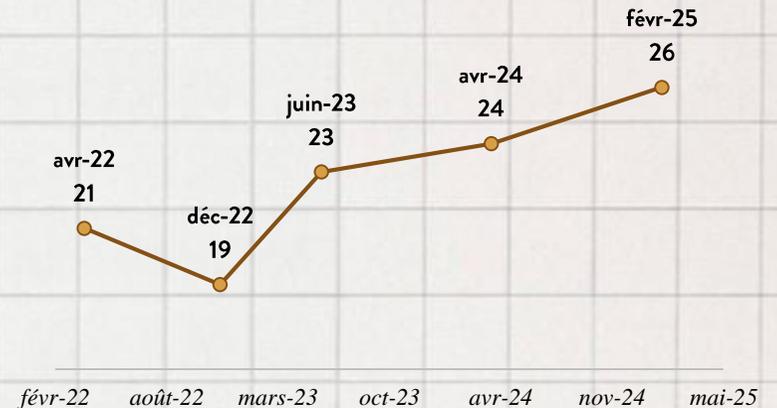
LA PERCEPTION DE LA QUALITE

Si la qualité produit repose sur des critères objectifs (conformité, durabilité, finition), **la perception de cette qualité par nos clientes** est tout aussi essentielle pour garantir leur satisfaction, leur confiance et leur fidélité. C'est dans cette optique qu'en fin 2023, nous avons lancé un projet transversal "Qualité Perçue", mobilisant plusieurs expertises internes pour agir sur toutes les dimensions visibles et ressenties de la qualité produit.

- **Conception du produit** : La qualité se joue dès la phase de création. Nous avons commencé un travail pour renforcer la **sélection des matières, des finitions et des détails**. En 2024, un focus particulier est mis sur le taillant, élément clé de la satisfaction cliente : coupe adaptée, régularité des gradations, justesse des volumes.
- **Définition du produit** : Une attention particulière est portée à la cohérence entre le produit imaginé, sa mise au point et sa définition technique. Un travail de formalisation et de standardisation de nos critères et finitions techniques a été engagé.
- **Développement industriel** : La sélection des usines sera renforcée, basée sur leur savoir-faire produit, leur historique de conformité et leur capacité à répondre à nos standards de qualité.

- **Visible Clientes** : Parce qu'un produit perçu comme qualitatif est aussi un produit bien présenté, avec une communication juste mettant en valeur notre savoir-faire et la spécificité du produit, nous avons également lancé des travaux autour du conditionnement, de la présentation en magasins et de la mise en valeur de nos produits et compétences sur les différents canaux de communication

Nous suivons l'évolution de notre perception qualité à l'aide d'un baromètre interne envoyé à nos clientes:



« Le projet Qualité Perçue est un projet structurant pour Promod : il incarne notre volonté constante d'amélioration et notre engagement à répondre au mieux aux attentes de nos clientes. Porté par une dynamique collective, il mobilise les expertises de plusieurs services (développement produit, style, achats qualité, logistique, communication et marketing, merchandising, magasins...) »

Mathilde DELVALLET
Responsable Qualité, RSE & DD



LA MISE AU POINT PRODUIT AU SERVICE DE LA SATISFACTION CLIENTE

Trouver le vêtement qui nous va, c'est essentiel

Chez Promod, nous croyons que chaque femme mérite de se sentir mise en valeur dans ses vêtements. Notre mission est claire : habiller toutes les femmes, quelle que soit leur morphologie et leur taille . Trouver le vêtement qui nous va, c'est essentiel. Nous savons qu'un vêtement bien ajusté ne change pas seulement l'allure : un vêtement qui tombe parfaitement, qui épouse la silhouette sans contraindre, permet à chaque femme d'exprimer pleinement sa personnalité et d'être à l'aise dans ses vêtements. C'est pourquoi la qualité du bien-être de nos produits est au centre de notre démarche de conception.

Un travail de fond sur le taillant

Pour proposer des vêtements qui s'adaptent réellement aux corps des femmes d'aujourd'hui, nous avons lancé en 2024 un vaste programme de refonte de notre approche du taillant. Ce projet s'appuie sur une collaboration avec l'Institut Français du Textile et de l'Habillement (IFTH), dont les études récentes nous ont permis de mieux comprendre les mensurations actuelles des femmes françaises.

Grâce à ces données, nous avons défini trois grands groupes de tailles, correspondant à trois corpulences dominantes :

- Petite taille (du 34 au 36)
- Taille standard (du 38 au 42)
- Grande taille (du 44 au 48)



LA MISE AU POINT PRODUIT AU SERVICE DE LA SATISFACTION CLIENTE

À partir de cette segmentation et afin de tenir compte des **proportions corporelles spécifiques** à chaque groupe (volume poitrine, largeur de bassin, taille...), nous avons adapté la mise au point de nos modèles en retravaillant **nos volumes phares et la diversité des coupes**. Cette démarche va bien au-delà du simple redimensionnement : il s'agit d'une **conception morphologique adaptée** pour que chaque coupe soit flatteuse, confortable et fidèle à l'intention stylistique du vêtement.

Une gradation repensée pour plus de justesse

Nous avons repensé la gradation, autrement dit la façon dont un patron est décliné en tailles, pour gagner en précision. Plutôt qu'une seule règle appliquée à toute la gamme, chaque groupe de tailles suit désormais ses propres ajustements. Résultat : des proportions plus justes, mieux adaptées aux variations du corps, et un bien-être préservé sur toutes les tailles, sans déformer le style ou la silhouette.

Pour accompagner cette évolution, **nos équipes de modélisme ont été formées à l'application des nouvelles méthodes de gradation** dans nos outils de conception, avec un accent particulier sur l'adaptation aux différentes morphologies.

Cette montée en compétence garantit l'expertise technique nécessaire à la mise en œuvre durable de cette approche.

« L'ampleur du travail engagé sur le taillant et la gradation a été considérable. C'est un projet que nous avons construit pas à pas, avec rigueur et méthode, en nous appuyant sur notre expertise technique et sur des données précises. Ce travail progressif, mené en étroite collaboration avec les modélistes et les stylistes et les chefs de produit-acheteurs, va transformer concrètement notre façon de concevoir les vêtements. Dès les prochaines saisons, nos clientes pourront ressentir les effets de cette démarche dans une offre plus juste, mieux adaptée, et toujours fidèle à notre exigence de style. »



Marie-Christine DESJARDINS
Responsable bureau d'étude



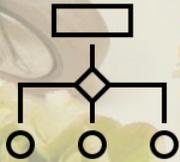
NOTRE PRODUCTION EN RÉSUMÉ



LES **SAVOIR-FAIRE** DE NOS PAYS DE SOURCING ET DE **FAÇON**

20% DES VOLUMES RÉALISÉS À FAÇON

Sur AH24 & PE25



LA **TRAÇABILITÉ** DE NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

768 USINES DE RANG 2 ET 3 INDIRECT TRACÉES

Au 1er juin 2025

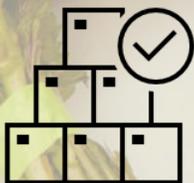


LE CONTRÔLE DE LA **CONFORMITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE** DANS NOTRE CHAÎNE DE PRODUCTION

97% DE NOS USINES DIRECTES ONT UN AUDIT SOCIAL ICS CONFORME

94% ONT UN AUDIT ENVIRONNEMENTAL ICS CONFORME

Au 1er juin 2025

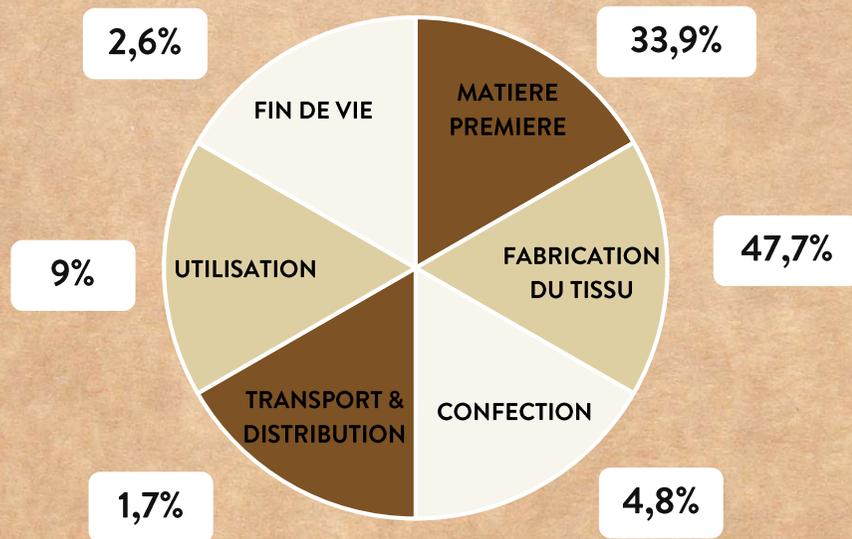


LA DÉMARCHE **QUALITÉ**

0,11% DE RETOURS CLIENTES POUR UN PROBLÈME QUALITÉ

Sur PE24 & AH24

L'impact carbone selon les étapes du cycle de vie d'un vêtement :*



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

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

NOS PRODUITS

PROMOD accorde une grande importance à la durabilité et à l'impact environnemental de ses produits. Les matières premières moins impactantes comme le coton issu de l'agriculture biologique ou le polyester recyclé sont privilégiées dans nos collections. Pour aller plus loin, l'éco-conception s'est développée pour intégrer la stratégie de développement de produit. Elle permet de prendre en compte l'ensemble du cycle de vie d'un produit dès la phase de conception.

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

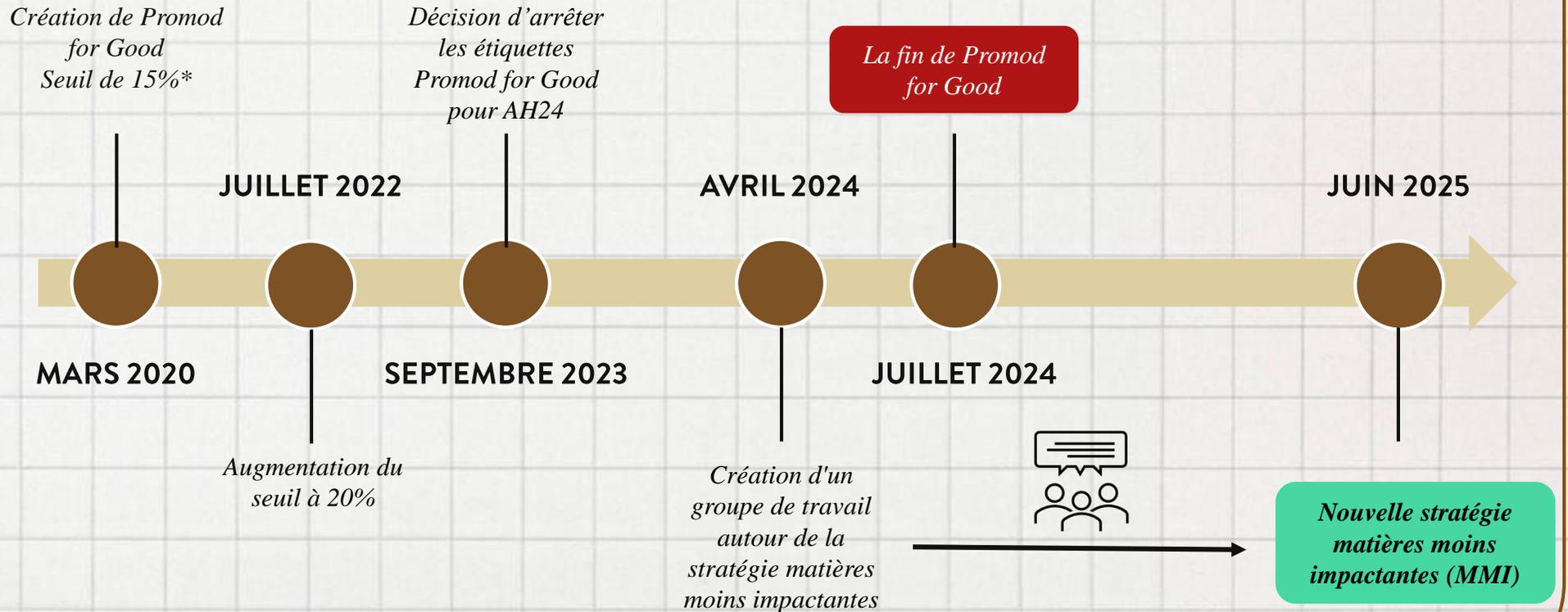


NOTRE STRATÉGIE MATIÈRES PREMIÈRES

Depuis **2020**, nous travaillons sur la réduction de l'impact environnemental de nos produits grâce à des matières moins impactantes (MMI). Cette démarche s'est concrétisée par la création et l'évolution de notre label interne Promod for Good que nous avons décidé d'arrêter en juillet 2024 (on vous explique pourquoi ici : [Pourquoi je ne retrouve plus de produits Promod for good ?](#))

Cet arrêt n'a pas signifié l'arrêt de notre démarche, au contraire : une nouvelle stratégie autour des matières moins impactantes, plus exigeante et plus alignée avec les besoins de la trajectoire carbone et de l'affichage environnemental de demain.

La frise ci-dessous reprend les grandes étapes de notre stratégie matière, évolutive pour s'adapter aux enjeux :



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



NOTRE STRATÉGIE MATIÈRES

Concrètement, quels changements ?

- 1 La mise à jour de la liste des matières moins impactantes pour Promod en prenant en compte les risques sociaux et environnementaux de chaque matière (disponible en [annexe 6](#)).
- 2 Des règles d'utilisation pour ne pas détériorer la durée de vie de nos produits.
- 3 Un pilotage en poids de matières moins impactantes dans nos collections : un indicateur qui devient plus challengeant.

En chiffres, ça donne quoi ?

OLD

PILOTAGE EN
PART DE
PRODUITS PFG
DANS LA
COLLECTION

Micro

79%

La saison Printemps - Été 2026 sera notre point de repère afin de fixer les objectifs à piloter.

NEW

PILOTAGE EN
PART DE
VOLUME DE MMI
DANS LA
COLLECTION

Macro

44%

**Données sur AH24 & PE25 Hors accessoires et DIY*

" Dans le cadre de l'amélioration continue de notre stratégie RSE, plusieurs axes de travail prioritaires ont été identifiés pour assurer la performance économique, la qualité des produits, et la cohérence avec nos engagements en matière de développement durable. Le groupe projet était constitué des différents métiers de l'Offre, de la RSE et de la qualité.

Nous avons dans un premier temps communiqué sur les raisons de l'arrêt du label Promod For Good auprès de nos clientes et verrouillé nos objectifs internes.

Ensuite ; Nous avons établi un cahier des charges par matières incluant les prérogatives sur les Matières Moins Impactantes et redéfini la liste des matières acceptées, tout en tenant compte des critères commercialement acceptables. De plus, une vérification de l'impact réel des matières moins impactantes a été conduite en s'appuyant sur les outils ACV (Analyse du Cycle de Vie). Ce qui nous a amené à formaliser un nouvel objectif entreprise et un pilotage macro des MMI* dans nos collections.*

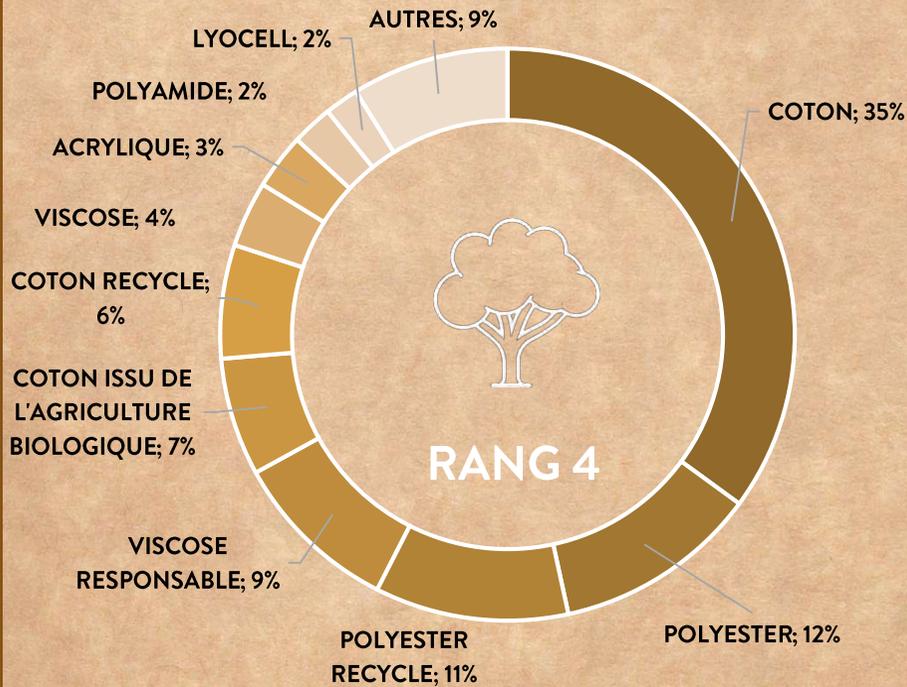
En parallèle de la stratégie MMI, nous avons optimisé le contrôle et la conformité sur les processus de contrôle des TC. Un plan de contrôle structuré a été défini ; alternant contrôles aléatoires et ciblés. "



Louise SPRIMONT
*Chef de groupe
Irrawady PANYA
Chef de produit acheteuse*

MATIÈRES PREMIÈRES

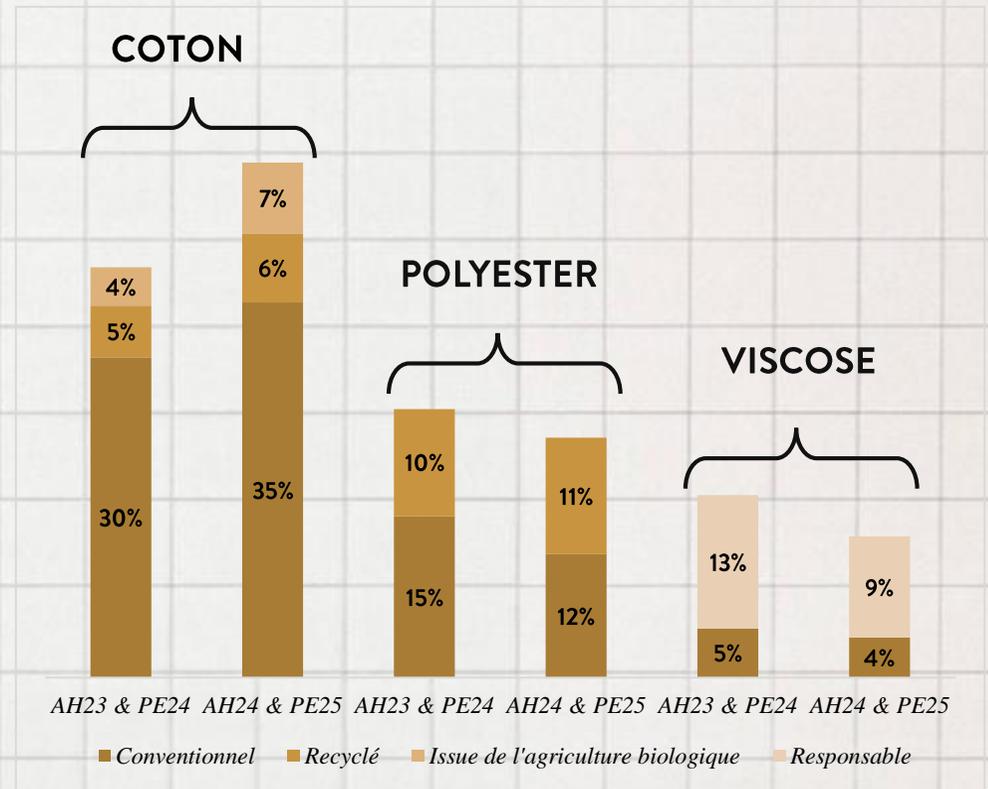
Notre top 10 :



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

Le coton, le polyester et la viscose (conventionnelle et moins impactante) représentent **84 %** des matières utilisées (en poids) dans nos collections textiles AH24 et PE25. Il s'agit des trois matières les plus utilisées dans nos collections.

Quelle évolution sur notre top 3 (part selon poids) ?



*hors produits DIY (Promod couture).

MATIÈRES D'ORIGINE ANIMALE

Sur l'ensemble des matières utilisées sur AH24 et PE25, **3,7%** étaient des matières animales*.

Laines	Cuir	Soie
1,9%	1,8%	0,001%

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

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

Nous avons également fixé des exigences dans notre code de conduite pour le sourcing de l'alpaga et de la laine de mouton mais il reste difficile d'en vérifier les conditions de mise en application.

En mai 2025, à la suite de l'évaluation de nos pratiques par l'association Quatre Pattes et de ses recommandations, nous avons signé une lettre d'engagement visant à cesser d'utiliser de la laine issue d'agneaux ayant subi une mutilation (laine sans mulesing) et à éliminer progressivement et totalement cette pratique de nos chaînes d'approvisionnement d'ici **2030**.

Un groupe de travail est actuellement en cours d'écriture de la feuille de route pour la mise en œuvre de notre engagement.

**laine de mouton, alpaga, mohair, soie et cuirs.*

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



2030 : AUCUN SOURCING LIÉ AU MULESING



NOTRE DÉMARCHE *eco* conception

Contexte:

L'éco-conception s'inscrit depuis 2021 dans notre démarche de réduction des impacts environnementaux de nos collections :

1 Depuis 2019

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

2 Depuis 2021

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

3

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

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

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

tout en gardant leur fonction d'usage.



NOTRE DÉMARCHE ^{eco}conception

Quelles nouveautés en 2024?

Un travail de mise à jour approfondi a été réalisé sur notre **grille interne d'éco-conception**, aboutissant à une **version 3** qui intègre plusieurs évolutions significatives :

- **La baisse de la pondération des critères de recyclabilité**, afin de mieux équilibrer leur influence dans l'évaluation globale.
- **La mise à jour des mix énergétiques des pays de production**, pour refléter plus fidèlement l'impact réel de l'énergie consommée lors de la fabrication.

Ces ajustements s'inscrivent dans une démarche visant à **renforcer la transversalité** entre nos outils internes et les référentiels externes : en particulier, l'**affichage environnemental**, qui constituera la base de l'éco-conception de demain, et notre **stratégie Matières Moins Impactantes**. L'objectif est de faire converger l'ensemble de ces projets afin de gagner en cohérence et en efficacité dans la réduction de nos impacts environnementaux.

En parallèle, un process opérationnel s'est mis en place pour responsabiliser les équipes de développement produit à la démarche d'éco-conception :

- Choix des produits à potentiel d'éco-conception
- Évaluation des produits grâce à la grille d'évaluation
- Envoi de la proposition pour validation au groupe éco-conception
- Récupération des justificatifs
- Partage de la grille au service WEB pour communication sur la fiche produit et sur la page d'accueil de l'éco-conception

Pour apporter plus de transparence sur les produits éco-conçus, l'ensemble des critères sont disponibles sur la fiche produit au niveau de notre site WEB en cliquant sur :

Produit éco-conçu

Découvrez les leviers d'éco-conception de ce produit



Eco-conçu

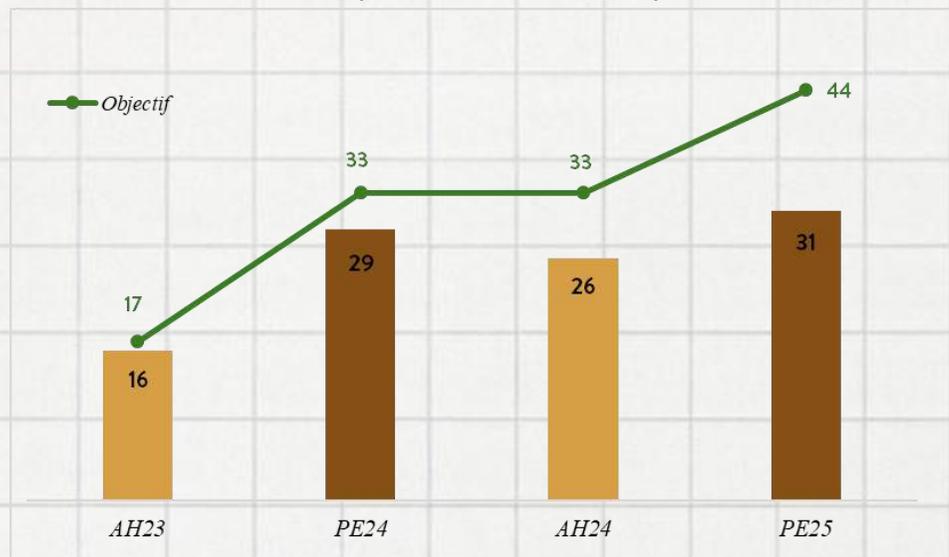
Avec un score de **69%**, ce produit est considéré comme éco-conçu



NOTRE DÉMARCHE *eco* conception

En chiffres

Évolution du nombre de produits éco-conçus par saison :



Objectif AH24 : 3 produits éco-conçus par rayon soit 33 produits au total;

79% de l'objectif atteint

Objectif PE25 : 4 produits éco-conçus par rayons soit 44 produits au total;

70% de l'objectif atteint



68

personnes sensibilisées lors d'un atelier créé pour tous les nouveaux collaborateurs PROMOD



1

intervention Ecodesign class Refashion

292

envois de notre grille d'éco-conception disponible en open source sur demande.

Pour mieux comprendre la méthodologie de la grille d'éco-conception,
CLIQUE OU
SCANNE LE QR CODE



L’AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

Mieux connaître pour mieux agir : l’enjeu clé de la collecte des données

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

Chez PROMOD, nous avons, en collaboration avec des experts, des pairs et notre partenaire de mesure CarbonFact, **identifié et priorisé les données clés à collecter**, à la fois mesurables et réellement impactantes :

DONNEES PRIMAIRES

Elles sont indispensables au calcul de l’ACV dans le cadre de la réglementation française sur l’affichage environnemental. Elles comprennent des informations telles que le pays de fabrication, le poids du produit, ou encore sa composition matière. Ces données étaient déjà intégrées dans les outils PROMOD. Depuis le début du projet, nous avons concentré nos efforts sur leur **fiabilisation**, pour garantir la cohérence et la robustesse de nos calculs.

DONNEES SECONDAIRES

Elles permettent de **mieux caractériser** les pratiques des sites de production et les spécificités du produit, avec par exemple les sources d’électricité utilisées dans les usines, les technologies employées pour la production. Bien qu’elles soient plus complexes à collecter, ces données ont **un impact significatif** sur le résultat final de l’ACV et surtout sur notre capacité à agir concrètement pour réduire nos émissions.



À ce jour, **63 % des données nécessaires** (niveaux 1 et 2) ont été collectées via nos outils internes (Portail Fournisseur, PLM – Product Life cycle Management). Pour renforcer cette couverture, nous :

- développons nos outils internes pour faciliter la saisie des données par nos fournisseurs
- suivons des indicateurs spécifiques
- proposons des formations aux partenaires
- maintenons un dialogue régulier avec nos fournisseurs
- développons la traçabilité en amont



L'AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL



C'EST QUOI ?

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



POURQUOI ?

L'objectif est double :

- **Inform** nos clientes avec **transparence**, en rendant visible l'impact environnemental de chaque produit.
- Identifier **des leviers de réduction** d'impact, en **collaborant avec nos fournisseurs** à chaque étape de la chaîne de valeur



COMMENT ?

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

L'AVANCÉE DU PROJET CHEZ PROMOD

Lancé comme un chantier structurant au sein de notre démarche de réduction d'impacts de nos produits, le projet d'Affichage Environnemental nécessite la mise en œuvre de nombreuses étapes clés : collecte de données, mise en place d'un outil de calcul dédié, formation des équipes internes et fournisseurs, développements informatiques spécifiques, ainsi que la préparation à une communication claire et pédagogique.

SEPT 22 – MARS 24

- Phase test de collecte de données fournisseurs
- Développements informatiques internes
- Formations fournisseurs
- Sélection d'un outil d'ACV via appel d'offres
- Suivi du cadre réglementaire

JUIN 24 – MAI 25

- Lancement de la collecte de données
- Suivi des développements informatiques
- Conférences fournisseurs
- Formations équipes PROMOD
- Suivi du cadre réglementaire
- Identification des premiers leviers de réduction d'impacts

SUITE (2025 – 2026)

- Stratégie de décarbonation
- Monitoring de l'empreinte de nos produits
- Conférences fournisseurs
- Formation et accompagnement équipes PROMOD
- Optimisation du calcul d'impacts
- Suivi du cadre réglementaire

L’AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

Réduire l’impact de nos produits, des premiers résultats encourageants

En 2024, notre démarche a franchi une nouvelle étape grâce à une collaboration étroite avec CarbonFact. L’outil développé par ce partenaire nous permet de calculer les analyses de cycle de vie (ACV) de nos produits, afin d’évaluer avec davantage de précision leurs impacts environnementaux. Nous avons capitalisé sur les données déjà présentes dans nos outils internes pour affiner ces calculs, en intégrant l’ensemble des données primaires requises, ainsi qu’une part significative des données secondaires, avec un focus particulier sur les procédés industriels.

Ces efforts, combinés à nos actions sur les produits et la composition des matières, ont permis de réduire l’empreinte carbone de nos produits.

Ces résultats sont une première étape. Ils doivent désormais être consolidés, actualisés et suivis pour continuer à renforcer la fiabilité de notre affichage environnemental et nourrir notre démarche d’amélioration continue.

98%

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

Les ACV des produits vendus en 2022 et 2023 ont également été réalisées

11%

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

3 à 5%

de réduction de CO₂ par pièce sur les collections AH24 & PE25 vs AH23 & PE24

« L’analyse des Analyses de Cycle de Vie de nos produits, a mis en lumière l’ampleur de l’impact de certaines étapes de la fabrication de nos produits. Nous avons identifié que plus de 80 % des émissions étaient liées aux étapes de production des tissus, soulignant leur rôle central dans notre empreinte carbone.

Le poids des articles – lié à la quantité de fibres utilisées – s’est également avéré être un facteur clé. Nous avons pu mesurer combien le choix de matières moins impactantes permettait de réduire significativement l’impact environnemental du produit.

Ces constats orientent clairement nos priorités pour l’avenir :

- *Privilégier des matières à plus faible impact*
- *Cibler des pays de production à moindre intensité carbone*
- *Inciter nos partenaires à adopter des sources d’énergie renouvelable*
- *Limiter les pertes de matière*
- *Optimiser nos transports*

Enfin, nous sommes convaincus que cette démarche s’accompagne aussi d’un engagement auprès de nos clientes, pour prolonger la durée de vie des produits, encourager la réparation et favoriser le recyclage. »

Benjamin TESSIER,
Chef de projet Qualité & DD



NOTRE STRATÉGIE PRODUITS MOINS IMPACTANTS EN RÉSUMÉ



UNE STRATÉGIE **MATIÈRES PREMIÈRES** EN ÉVOLUTION : RRS#2

**44% DES VOLUMES EN
MATIÈRES MOINS
IMPACTANTES (MMI)**

Sur AH24 ET PE25



UNE DÉMARCHE D'**ÉCO-CONCEPTION** POUR INTÉGRER TOUTES LES ÉTAPES DU CYCLE DE VIE DU PRODUIT

**33 PRODUITS ÉCO-
CONÇUS SUR AH24 ET 44
PRODUITS SUR PE25**

Au 1er juin 2025



LA MISE EN PLACE DE L'**AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL** POUR MESURER ET AFFICHER LES IMPACTS DE CHAQUE PRODUIT

**97% D'ANALYSES DE CYCLE
DE VIE POUR NOS
COLLECTIONS AH 2024 ET
PE25**





TRANSPORT & DISTRIBUTION

PROMOD met en place des stratégies dans le domaine des transports et de la distribution pour optimiser les opérations et réduire l'impact environnemental. Pour cela, nous contrôlons l'utilisation des modes de transport dans le but de garantir une distribution efficace tout en minimisant les émissions de CO₂.

Nous suivons et optimisons les consommations d'énergie de nos différents sites.

Par ailleurs, la gestion des inventus est une priorité pour Promod dans le cadre de sa stratégie RRSM.



GESTION DES INVENDUS

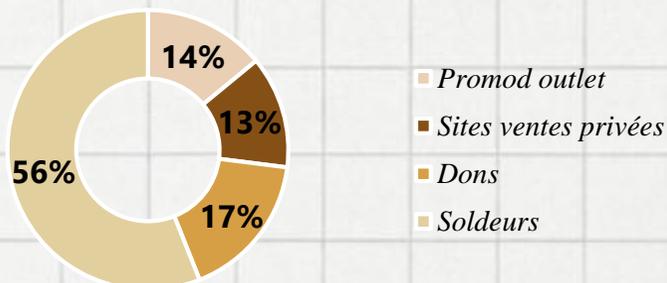
En conformité avec la Loi AGECE (Anti-gaspillage pour une économie circulaire), **PROMOD** continue de s'engager dans la réduction de ses invendus en fin de saison.

La priorité ?

Continuer à amoindrir nos résiduels :

- -12% entre les saisons PE24 & AH24 et les saisons PE23 & AH23)
- Nous visons des stocks résiduels inférieurs à 3 % par saison, contre environ 10 % en moyenne dans le secteur.
- Nombre de pièces invendues sur AH24 : 150 000 pces

Ces invendus sont écoulés selon la répartition ci-dessous :



Au-delà de l'objectif de réduction, nous avons lancé en 2022 un projet d'optimisation de la reverse logistique*. Ce projet a pour objectif de trouver des solutions de valorisation (revente, dons, upcycling...) des invendus **en local** : à proximité des magasins où sont immobilisés les stocks de fin de saison. En 2024, nous avons fait les constats suivants :

- Les volumes d'invendus disponibles sont relativement faibles.
- Les caractéristiques des stocks restent variables et difficiles à anticiper.
- Les contraintes opérationnelles des partenaires identifiés ne correspondent pas toujours à notre modèle et à notre organisation.

En 2025, nous continuons d'être en veille sur le secteur du recyclage et nous exploitons actuellement d'autres pistes dans ce pilier de la recyclabilité. Notre volonté est de pouvoir utiliser d'autres gisements (tel que le gisement de seconde main) pour trouver les bons acteurs et le bon produit en fin de chaîne pour exploiter un début de **boucle fermée**.

"Cette année, notre travail nous a permis de mieux nous situer par rapport à la maturité du marché français sur les enjeux de recyclage textile. Nous ne prétendons pas être en avance, ni en retard, mais cherchons avant tout à rester alignés avec les réalités actuelles du secteur.

Nous avons maintenu une veille active, en étant attentifs aux retours du terrain et aux évolutions du secteur. Des échanges réguliers avec d'autres entreprises nous ont également permis d'enrichir notre compréhension, dans une logique d'apprentissage mutuel.

Cette démarche nous a aidés à renforcer progressivement notre expertise. Nous abordons aujourd'hui l'élaboration de la stratégie circulaire de PROMOD avec plus de clarté et de confiance, en gardant une vision réaliste, engagée et adaptée à notre modèle".

Mathilde REMONT,
Responsable performance Offre
Cloë ROUSSELOT,
Coordinatrice flux & Analyste



LES MODES DE TRANSPORT

Les émissions de carbone liées au transport proviennent des différentes modalités utilisées (maritime, routier, aérien,...) et varient selon les flux amont (depuis nos fournisseurs) et aval* (vers nos magasins et clientes).

PROMOD continue de favoriser le transport maritime pour ses opérations de grand import. Toutefois, après plusieurs années de diminution de la part du transport aérien, **la crise du canal de Suez** a fortement perturbé les délais de livraison. En raison du contournement obligatoire par la pointe de l'Afrique du Sud, les temps d'acheminement par bateau se sont allongés en moyenne de 4 semaines. **Cette situation a engendré un risque de réception hors saison pour certaines commandes**, nécessitant temporairement un recours accru au transport aérien, le temps de réorganiser nos productions.

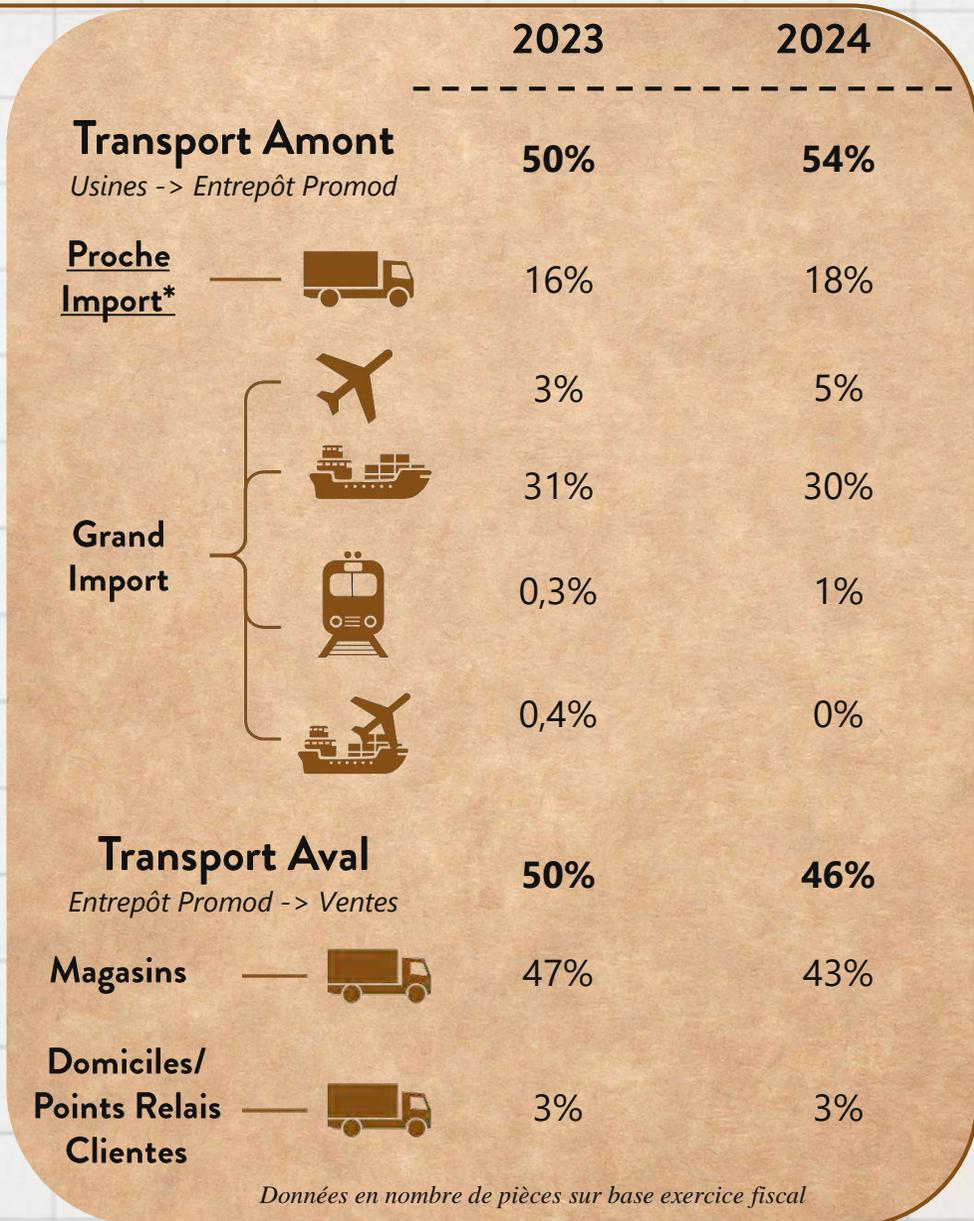
Ainsi, la part du transport aérien dans nos flux totaux amont/aval est passée de 3 % à 5 % en 2024.

Soucieuse de revenir à un usage plus raisonné de ce mode de transport à la fois coûteux et fortement émetteur de CO₂, l'entreprise a lancé des actions visant à retrouver le niveau de 2023. Les chiffres du prochain rapport RSE reflèteront cet objectif.

Nos objectifs de dématérialisation des opérations douanières, ainsi que de décarbonation du transport aval B2B* et B2C* sur le dernier kilomètre, ont été définis et planifiés à horizon 2030.

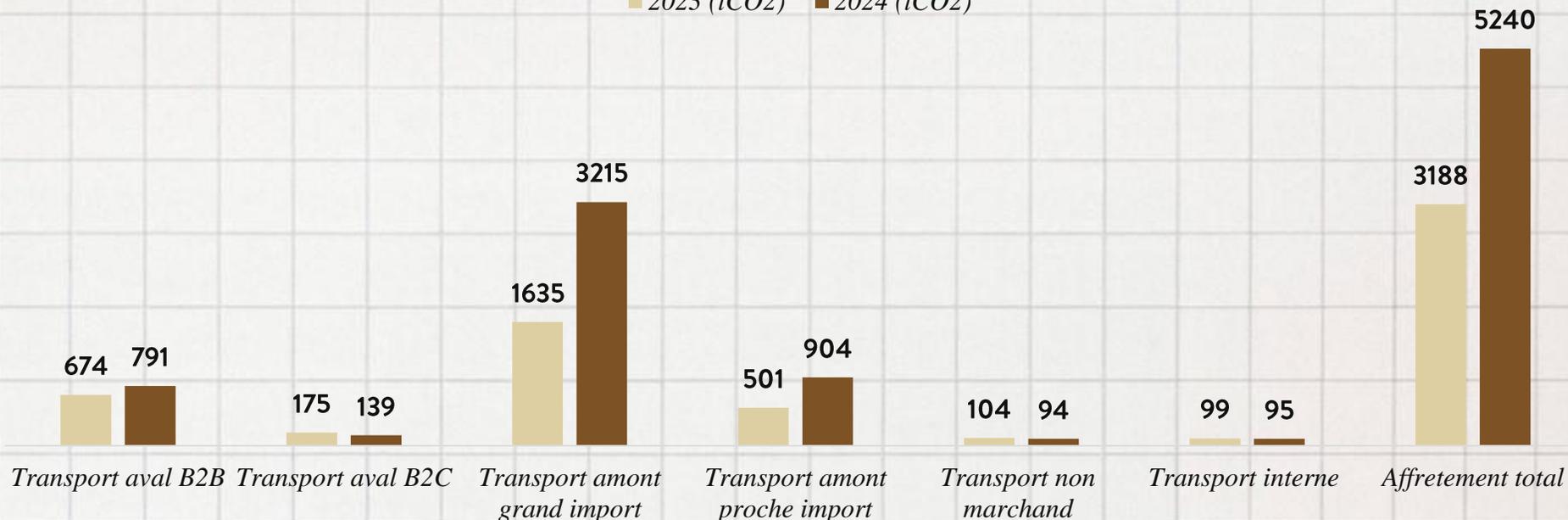
La feuille de route 2025 du transport chez Promod s'organise autour de trois axes majeurs :

- LA DÉCARBONATION DU TRANSPORT AVAL (1st & middle mile)
- LA DIMINUTION DE L'USAGE DE L'AÉRIEN
- LA REFONTE DE NOTRE LIVRE VERT TRANSPORT



LES ÉMISSIONS DE CO2 PAR MODE DE TRANSPORT

■ 2023 (tCO2) ■ 2024 (tCO2)



Entre 2023 et 2024, nos émissions de CO2 liées au transport amont grand import ont **augmenté** en raison du recours contraint au transport aérien, à la suite des perturbations autour du canal de Suez.

Nous avons également constaté une hausse de **2 %** des émissions sur le transport amont proche import, liée à la volonté de privilégier des approvisionnements plus proches (Maroc et Tunisie), nécessitant ponctuellement l'aérien. Dans cette même logique, une légère augmentation des émissions routières a été observée sur le transport aval* B2B pour les produits finis en provenance d'Europe.

Parallèlement, nous avons réussi à réduire notre impact sur les autres canaux de transport.

Ainsi, l'augmentation globale résulte principalement d'un **recours accru au transport aérien**, le temps de **réorganiser** nos productions.

Données 2024 fournies par nos prestataires transport sur notre période fiscale de Mars 2024 à Février 2025



PROJET DE DÉCARBONATION DU TRANSPORT AVAL

Etape 1 : Périmètre dernier km (audit des livraisons magasins et web / identification des énergies disponibles / engagement de nos différents transporteurs / objectif à 2030. *Réalisé sur exercice 2024*

Etape 2 : Périmètre 1st & middle mile sur le modèle du dernier km. *En cours sur exercice 2025/2026*

- *1st mile : l'enlèvement de PROMOD vers la plateforme de dégroupage transporteurs*
- *Middle mile : les tractions entre plateforme de dégroupage et les plateformes de distribution*
- *Last mile : plateformes de distribution vers les magasins*

7 transporteurs se partagent notre périmètre B2B.
3 transporteurs utilisent des **solutions bas carbone**

Objectif : 64% de livraison **dernier km décarbonés à horizon 2030**

58 **magasins sont livrés en véhicules bas carbone**, soit 15.5% de notre **parc** et **22** magasins utilisent en énergie 0 carbone (diesel HVO*)
27% de nos commandes web domicile sont distribuées en véhicules bas carbone par Colissimo dont **65%** sur les 22 plus grandes métropoles françaises

Objectif 100% des 22 grandes métropoles et **33%** du territoire national en **livraison bas carbone**

30% des livraisons Mondial Relay (point relais et lockers) sont réalisées en **véhicules électriques**

Objectif 100% de livraison Mondial Relay en **véhicule bas carbone**

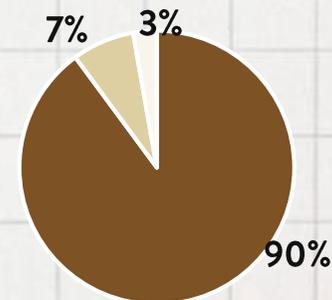
2025

Objectifs 2030



LES CONSOMMATIONS D'ÉLECTRICITÉ EN FRANCE

Répartition des consommations électriques 2024



■ Magasins FR ■ Dépôt ■ Siège

Nous avons réduit notre consommation d'énergie au sein de nos différents sites, en France, entre 2023 et 2024 :

- Siège : - **71%**
- Dépôt logistique : - **16%**
- Magasins France : - **9%**

Des réductions significatives grâce à la **sensibilisation** des équipes magasin et siège et un **système d'alertes** par mail sur la dérive des consommations vs. 2024.

Au dépôt, réductions possibles grâce à une GTB* et remplacement des éclairages par de la LED.

Autres actions en magasin:

Lors de l'année fiscale 2024, nous avons travaillé sur la revalorisation des équipements en magasins (cabines d'essayage, mobilier mural et central et caisses) :

- 21 260 kg recyclé par VALDELIA
- 12 000 kg de réutilisation dans nos magasins



NOUVEAUX BUSINESS

Lancée en 2020, la cellule « New Biz » composée de 3 chefs de projet a pour mission de repérer, tester et valider le lancement de nouveaux business.

*Toujours dans une logique de « test and learn », le service est un véritable laboratoire. Il s'appuie sur les compétences transverses des différentes équipes et, grâce aux expérimentations, fait avancer **PROMOD** vers les nouveaux modes de consommation de demain.*

Retrouvez les produits nouveaux business ici :

Made in France* :

Vêtements Femme Made in France | Promod

Promod couture :

Promod couture : La couture version Promod !

Seconde vie :

Vêtements seconde main | Promod Reprise



MADE IN FRANCE

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

Pourquoi fabriquer en France ?

Cette démarche répond à plusieurs objectifs. Elle permet de participer activement à la sauvegarde de l'emploi et au soutien de l'économie locale, tout en limitant l'impact environnemental. Elle répond également aux attentes des clientes en quête de sens et de transparence.

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

Collections lancées depuis 2019, 21 références au total



**La Gentle
Factory**

*AH23 : 5 références en
collaboration*

LES MANUFACTURES ——— 
DE LAYETTE ET TRICOTS
TRICOTÉS EN FRANCE

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

maison
LEMAHIEU
FABRICANT FRANÇAIS 1947

*PE25 & AH25 : Collections maille à partir de matières tricotées et
teintes en France – 9 références*





FABRICATION A LA DEMANDE

La fabrication à la demande permet de produire uniquement ce qui est commandé, limitant ainsi les surstocks et invendus. Les clientes doivent attendre plusieurs semaines pour recevoir leur produit, les incitant à consommer différemment.

Depuis 2019 **PROMOD** a lancé **16** campagnes de fabrication à la demande, la dernière ayant été lancée en septembre 2023.

Toutefois, au cours du projet, nous avons été confrontés à plusieurs **difficultés** :

- **En production** : Les faibles quantités sont difficiles à gérer pour notre parc de façonniers, et les délais de production de tissus nous obligent à nous engager en amont sur les commandes de matières.
- **En catalogue** : Quel produit proposer face à une offre déjà importante dans notre collection?
- **La cliente** : La cliente a envie de toucher et de voir le produit pour acheter, et n'est pas toujours prête à attendre plusieurs semaines pour recevoir son produit.

Ces difficultés nous ont conduits à mettre **fin à la fabrication à la demande** et à recentrer nos efforts sur la **précommande**, qui permet aux clientes de commander en avant-première un produit avant qu'il ne soit livré dans nos entrepôts.



PROMOD couture

PROMOD couture c'est quoi ?

Promod Couture c'est une offre complète autour de la couture : des **coupons de tissus** provenant de **fin de rouleaux** ou de **stocks**, des **patrons** de modèles issus de nos collections et des **kits** complets pour se lancer !

En bref : la fusion du savoir-faire couture historique de **PROMOD** et la volonté de revaloriser nos stocks de tissus dormants.

Cela a commencé par la commercialisation de coupons de tissu provenant des matières ayant servi à la confection des collections. En cherchant à améliorer le service, l'offre Promod Couture s'est étoffée :

- Des patrons de pièces iconiques Promod ont été adaptés afin d'être proposés aux clientes
- Des kits prêt-à-coudre ont été imaginés afin de répondre aux demandes de DIY



26 km

de tissus écoulés depuis la saison été 2024



PROMOD couture

L'**inclusivité** est également au cœur de la démarche : les patrons vont du 34 au 48 et sont abordables au niveau prix et technicité de couture.

En plus de la base solide de couturières déjà clientes **PROMOD**, nous souhaitons proposer notre offre couture au plus grand nombre.

Pour ce faire, **PROMOD** participe chaque année, depuis 2022, au salon **Créations et Savoir Faire**, à Paris. Ce salon nous permet d'échanger avec nos clientes, de faire découvrir notre marque à des passionnées de couture, et d'entrer en contact avec d'autres professionnels de l'univers de la couture pour des collaborations ou des partenariats (SINGER, la marque de machine à coudre, ou BOHIN, la marque de mercerie).

L'offre Promod Couture est vendue en BtoB depuis 2023 :

- Dans les magasins Cultura et sur leur site web.
- Sur le site web de Mondial Tissus.
- Dans quelques merceries indépendantes.

2 PATRONS PAR SAISON :



La robe ROSALIE et le pyjama MORPHEE sur PE24



La salopette PAULA et la veste VIOLAINE sur AH24



La blouse/robe CELESTE et la jupe JUNE sur PE25



Seconde Vie

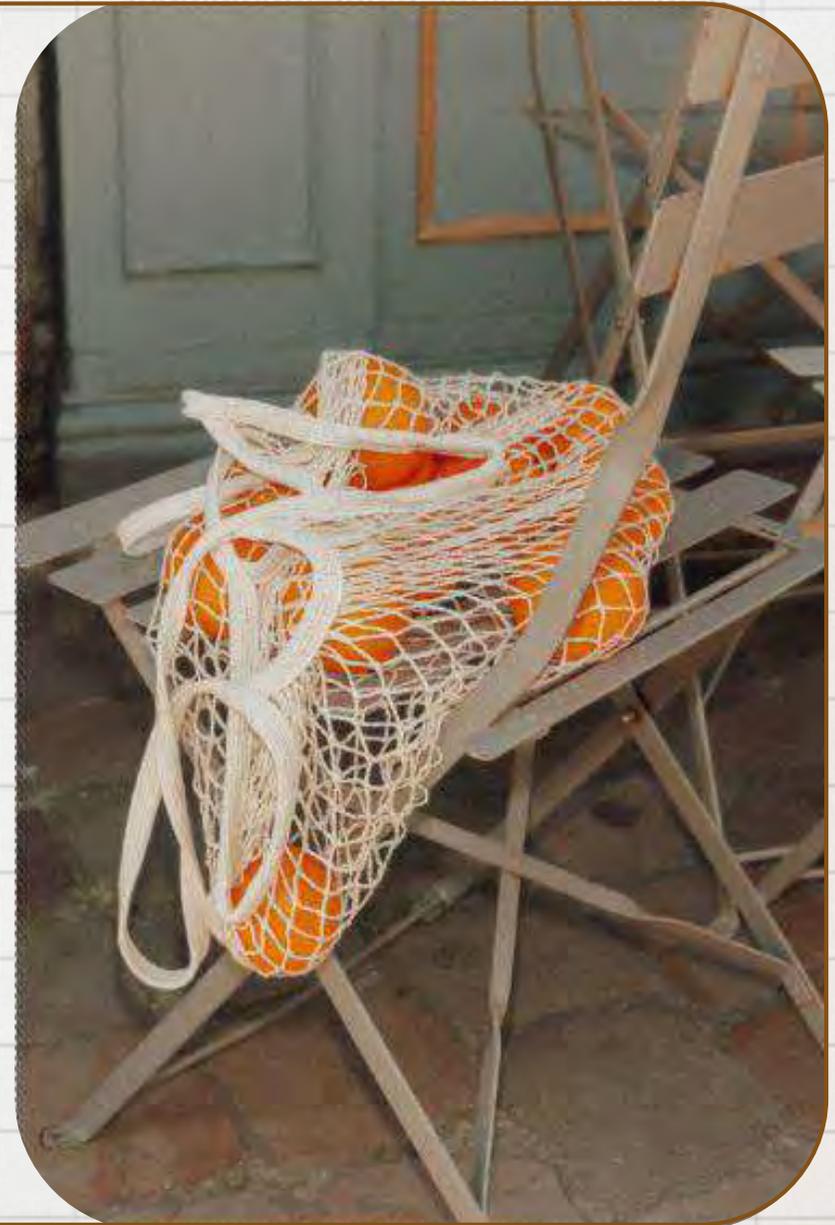
Le projet "Seconde Vie" de Promod vise à collecter les vêtements de la marque rapportés par les clientes, afin de leur donner une seconde vie. Les articles en bon état sont revendus à prix réduit. Cette initiative s'inscrit dans une démarche de réduction du gaspillage textile et de promotion d'une mode plus circulaire.

"Nous sommes toujours en train de tester de nouveaux formats de revente en circuit courts local et/ou évènementiel. Cela nous permet un écoulement plus rapide et un déploiement de notre offre à plus grande échelle géographique pour satisfaire nos clientes acheteuses Promod en seconde main.

Ces tests sont la traduction d'une réelle volonté de circularité et d'apprentissage pour leur intégration dans notre business plan.

Nous apprenons pas à pas et nous sommes encore en cours d'écriture et d'optimisation de notre projet pour nous assurer qu'un maximum de nos produits collectés puissent être revendus via nos boutiques ou via un réseau partenaires de confiance. Nous sommes également en cours d'étude d'une stratégie d'écoulement incluant d'autres sources de réemploi en France hors points de vente Promod."

Lucie THOMAS,
Responsable Seconde Main



Seconde vie

LA COLLECTE

OCTOBRE 2024

- Collecte de vêtements de la marque **PROMOD**
- Intégration de Promod Reprise à notre programme **PROMOD CLUB**

27 boutiques en collecte permanente

NOVEMBRE 2024

Campagne **CONCIOUS FRIDAY*** dans toutes nos boutiques (France, Belgique, Luxembourg et Suisse)

84 000 pièces collectées

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

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

111 187 produits collectés

Sur l'exercice 2024 pour la revente 2025



16 132 articles vendus

Sur l'exercice 2024 collectés en 2023

LA REVENTE

AOÛT - OCTOBRE 2024

Expérimentation boucle locale pour diminuer l'impact du transport et privilégier un circuit court de réemploi

AUTOMNE 2024

Nos 4 points de vente permanents revendent désormais des articles de 2nd main exclusivement de marque Promod

FEV - MARS 2025

Regroupement et mise en vente des pièces collectées en novembre 2024 en Suisse dans notre boutique de Lausanne. **99%** des volumes revendus localement sur la période

MAI 2025

Lancement de Corners de revente 2nd vie temporaires pendant 10 à 15 jours dans une trentaine de boutiques Promod





ACTIONS SOCIÉTALES

PROMOD montre son engagement sociétal à travers plusieurs initiatives : **le soutien à diverses associations, l'élargissement de la gamme de produits pour inclure une plus grande variété de tailles**, visant à promouvoir l'inclusivité et à répondre aux besoins de toutes nos clientes.

Aussi, *PROMOD* adopte des pratiques pour réduire l'empreinte carbone numérique, en limitant le stockage inutile de données et en optimisant l'utilisation des ressources informatiques.



SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS

L'association **SOLFA** (Solidarité Femmes Accueil) est une structure qui accueille, aide et met en sécurité des femmes et leurs enfants, victimes de violence ou en grande difficulté. Elle propose aussi des formations visant à les réinsérer dans la vie professionnelle. Sur la période de décembre 2024 à juin 2025, c'est **131 756€** qui ont été collectés au profit de l'association grâce aux actions suivantes :

- Bénéfices ventes foulards Femmes Libres en mars 2025
- Dons de 1€ des clientes en mars et décembre 2025
- Braderies solidaires collaborateur.ices

Sur le total des dons versés à l'association, 12 432 € ont été spécifiquement dédiés au financement de projets en faveur des enfants accompagnés par l'association.

Solfa

SOLidarité Femmes Accueil



Dans le cadre de l'opération « **Noël solidaire** », chaque don de 1 € effectué par nos clientes entre le 2 décembre 2024 et le 2 janvier 2025 a permis d'offrir un bonnet à une association. Grâce à leur générosité, PROMOD a ainsi remis **190 bonnets** à l'association SOLFA et **1 294 bonnets** aux Restaurants du Cœur.

PROMOD souhaite poursuivre le développement de ses partenariats solidaires. Cette année, nous avons mis en place de nouveaux leviers qui nous ont permis de réaliser l'importance de mieux cibler et accompagner nos structures partenaires.

Nous avons soutenu notamment le Mouvement **Emmaüs**, 1er acteur du réemploi solidaire en France, en lui offrant **78 847 pièces** (stock d'inventus) soit l'équivalent de 787 259€ de marchandise. Grâce à une dynamique de mutualisation solidaire dans le mouvement, ce don a pu être reparti sur plusieurs structures Emmaüs au niveau local afin de les soutenir dans leurs actions de lutte contre la pauvreté et l'exclusion, et de permettre à des personnes en situation de précarité d'accéder à des produits textiles de qualité.



Nous avons également soutenu l'association **CADRAN** qui vient en aide aux cadres et agents de maîtrise en recherche d'emploi ou reconversion professionnelle, à hauteur de 7 099€ de dons (stock d'inventus représentant 952 pièces). PROMOD a mis en place cette action pour soutenir et dynamiser économie locale au-delà de son éco-système interne.

SOUTIEN AUX ASSOCIATIONS



RUBAN ROSE

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

En octobre 2024, le collectif **Octobre rose en Nord** a organisé à la Maillerie (Villeneuve-d'Ascq) une **grande braderie solidaire** au profit de l'association **Mon Bonnet Rose**, qui accompagne les femmes atteintes d'un cancer. Nous étions présents aux côtés de plus de 20 entreprises qui ont proposé d'offrir leurs stocks d'invendus. Lors de la grande braderie, les articles ont été vendus à prix réduits et l'intégralité des ventes a été reversé à l'association. Après les 68 000 € collectés en 2023, les fonds 2024 contribueront notamment à aménager une salle de sport dans la nouvelle Maison Rêvée, lieu d'accueil et de soutien pour les bénéficiaires.



Mon bonnet rose



Pour découvrir notre boutique rose, sur notre site internet
**CLIQUE OU
SCANNE LE QR CODE**

BOUTIQUE ROSE

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

Un produit Boutique Rose est sélectionné selon 3 critères principaux :

- **LA COUPE**
- **LA MATIERE**
- **LE SYSTEME DE FERMETURE**

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

Amour
ROSE



L'EXTENSION DE TAILLES

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

L'ÉVENTAIL DES TAILLES : UNE AVANCÉE CONTINUE

Nous avons désormais une sélection de tailles allant jusqu'au 48. Leur disponibilité en point de vente est également renforcée : En juin 2025, **69 % des références** sont proposées dans une large gamme de tailles et présentes dans **55 % de notre parc magasins**, contre **48 % de l'offre** dans environ **un tiers** des magasins en juin 2024. Cette évolution reste progressive et dépend des contraintes propres à nos surfaces de vente.

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

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

UNE DÉMARCHE INCLUSIVE ET RÉALISTE

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



Printemps -
été 2024

437 681 pièces
T34

359 510 pièces
T46/48

Printemps -
été 2025

568 973 pièces
T34

570 890
pièces T46/48



LA SÉLECTION MATERNITE

« Promod souhaite pouvoir habiller toutes les femmes, quel que soit leur morphologie et à tous leurs moments de vie ». C'est dans ce contexte qu'est proposé un vestiaire adaptable à la maternité. A porter avant, pendant et après la grossesse.

La sélection maternité est issue de nos collections.

**PROMOD
TAJINEBANANE**

Pour découvrir notre
sélection maternité, sur
notre site internet
**CLIQUE OU
SCANNE LE QR CODE**



PROMOD x TAJINEBANANE

A l'occasion de la **Fête des Mères 2025**, Promod s'est associé à **Tajinebanane** pour une capsule exclusive.

Des vêtements qui **célébrent toutes les femmes** et leur **liberté de choix**. La liberté d'avoir des enfants ou pas, d'allaiter ou non, la liberté d'être soi.

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



LES PERFORMANCES NUMÉRIQUES

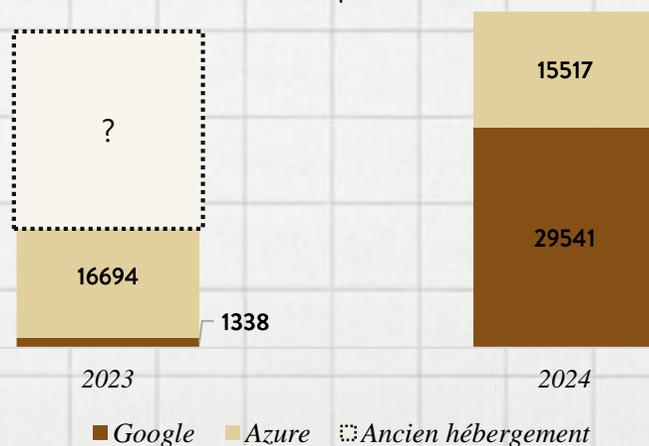
MOVE TO CLOUD

Entre 2023 et 2024, les émissions de CO₂ liées à l'hébergement de nos services numériques apparaissent en forte hausse (+150%). Cette variation ne reflète pas une augmentation réelle, mais une amélioration de notre **capacité à mesurer ces impacts**. Cette évolution est également le reflet de changements majeurs dans notre infrastructure.

Répartition des usages : qui fait quoi ?

Aujourd'hui, notre système numérique repose principalement sur deux hébergeurs :

- **Azure**, qui héberge notre site web ainsi que nos outils de développement
- **Google Cloud**, qui prend en charge l'essentiel de notre système d'information interne : serveurs applicatifs, bases de données et autres services critiques.



En 2024, nos émissions de CO₂ liées à Google Cloud ont fortement augmenté. Cela s'explique principalement par le **transfert de nos serveurs vers Google**. Historiquement hébergés dans le centre de données de la société CIV, nous ne disposons pas de ces indicateurs.

Google est **engagé** sur les enjeux RSE avec des objectifs ambitieux d'ici 2030 :

- Fonctionner avec une **énergie décarbonée** 24h/24 7J/7 sur tous les réseaux
- Zéro émission nette sur l'ensemble de leurs opérations et de leur chaîne de valeur
- **Reconstituer** 120% du **volume d'eau potable** que leurs bureaux et centre de données consomment en moyenne

Ainsi, cette hausse est le reflet d'une meilleure **transparence**. Grâce à Google, nous disposons désormais d'outils précis pour mesurer notre impact. Cela représente un progrès important : nous allons pouvoir suivre nos émissions de près et agir pour les réduire. Il est d'ailleurs fort probable que notre consommation globale ait diminué entre 2023 et 2024.

Parallèlement, nos émissions liées à Microsoft Azure ont légèrement diminué entre 2023 et 2024, malgré l'augmentation des usages, notamment pour l'infrastructure des magasins. Cela montre une **bonne maîtrise de la consommation** sur cette partie de notre infrastructure.

En résumé : la forte hausse des émissions en 2024 est en grande partie liée à la migration vers un hébergement mieux mesuré. Ce changement nous met en meilleure position pour piloter efficacement notre impact numérique dans l'avenir.



LES PERFORMANCES NUMÉRIQUES

SITE WEB

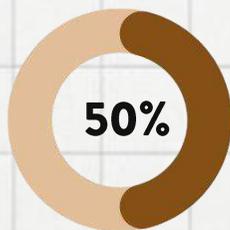
La consommation de notre infrastructure web hébergée dans le **Cloud Azure de Microsoft** a été suivie sur la période du **1er janvier 2024 au 31 décembre 2024**.

Bonnes pratiques mises en place :

- **Extinction automatique des environnements non essentiels** (développement, tests) la nuit et les week-ends, afin de limiter les émissions inutiles.
- **Optimisation en période de forte activité** : aucune surconsommation n'a été constatée pendant les périodes commerciales sensibles, comme les soldes.

Sur l'année 2024, les émissions de CO₂ liées à cette infrastructure sont restées stables, oscillant entre **295 kg et 367 kg**. Cette faible variation reflète une **bonne maîtrise de la consommation énergétique**, malgré les pics d'usage.

Note d'accessibilité du site web :



L'audit d'accessibilité réalisé par Urbilog révèle que **50 %** des critères du RGAA* 4.1 sont respectés, ce qui signifie qu'un critère sur deux est jugé conforme. Toutefois, le taux moyen de conformité s'élève à **68 %**, car certains critères portent sur un plus grand nombre d'éléments testés

Pour tout complément d'information relatif aux performances numériques du site web, vous pouvez consulter la page dédiée : [Programme pluriannuel d'accessibilité de Promod](#)





INTERNE

PROMOD valorise une culture d'entreprise forte et une communication interne efficace pour renforcer l'engagement et la cohésion de ses équipes. L'entreprise s'investit dans la qualité de vie au travail, en promouvant la diversité et l'égalité des chances pour tous les collaborateurs.rices. Ainsi, un bilan social est réalisé pour évaluer et améliorer les pratiques en matière de ressources humaines, garantissant ainsi un environnement de travail inclusif et favorable au développement de chacun.



LA CULTURE D'ENTREPRISE

CARE

Curiosité
Agilité
Responsabilité
Exigence

Pour aider **PROMOD** à basculer vers un business model plus précis, circulaire et communautaire, l'engagement de l'ensemble des collaborateurs.rices est indispensable. Nous avons défini un cap culturel qui guide au quotidien nos façons de travailler, de communiquer et de manager. Notre modèle culturel tient en 4 lettres : **C.A.R.E.**

La curiosité, l'agilité, la responsabilité et l'exigence guident chacune de nos actions et décisions au quotidien.

LE DIALOGUE SOCIAL

Le dialogue social regroupe les processus de négociation, de partage de l'information ou de consultation mis en place entre la Direction et les représentants de salariés.

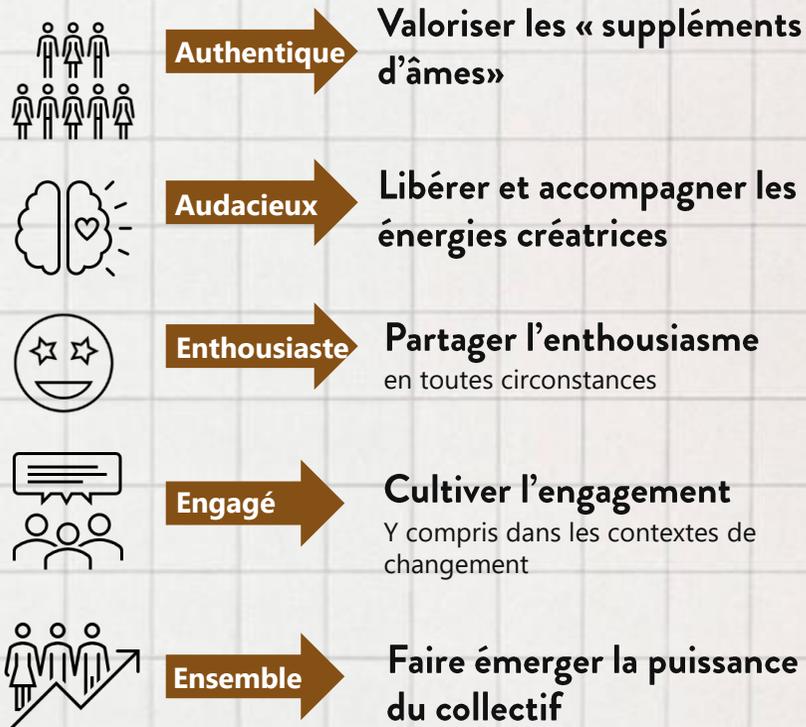
En 2023, un nouvel accord d'intéressement plus juste a été conclu, qui partage avec l'ensemble des collaborateurs.rices la valeur créée par l'entreprise, récompensant ainsi leurs efforts et leur travail. Sur l'exercice 2024, l'effet de cet accord additionné aux bonus versés ont permis de partager **30%** de la valeur créée.

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.

LE MODÈLE DE MANAGEMENT

Le modèle de Management chez **PROMOD** est lui aussi imprégné du CARE.

Chaque manager doit avant tout avoir envie de manager, être valeur d'exemple, être juste et équitable, et avoir du courage. L'accompagnement des équipes repose sur le socle indestructible de nos VALEURS.



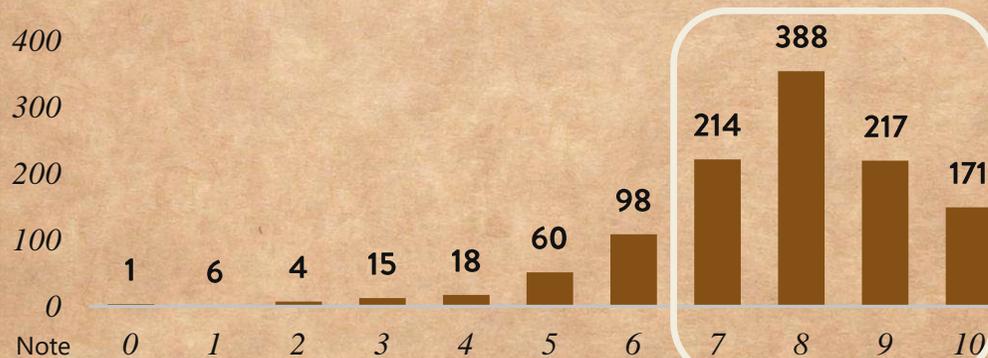
BAROMÈTRE DE SATISFACTION INTERNE

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.

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

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

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



Des actions sont engagées ou poursuivies, qu'il s'agisse des conditions de travail, ou de bien-être ensemble, pour toutes les entités. Un baromètre a également été réalisé en juin 2024 montrant une stabilité du taux de participation et de la note moyenne de recommandation.

LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

En 2024 Promod remet la **qualité de vie et des conditions de travail** (QVCT) au cœur des préoccupations RH, déterminée à écrire et mettre en œuvre une politique solide et ambitieuse en la matière. Cette mission a été officiellement confiée à Aurélie Galarme, HRBP Réseau.

Dans cette perspective, le baromètre de décembre 2024 a permis, en plus de mesurer la satisfaction, de recueillir les attentes et besoins des collaborateurs.rices sur la thématique spécifique de la QVCT chez Promod.

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

"Parce qu'écouter celles et ceux qui font Promod chaque jour, c'est le point de départ d'une politique QVCT ambitieuse, au service du bien-être, de l'engagement et de la réussite collective."

Aurélie Galarme – HR Business Partner



En 2025 la politique QVCT sera formalisée et assortie d'un plan d'actions concerté, pour une expérience collaborateurs toujours plus épanouissante et propice à la performance.

Les sujets : charge de travail, santé mentale, environnement de travail, équilibre pro/perso, relations humaines et management seront au cœur de cette politique.

DIVERSITÉ & ÉGALITÉ DES CHANCES

ÉGALITÉ FEMMES / HOMMES

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

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. Cette année, notre note est de **88/100**, soit une baisse de 11 points par rapport à l'an passé. Cette évolution est principalement liée au critère relatif à **l'écart du nombre d'augmentations individuelles entre les femmes et les hommes par catégorie socioprofessionnelle (CSP*)**.

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

38/40

Écart de rémunération entre hommes & femmes

10/20

Écart du nombre d'augmentations individuelles entre hommes et femmes par CSP*

15/15

Écart du nombre de promotions entre hommes & femmes

15/15

% de salariés ayant bénéficié d'une augmentation à leur retour de congé maternité

10/10

Nombre de salariés du sexe sous-représenté parmi les 10 salariés ayant perçu les + hautes rémunérations



LE CONGÉ MENSTRUEL

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

« Les maladies gynécologiques correspondent aux **atteintes de l'appareil génital de la Femme**. On parlera de maladie gynécologique **incapacitante** lorsque celle-ci peut conduire à une **invalidité** importante entraînant une situation de **handicap**. Parmi les plus fréquentes, on peut citer : l'endométriose, l'adénomyose, l'endométriose digestive, le fibrome interstitiel... C'est en réponse à cette problématique de santé qui concerne 1 femme sur 10 en France que Promod a souhaité mettre en place le congé menstruel.

Chez **PROMOD**, les salariées concernées peuvent bénéficier jusqu'à **12 jours de congés menstruels par an**. »

Florian WEPPE
Manager de la Mission et de la Diversité



DIVERSITÉ & ÉGALITÉ DES CHANCES

LA CHARTE SÉNIOR

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

Cette charte repose sur quatre engagements structurants, traduits par des actions concrètes (non exhaustif) :



GARANTIR L'ACCÈS À L'INFORMATION SUR LES DISPOSITIFS DE FIN DE CARRIÈRE

Organisation régulière de réunions d'information sur la retraite en partenariat avec des organismes spécialisés tels que la CARSAT, le B2V ou encore le SSTRN, dès l'âge de 55 ans. À partir de 58 ans, les collaborateurs peuvent également bénéficier de rendez-vous individuels personnalisés avec le SSTRN pour aborder leur situation spécifique.



ADAPTER LES CONDITIONS DE TRAVAIL DES SENIORS ET SENSIBILISER À LA QVCT

*En cas de **retraite progressive**, les collaborateurs peuvent bénéficier du **maintien à temps plein des cotisations retraite (patronales et salariales)** deux ans avant l'âge légal de départ, **entièrement pris en charge par l'entreprise**.*



DÉVELOPPER L'EMPLOYABILITÉ EN SECONDE PARTIE DE CARRIÈRE

*Allocation d'un budget spécifique dans le **plan de formation afin** de financer des actions telles que des **bilans de compétences** ou des **formations certifiantes (ex. CLEA)**. Un chantier logistique a notamment été lancé pour prévenir la désinsertion professionnelle, avec déjà plus d'un tiers des collaborateurs engagés dans ce processus via une première étape d'évaluation CLEA.*



VALORISER L'EXPERTISE ET RENFORCER LA RECONNAISSANCE DES SENIORS

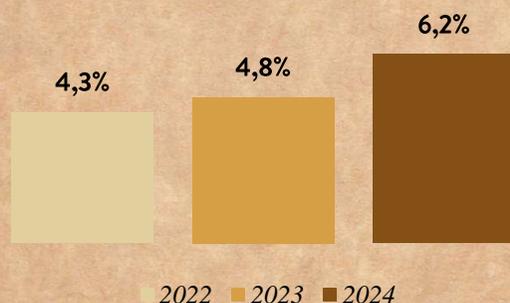
*Possibilité pour les salariés de **60 ans et plus** de consacrer **jusqu'à 4 jours par an**, rémunérés, à une activité de **bénévolat** au sein d'organismes à but caritatif, d'utilité publique ou d'intérêt général. Cette démarche vise à accompagner progressivement la transition vers la retraite tout en valorisant l'expérience et l'engagement social des collaborateurs.*



INCLUSION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

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

TAUX D'EMPLOI DE PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

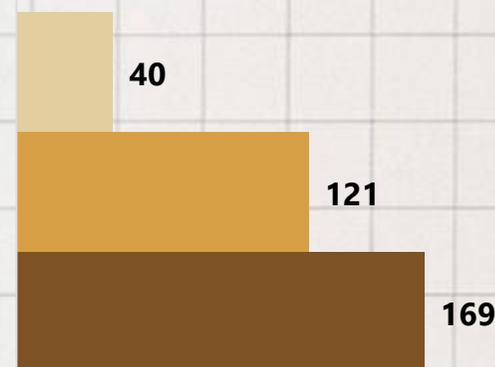


Le taux d'emploi de personnes en situation de handicap a atteint le seuil de **6 %**, un cap important que nous entendons consolider et dépasser pour poursuivre nos progrès.

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

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

Nombre de personnes accueillies lors du DUO DAY



Durant 1 journée ou demi-journée, 1 personne en situation de handicap compose un DUO avec 1 collab Promod pour faire découvrir son métier/environnement de travail

■ 2022 ■ 2023 ■ 2024

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



DÉVELOPPEMENT DES COMPÉTENCES

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



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

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

L'offre complète de formation, structurée par thèmes, est à disposition de tous dans notre **Catalogue Formations**. Chacun peut ainsi renforcer la maîtrise de son poste, faciliter sa mobilité interne ou encore garantir son employabilité et, quoi qu'il en soit, garder la main sur le développement de ses compétences.



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

LA PLATEFORME EN CHIFFRES :

1 252 Formations suivies sur la plateforme par l'ensemble des collabs (parcours suivis dans la globalité)

32% Des collabs ont suivi au moins 1 parcours complet

780 Heures de parcours de formation

BILAN FORMATION (année civile)

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

En moyenne, un.e collaborateur.rice formé.es **PROMOD** a pu bénéficier de **20,5h** de formation cette année.

En 2024, 2,54% de la masse salariale a été consacrée à la formation.

Cela a représenté 13 601 heures

COMMUNICATION INTERNE

Proposer une expérience de qualité à nos collaborateurs.rices, c'est aussi satisfaire leur besoin de savoir, d'agir et d'interagir. La communication interne s'emploie chaque jour à **informer, fédérer** et **engager** l'ensemble des salariés, qu'ils soient au siège, en magasin ou sur notre site logistique.

Nous avons à cœur de **donner du sens** à chacun, en toute transparence, sur le projet d'entreprise, nos résultats, nos engagements, nos actualités, etc.



Nous veillons également à faire vivre la culture d'entreprise et à valoriser les talents qui font notre richesse. Et puis il y a cet « **Esprit Promod** », si précieux et singulier, qu'il convient de préserver et d'entretenir, parce qu'il est notre force.

Ainsi nous mettons tout en œuvre pour favoriser et **encourager les rencontres**, les échanges, les connexions entre collaborateurs de tous services et de toutes entités, en développant des formats innovants, en animant notre réseau social d'entreprise, ou encore en proposant des événements ou des challenges conviviaux.



ENGAGEMENT DES COLLABS

PROMOD souhaite encourager et faciliter l'engagement des collaborateurs.rices volontaires, afin que chacun puisse s'investir individuellement dans l'une de nos 3 thématiques prioritaires :

LES FEMMES – L'INCLUSION – L'ENVIRONNEMENT

Ainsi, les équipes se mobilisent à travers la France lors d'événements tels qu'**Octobre Rose** (course au profit de l'asso Ruban Rose) ou encore en ramassant les déchets à l'occasion du **World Clean Up Day**. Depuis 2019, une initiative interne, **les Bras Donneurs**, permet aux salariés du siège d'aller régulièrement donner leur sang dans un centre de collecte de l'EFS.



Autre action engagée, 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*.

Une dizaine de collaborateurs.rices ont souhaité s'impliquer individuellement en devenant **mentors**. Le but de ce mentorat est d'accompagner au mieux ces jeunes pour les soutenir dans leur réussite scolaire et/ou professionnelle.





BILAN SOCIAL

Le bilan social présente les principaux indicateurs liés à nos ressources humaines : effectifs, sécurité au travail, turnover et ancienneté.

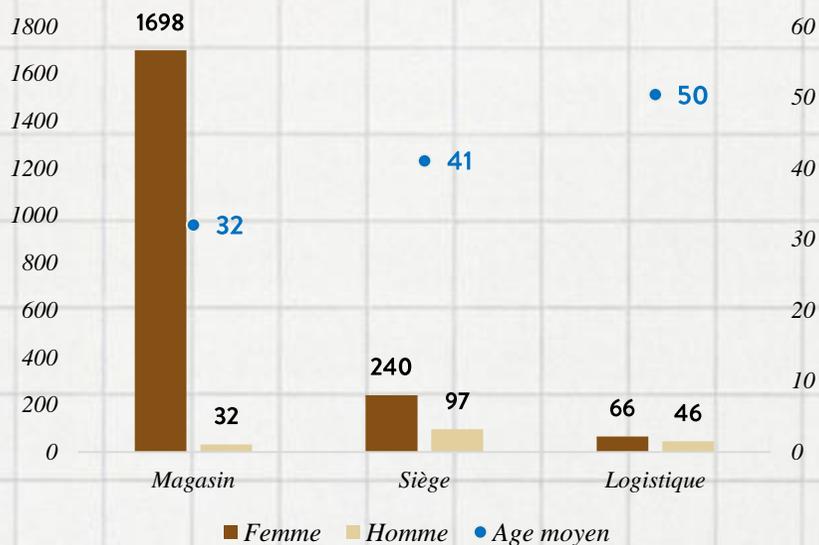
*Il offre une vision synthétique de la dynamique sociale de **PROMOD**.*



BILAN SOCIAL

EFFECTIF ET ÂGE MOYEN PROMOD FRANCE

(données recueillies du 01/03/2024 au 28/02/2025)



Sur les 12 mois glissants de l'exercice fiscal (01/03/2024 – 28/02/2025), l'effectif global de **PROMOD** reste majoritairement féminin, avec **2004** femmes et **175** hommes répartis entre les magasins, le siège et le dépôt logistique. L'âge moyen est de **34 ans**, avec une population plus jeune dans les magasins et plus expérimentée du côté de la logistique.

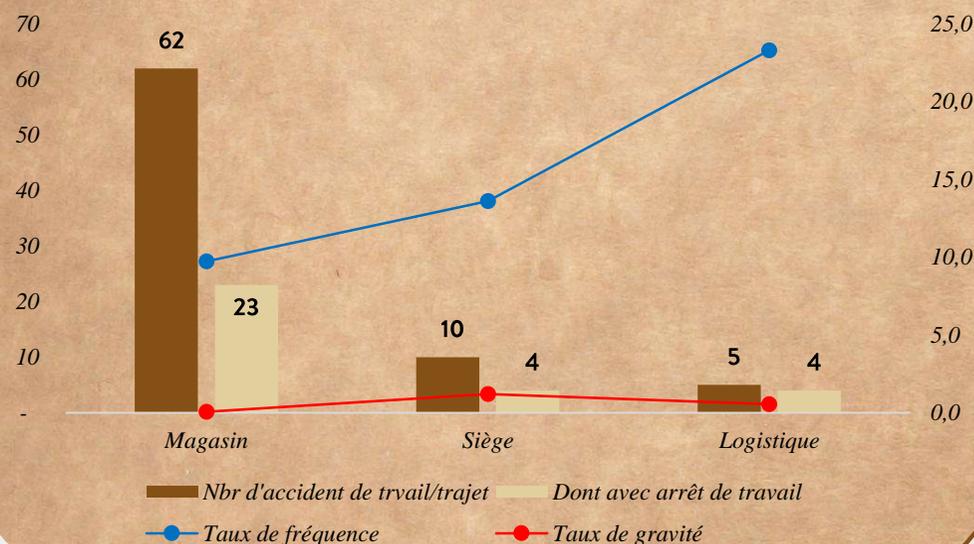
ACCIDENTS DE TRAVAIL PROMOD FRANCE

(données recueillies du 01/01/2024 au 31/12/2024)

Sur l'année 2024 (année calendaire), le nombre d'accidents de travail a été de **41** pour les employés en magasins, de **14** pour les employés du siège et de **8** en logistique. Ces accidents peuvent être causés par les déplacements routiers, les chutes, le matériel...

Ceci représente un taux de fréquence* de **9,73** pour les magasins, **13,6** pour le siège et de **23,3** en logistique. Pour un taux de fréquence global de **9,94**.

Le taux de gravité* de ces accidents de travail est de 0,06 pour les magasins, **1,21** pour le siège et **0,54** en logistique, ce qui représente un taux de gravité global de **0,58**.

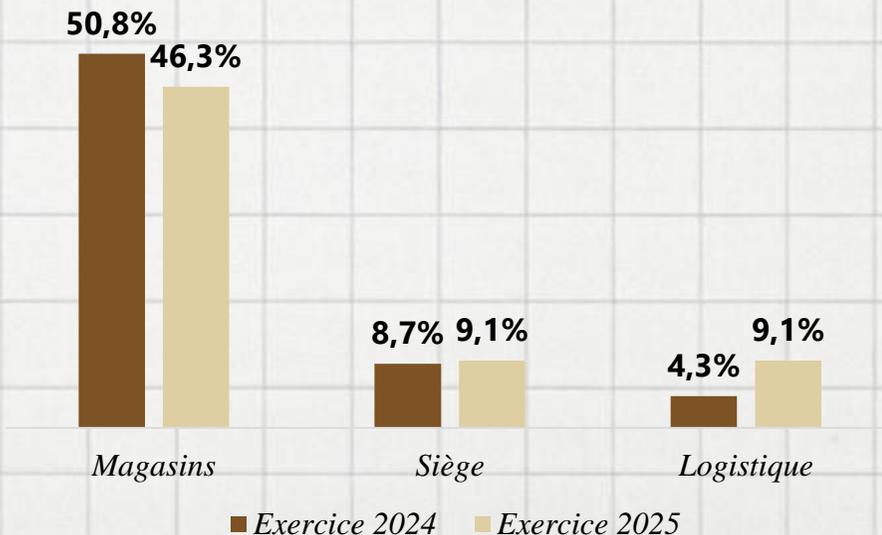


BILAN SOCIAL

TAUX DE SORTIE PROMOD FRANCE

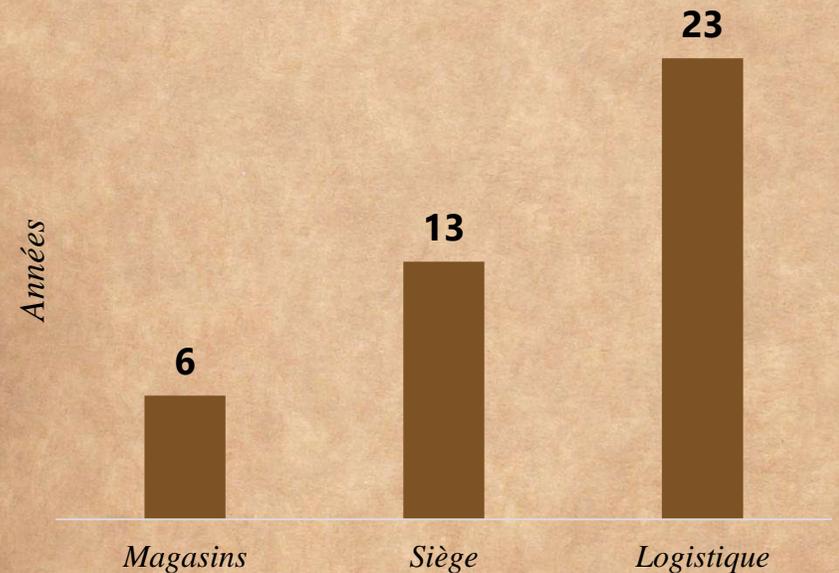
(données recueillies du 01/03/2024 au 28/02/2025)

Sur les 12 mois glissants de l'exercice fiscal (01/03/2024 – 28/02/2025), le **turnover France** (taux de sortie) a diminué de **7,4%** par rapport à l'exercice précédent, impacté principalement par les magasins. Bien qu'en régression de **8.8%** notamment grâce à des actions menées en formation, reconnaissance et politique de rémunération, ce taux magasin reste encore élevé. De nouveaux plans d'action sont engagés notamment sur les postes de conseillère de mode, majoritairement en temps partiels.



ANCIENNETÉ PROMOD FRANCE

(données recueillies du 01/03/2024 au 28/02/2025)



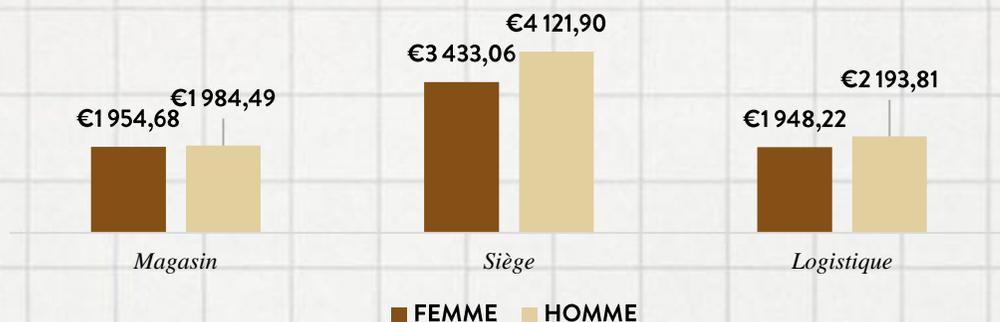
L'ancienneté moyenne des collaborateurs sur l'exercice 2025 s'élève à **8,2 ans**, témoignant d'un certain attachement des collaborateurs.rices à l'entreprise.



BILAN SOCIAL

SALAIRE MOYEN CDI PROMOD FRANCE

(données au 28/02/2025)



Les salaires présentés ci-dessus correspondent à des moyennes globales et **ne sont pas calculés à poste équivalent**. Ils agrègent des situations très diverses (responsabilités, métiers, directions, ancienneté, profils...), ce qui rend les comparaisons délicates si l'on ne descend pas au niveau fin des **catégories d'emploi par secteur** – un niveau de détail qui n'entre pas dans le périmètre de ce rapport. Cependant, cette dimension est bien prise en compte dans la méthodologie de calcul du critère "Écart de rémunération entre hommes & femmes" de l'**Index sur l'égalité professionnelle**, présenté en page 75.

- **Magasins** : L'écart s'explique par la très faible proportion d'hommes (30 pour 1 582 femmes), dont la moitié occupe un poste de responsable.
- **Siège** : Un écart de 16,7 % qui s'explique en partie par une forte représentation des hommes dans les fonctions informatiques (DSI), où les rémunérations sont plus élevées.
- **Logistique** : 76 % des salariés logistiques sont classés ALQ « sous grille » et perçoivent donc une rémunération identique. Pour les 24 % restants, l'écart de 11% constaté s'explique en grande partie par des différences d'ancienneté.



LE CŒUR DE L'ENTREPRISE PROMOD EN RÉSUMÉ



UNE **QUALITÉ DE TRAVAIL** TRÈS APPRÉCIÉE PAR LES COLLABORATEURS. RICES PROMOD

83% DES

RÉPONDANTS ONT MIS UNE NOTE \geq A 7/10



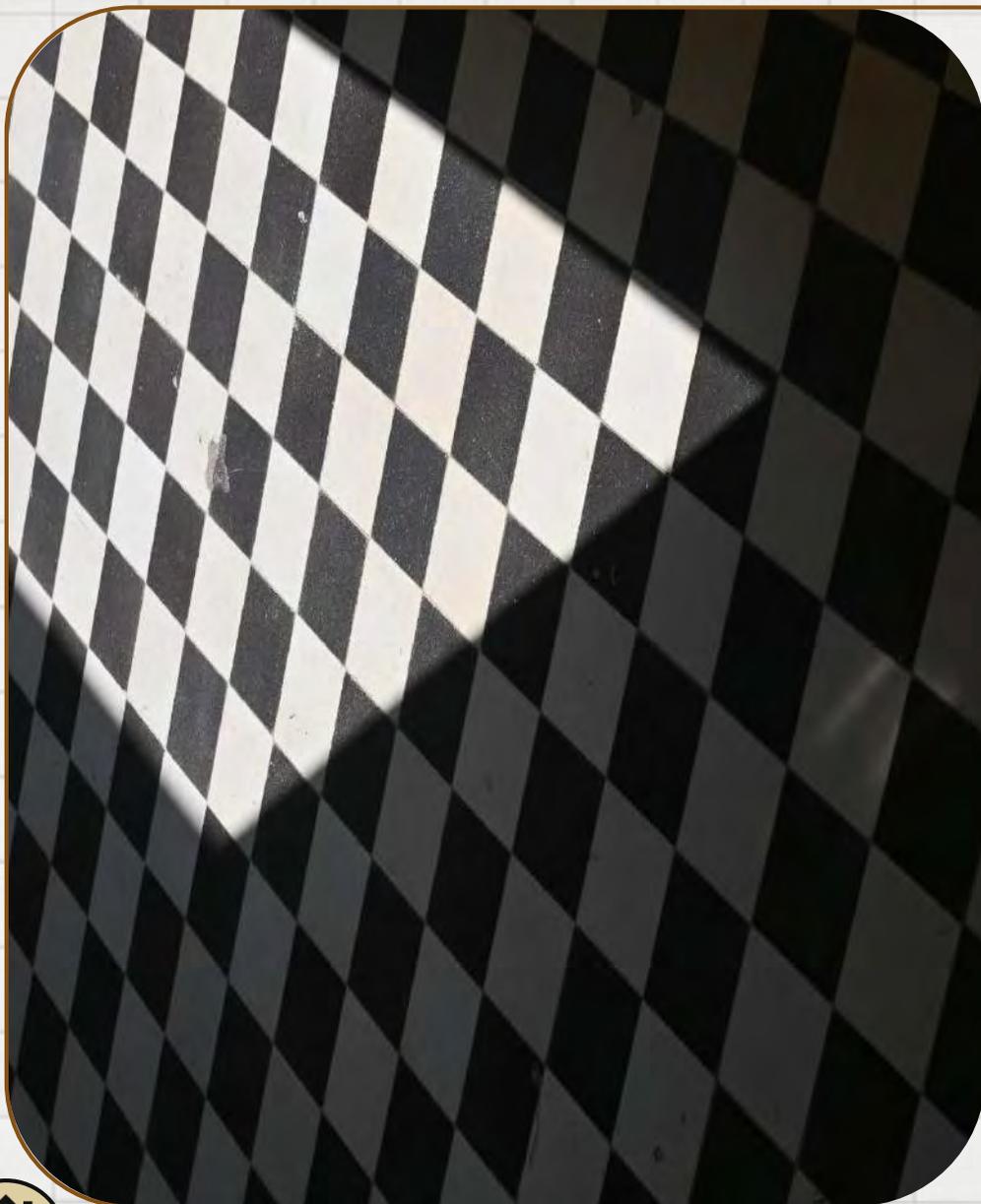
LA CRÉATION D'UN **CONGÉ MENSTRUEL**

12 JOURS DE CONGÉS MENSTRUELS PAR AN



DES COLLABORATEURS. RICES ATTACHÉS A L'ENTREPRISE

8,2 ANS DANS L'ENTREPRISE EN MOYENNE



ANNEXES

*Cette section rassemble l'ensemble des éléments complémentaires destinés à enrichir la lecture et la compréhension du rapport. On y trouve notamment les **indicateurs clés** regroupés par thématiques, permettant de mesurer et de suivre les principaux aspects abordés dans les différentes parties du document.*

*Les annexes comprennent également des **données détaillées**, des **analyses spécifiques** ou des **documents de référence** venant appuyer ou illustrer certains points traités dans le corps du rapport. Elles ont pour objectif d'offrir un éclairage supplémentaire aux lecteurs souhaitant approfondir certains sujets.*



ANNEXE 1 - INDICATEURS

	2024		2025		
ACTIONS	OBJECTIFS	RESULTATS <i>(au 1er Juin 2024)</i>	OBJECTIFS	RESULTATS <i>(au 1er Juin 2025)</i>	ÉVALUATIONS ÉVOLUTIONS
Traçabilité des usines indirectes	Tracer les usines des rangs indirects	Rang 1 indirect : 11 Rang 2 indirect : 305 Rang 3 indirect : 92 Rang 4 indirect : 1	Tracer les usines des rangs indirects	Rang 1 indirect : 38 Rang 2 indirect : 416 Rang 3 indirect : 119 Rang 4 indirect : 1	+40% <i>Vs N-1</i>
Conformité sociale des usines directes via audits ICS	Rang 1 et 2 direct : 100% conforme	Rang 1 : 99% Rang 2 : 85%	Rang 1 et 2 direct : 100% conforme	Rang 1 : 97% Rang 2 : 97%	97%
Conformité environnementale des usines directes utilisant un procédé à voie humide via audits ICS	Rang 1 et 2 direct : 100% conforme	Rang 1 : 67% Rang 2 : 70%	Rang 1 et 2 direct : 100% conforme	Rang 1 : 88% Rang 2 : 96%	87%



ANNEXE 1 - INDICATEURS

ACTIONS	2024		2025		ÉVALUATIONS ÉVOLUTIONS
	OBJECTIFS	RESULTATS	OBJECTIFS	RESULTATS	
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% des 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% des produits vendus retournés par nos clientes pour un problème qualité	0,11% de produits retournés par les clientes à cause d'un défaut qualité	100%
	Au moins 55% des usines avec un niveau argent ou or	54%	Au moins 55% des usines avec un niveau argent ou or	55%	100%



ANNEXE 1 - INDICATEURS

	2024		2025		
ACTIONS	OBJECTIFS	RESULTATS	OBJECTIFS	RESULTATS	ÉVALUATIONS ÉVOLUTIONS
Utilisation de matières moins impactantes (MMI) dans nos collections	>75% de nos options Promod for Good (AH23 au moins 65% / PE24 au moins 85%)	71% de nos options étaient Promod For Good	Etablir une nouvelle stratégie matières moins impactante	Stratégie établie	OK
Eco-conception	Eco-concevoir 3 produits par famille de produit sur PE24	29 produits éco-conçus au total sur PE24	Eco-concevoir 3 produits par famille de produit sur AH24 et 4 produits sur PE25 soit au total : AH24 : 33 produits PE25 : 44 produits	AH24 : 26 produits PE25 : 31 produits	74%
	Mise à disposition de notre grille d'éco-conception et communication sur notre démarche	Sortie en open-source de la grille éco-conception Sortie d'un podcast avec The Good Goods Mise à jour de la page éco-conception et des fiches produits sur le site WE	Envoi de la grille éco-conception	292 envois	OK



ANNEXE 1 - INDICATEURS

ACTIONS	2024		2025		ÉVALUATIONS ÉVOLUTIONS
	OBJECTIFS	RESULTATS	OBJECTIFS	RESULTATS	
Collecte de données pour l'affichage environnemental	Collecte complète des données environnementales pour chaque produit	AH23 : 0%	Taux de complétude des données environnementales des commandes : 70%	AH24 : 63 % PE25 : 68,4 %	94%
		PE24 : 48%	Taux de complétude des données environnementales des usines de confection et de transformation de matières premières : 70%	AH24 : 51,3 % PE25 : 60,8 %	80%
Analyse de cycle de vie (ACV)	100% d'Analyse de cycle de vie pour l'ensemble de notre collection automne-hiver 2023/2024 et Printemps-été 2024	AH23 : 0% PE24 : 97%	100% d'Analyse de cycle de vie pour l'ensemble de notre collection automne-hiver 2024/2025 et Printemps-été 2025	AH24 : 97,9% PE25 : 97,9%	98%
Formation aux impacts environnementaux			Partager les enseignements des mesures Carbone : objectif 100% de l'offre formée	86% de personnes inscrites sur les effectifs de l'offre (76 sur 88 personnes)	86%



ANNEXE 1 - INDICATEURS

	2024		2025		
ACTIONS	OBJECTIFS	RESULTATS	OBJECTIFS	RESULTATS	ÉVALUATIONS ÉVOLUTIONS
Engagement de nos magasins sur des actions RSE	Organisation d'un séminaire avec les référentes RSE magasins et le COPIL RSE	Séminaire réalisé le 18 et 19 juin 2024	Organisation d'un séminaire avec les ambassadrices RSE	Séminaire réalisé les 18 et 19 juin 2025	OK
Optimisation de nos modalités de transport (amont/aval)	Réduire l'usage du transport aérien (usine de confection-entrepôt)	3%	Réduire l'usage du transport aérien (usine de confection-entrepôt)	5%	NOK
			Projet de décarbonation du transport aval	Etat des lieux réalisé et objectifs fixés	OK
Maîtrise de nos consommations d'énergie	Réduction d'énergie : Siège, Logistique, Magasins.	Siège : -18% Logistique : -39% Magasins FR : -17%	Réduction d'énergie : Siège, Logistique, Magasins	Siège : - 71% Dépôt : - 16% Magasins FR : - 9%	OK
Gestion des invendus	Tester la valorisation de 110 000 pcs en France (sur deux saisons)	Marché pas encore mature pour notre structure			



ANNEXE 1 - INDICATEURS

	2024		2025		
ACTIONS	OBJECTIFS	RESULTATS	OBJECTIFS	RESULTATS	ÉVALUATIONS ÉVOLUTIONS
Soutien aux associations	<p>Mise en avant de l'association Solfa sur la période du mois de mars à l'occasion de la journée internationale des droits des Femmes.</p> <p>Reversement et soutien au travers d'un don de 1 euro et du reversement des bénéfices de nos bracelets solidaires.</p>	<p>Campagne 360 degrés femmes libres.</p> <p>42 774€ collectés pour l'association Solfa</p>	<p>Prise de parole et mise en avant de l'association SOLFA, reversement et soutien (don de 1 euro et reversement)</p>	<p>131 756€ collectés pour l'association Solfa de décembre 2024 à juin 2025</p>	OK
	<p>Amour Rose : Prise de parole et mise en avant de la boutique Rose, reversement et soutien à Ruban Rose (don de 1 euro et reversement)</p>	<p>2 prises de parole annuelles</p> <p>93 157€ collectés pour Ruban Rose</p>	<p>Amour Rose : Prise de parole et mise en avant de la boutique Rose, reversement et soutien à Ruban Rose (don de 1 euro et reversement)</p>	<p>2 prises de parole annuelles</p> <p>75 454€ collectés pour Ruban Rose</p>	OK



ANNEXE 1 - INDICATEURS

		2024		2025	
ACTIONS	OBJECTIFS	RESULTATS	OBJECTIFS	RESULTATS	ÉVALUATIONS ÉVOLUTIONS
Rendre la mode accessible à toutes les femmes			Proposer 100% de l'offre du 34 au 48 sur le site web	100% de nos références disponibles du 34 au 48 sur le site web	100%
	Proposer 100% de l'offre grande taille sur le web (proposer 2 773 produits)	2 352 produits proposés en GT (T46/T48/TXXL)	Augmenter la disponibilité des tailles 34, 46 et 48 en magasin	Tailles 46 – 48 : 69% des références dans 55% des magasins Taille 34: 77% des références dans 66% des magasins	Tailles 46-48 : + 21pt en références + 22pt en magasin Taille 34 : + 17pts en références + 10 pts en magasin
	Mise en avant de la Boutique Rose	Mise en avant de la Boutique Rose dans l'ensemble des boutiques en avril 2024	Mise en avant de la Boutique Rose	Mise en avant de la Boutique Rose dans l'ensemble des boutiques en avril 2025	OK
			Mise en avant de la Sélection maternité	Collaboration Tajine Banane Mise en avant de la sélection	OK



ANNEXE 1 - INDICATEURS

	2024		2025		
ACTIONS	OBJECTIFS	RESULTATS	OBJECTIFS	RESULTATS	ÉVALUATIONS ÉVOLUTIONS
Promod Couture	4 patrons par an Ecoulement des stocks de tissu Ouverture de l'offre B2B	5 patrons + de 24 km de tissus écoulés Partenariat avec Cultura, Mondial Tissus et 4 merceries indépendantes	4 patrons par an Ecoulement des stocks de tissu	AH24 : 2 patrons et 14km de tissus écoulés PE25 : 2 patrons et 6 km de tissus écoulés	100%
Promod Reprise	38 000 vêtements collectés (juillet 22 à juin 23)	158 800 produits collectés de juillet 23 à juin 24	Développement de la collecte	111 187 produits collectés sur l'exercice 2024	- 29,6%
Promod Seconde Vie	12 500 vêtements (juillet 22 à juin 23)	11 946 articles vendus juillet 23 à juin 24	Développement de la revente	16 132 articles vendus sur l'exercice 2024	+ 35 %
Made in France	Créer et mettre en vente une capsule en collaboration avec la Gentle Factory	Capsule mise en ligne en novembre et en magasin en mars	Développer les capsules Made in France	AH24 : 2 références PE25 : 5 références	OK
Fabrication à la demande	4 à 5 campagnes dans l'année	1 seule campagne lancée (tailleur)	ARRÊT		



ANNEXE 1 - INDICATEURS

		Effectifs				Organisation du travail			Embauches CDI	Sorties (licenciement)	Absentéisme	Turn Over N	Turn Over N-1
		Femme	Homme	ETP*	Age moyen	CDI	CDD	Alternants					
France	Magasin	1582	30	1370,6	32	1438	118	56	682	37	7,9%	45,9%	44,80%
	Siège	244	101	340,7	40	305	13	27	32	1	4,0%	9,8%	7,90%
	Logistique	64	46	103,6	50	106	1	3	2	6	11,7%	5,5%	2,10%
TOTAL France		1890	177	1814,8	34	1849	132	86	716	44	7,4%	37,5%	
Belgique	Magasin	38	0	28,2	40	31	7	0	3	1	24,9%	0,8%	1,4%
Luxembourg	Magasin	21	0	13,5	37	16	5	0	1	0	10,0%	0,3%	1,3%
Suisse	Magasin	44	1	30,5	35	43	2	0	22	3	11,2%	4,3%	2,6%
	Siège	2	0	2,0	50	2	0	0	0	0	0,5%	0,0%	0
TOTAL Suisse		46	1	32,5	35	45	2	0	22	3	10,7%	4,1%	
TOTAL Groupe		1995	178	1889,1	34	1941	146	86	742	48			
<i>Données au 28/02/2025</i>									<i>Données de l'année fiscale soit du 01/03/2024 au 28/02/2025</i>				

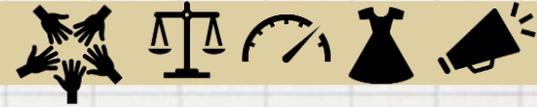
Salaire Moyen France CDI au 28/02/2025			
	FEMME	HOMME	Total
Magasin	1 954,68 €	1 984,49 €	1 955,28 €
Siège	3 433,06 €	4 121,90 €	3 640,84 €
Logistique	1 948,22 €	2 193,81 €	2 047,85 €
Total	2 141,65 €	3 238,41 €	2 239,09 €



ANNEXE 2 – FEUILLE DE ROUTE RSE

JANVIE FEVRIE MARS AVRIL MAI JUIN JUILLET AOUT SEPTEMBRE OCTOBRE NOVEMBRE DECEMBRE

^R TRAGECTOIRE CARBONE



→ **Plan de décarbonation (à partir de décembre 2025)**

AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL : système de notation des impacts environnementaux



→ MMI - STRATÉGIE MATIÈRE

→ ECO-CONCEPTION

CSRD



→ **Définition des KPI RSE**

COMMUNICATION EXTERNE



→ **Rapport RSE 2025 (de mars à septembre 2025)**



Cadre réglementaire



Mesure & KPI



Produits moins impactants



Visible cliente



Engagement Collabs



ANNEXE 3 : BILAN CARBONE

QU'EST-CE QU'UN BILAN CARBONE ?

Un bilan carbone correspond au calcul de la quantité de gaz à effet de serre émise directement et indirectement par une organisation sur une période donnée.

Promod s'est lancé dès 2012 dans l'évaluation de son impact carbone sur les 3 scopes* selon les méthodologies préconisées par l'ADEME*.

IDENTIFIER NOS PRINCIPAUX FACTEURS D'ÉMISSION CARBONE

Ces premiers bilans, réalisés avec des cabinets experts, nous ont permis de mieux appréhender la méthodologie, d'assurer la robustesse de nos résultats, mais surtout d'identifier nos principaux postes d'émission carbone.

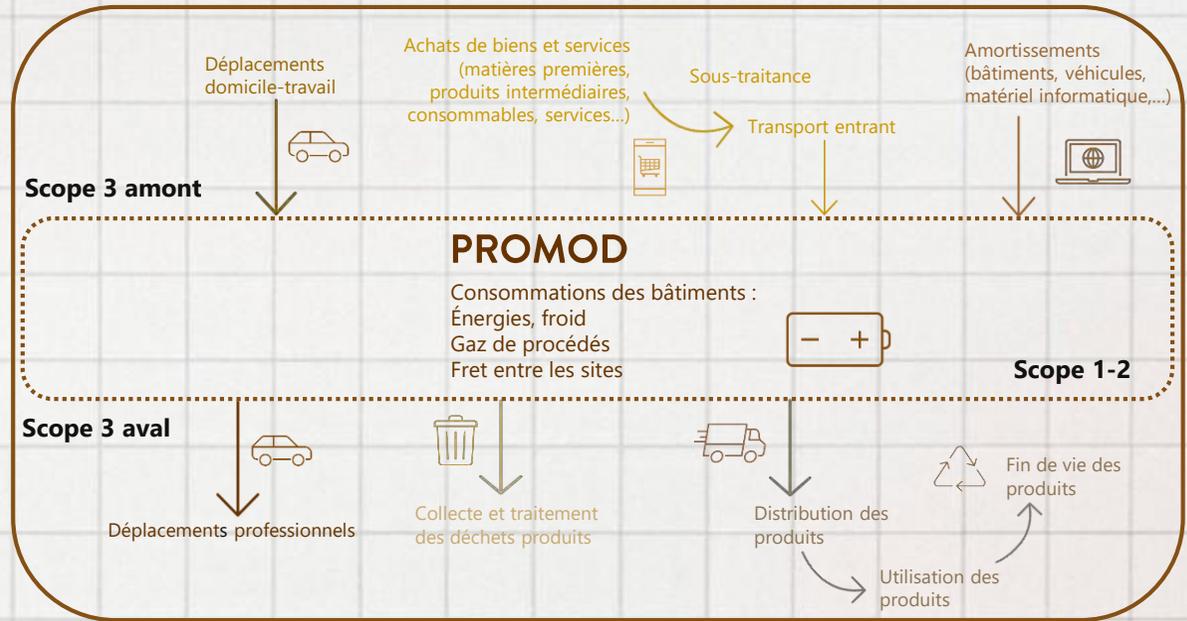
C'est notamment grâce au bilan carbone de 2018 que la première feuille de route RSE a été définie : des actions concrètes ont été lancées afin de limiter nos émissions carbonées avec notamment un travail sur nos produits et la sélection de nos matières (Produits).

MÉTHODOLOGIE 2022

Pour ce nouveau bilan carbone (réalisé en 2023 sur les émissions de 2022), nous avons voulu renforcer notre expertise sur nos émissions carbonées générées en :

- Définissant et affinant les périmètres et les hypothèses de calcul afin d'avoir une base de travail et de comparaison pour les futurs bilans
- Augmentant la précision de certains items

Cette année, nous avons souhaité être accompagnés par une entreprise des Hauts-de-France, la société IMAGREEN, afin de mieux cerner les impacts de nos enjeux carbone sur l'ensemble de la chaîne de valeur.



ANNEXE 3 : BILAN CARBONE

RÉSULTATS 2022

Emetteur : **imagreen**
CHIFFRE D'AFFAIRES RÉDUITS, TRANSFORMEZ-LES

Année de référence : 2022

Périmètre opérationnel : Scopes 1, 2 et 3

Outils de calcul utilisés :



t CO2 :
529319

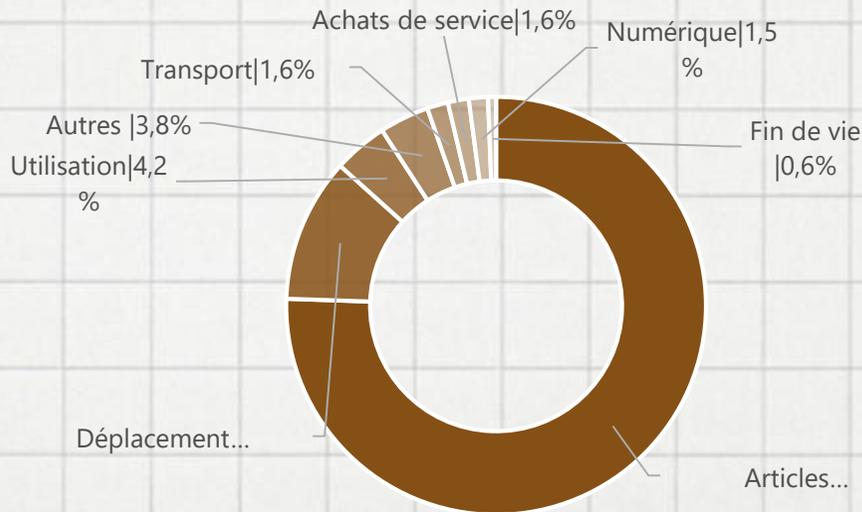


Bilan Carbone 2018

t CO2 :
314671



Bilan Carbone 2022



Scope 1 = 0,13% *Autres = consommation de gaz et autres fluides réfrigérants, carburant déplacement*
Scope 2 = 0,30%
Scope 3 = 99,57% *pro, énergie électrique, immobilisations et équipements, déchets directs, achats non marchands*, déplacements salariés*

FOCUS SUR LES POSTES LES PLUS ÉMISSIFS

76%

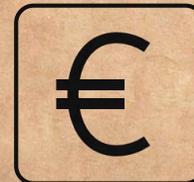


Les articles PROMOD représentent le principal poste d'émission, très majoritairement dû à leur fabrication

Cela représente **237 712 t CO2e***

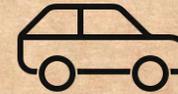


A/R Paris-New-York en avion : 134 301



1 kg CO2e par € de CA

11%



Les déplacements représentent le second poste, notamment dû aux déplacements de nos clients vers les boutiques **PROMOD**.

Cela représente **35 059 t CO2e**



A/R Paris-New-York en avion : 19 807



19 kg CO2e par pièce vendue

4%



L'usage représente le 3ème poste, il s'agit principalement des émissions associées au lavage et au séchage des produits vendus

Cela représente **13 160 t CO2e**



A/R Paris-New-York en avion : 7 435



965 t CO2e par boutique

ANNEXE 4 : MATRICE DE DOUBLE MATERIALITÉ

SUJETS MATÉRIELS PROMOD		SOUS-SUJETS	SUJET MATÉRIEL PROMOD	RAPPORT RSE PROMOD	
E1 - CHANGEMENT CLIMATIQUE	Adaptation au changement climatique	Adaptation au changement climatique	OUI	OUI	
	Atténuation du changement climatique	Atténuation du changement climatique Energie	OUI	OUI	
E2 - POLLUTION	Pollution de l'air	Pollution de l'air	NON	NON	
	Pollution de l'eau	Pollution de l'eau	OUI	OUI	
	Pollution des sols	Pollution des sols	OUI	NON	
	Substances préoccupantes et extrêmement préoccupantes	Substances préoccupantes	Substances extrêmement préoccupantes	OUI	OUI
Microplastiques et Microfibres (plastiques)	Microplastiques	OUI	NON		
E3 - RESSOURCES HYDRIQUES ET MARINES	Ressources en eau	Prélèvements d'eau	OUI	OUI	
		Evacuation de l'eau	OUI	OUI	
E4 - BIODIVERSITÉ ET ÉCOSYSTÈMES	Impact sur l'étendue et l'état des écosystèmes	Dégradation des sols	OUI	NON	
E5 - ECONOMIE CIRCULAIRE	Entrée de ressources, y compris l'utilisation des ressources et déchets	Déchets liés aux entrées de ressources	OUI	OUI	
	Sorties de ressources liées aux produits et services, et déchets	Déchets liés aux sorties de ressources	OUI	OUI	



ANNEXE 4 : MATRICE DE DOUBLE MATERIALITÉ

SUJETS MATÉRIELS PROMOD		SOUS-SUJETS	SUJET MATÉRIEL PROMOD	RAPPORT RSE PROMOD
S1 - MAIN-D'ŒUVRE PROPRE	Conditions de travail –S1	Sécurité de l'emploi	OUI	OUI
		Temps de travail	OUI	OUI
		Salaires décents	OUI	OUI
		Santé et sécurité	OUI	OUI
		Formation et développement des compétences	OUI	OUI
		Equilibre entre vie professionnelle et vie privée	NON	NON
		Dialogue social	OUI	OUI
		Liberté d'association	OUI	OUI
		Négociation collective	OUI	OUI
	Egalité de traitements et de chances pour tous – S1	Egalité de genre et égalité de rémunération pour un travail de valeur égale	OUI	OUI
		Emploi et inclusion des personnes handicapées	OUI	OUI
		Mesure de lutte contre la violence et le harcèlement sur le lieu de travail	OUI	OUI
		Diversité	OUI	OUI
	Protection de la vie privée – S1	Protection de la vie privée	OUI	OUI



ANNEXE 4 : MATRICE DE DOUBLE MATERIALITÉ

SUJETS MATÉRIELS PROMOD		SOUS-SUJETS	SUJET MATÉRIEL PROMOD	RAPPORT RSE PROMOD
S2 - TRAVAILLEURS DE LA CHAÎNE DE VALEUR	Conditions de travail –S2	Sécurité de l'emploi	OUI	OUI
		Temps de travail	OUI	OUI
		Salaires décents	OUI	OUI
		Santé et sécurité	OUI	OUI
		Equilibre entre vie professionnelle et vie privée	NON	NON
		Dialogue social	OUI	OUI
		Liberté d'association	OUI	OUI
		Négociation collective	OUI	OUI
	Autres droits liés au travail – S2	Travail des enfants	OUI	OUI
		Travail forcé	OUI	OUI
		Eau et Assainissement	NON	NON
	Egalité de traitement et des chances pour tous – S2	Egalité de genre et égalité de rémunération pour un travail de valeur égale	NON	NON
		Formation et développement des compétences	NON	NON
		Emploi et inclusion des personnes handicapées	NON	NON
		Mesure de lutte contre la violence et le harcèlement sur le lieu de travail	NON	NON
Diversité		NON	NON	



ANNEXE 4 : MATRICE DE DOUBLE MATERIALITÉ

SUJETS MATÉRIELS PROMOD		SOUS-SUJETS	SUJET MATÉRIEL PROMOD	RAPPORT RSE PROMOD
S4 - CONSOMMATEURS ET UTILISATEURS FINAUX	Incidences liées à l'information pour les consommateurs et utilisateurs finaux	Protection de la vie privée	OUI	OUI
		Liberté d'expression		
		Accès à l'information (de qualité)		
	Sécurité personnelle des consommateurs	Santé et sécurité	OUI	OUI
	Inclusion sociale des consommateurs	Non-discrimination	OUI	OUI
		Accès aux produits et services		
Pratiques de commercialisation responsable				

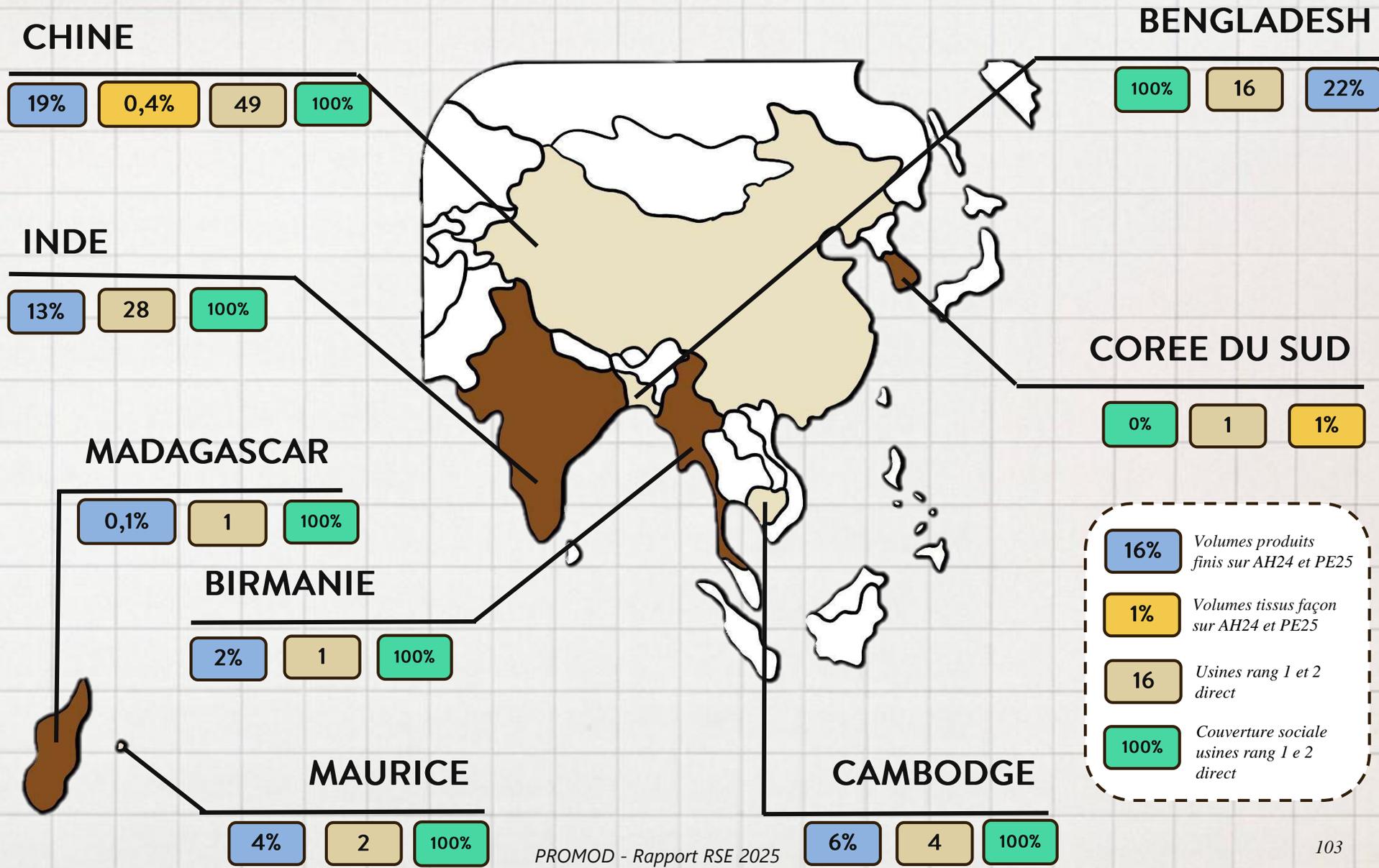


ANNEXE 4 : MATRICE DE DOUBLE MATERIALITÉ

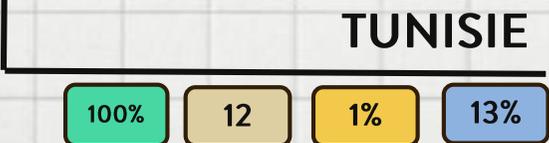
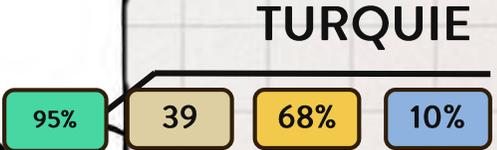
SUJETS MATÉRIELS PROMOD	SOUS-SUJETS	SUJET MATÉRIEL PROMOD	RAPPORT RSE PROMOD
G1 - CONDUITE DES AFFAIRES	Bien-être animal	NON	OUI
	Gestion des relations avec les fournisseurs, y compris les pratiques de paiement	OUI	OUI
	Corruption - Prévention et détection, y compris la formation	NON	NON
	Corruption – Incidences/Cas	NON	NON
	Protection des lanceurs d'alerte	NON	NON
	Culture d'entreprise / Gouvernance	OUI	OUI



ANNEXE 5 - CARTOGRAPHIE SOURCING (GRAND IMPORT)



ANNEXE 5 - CARTOGRAPHIE SOURCING (PROCHE IMPORT)



- 16% Volumes produits finis sur AH24 et PE25
- 1% Volumes tissus façon sur AH24 et PE25
- 16 Usines rang 1 et 2 direct
- 100% Couverture sociale usines rang 1 et 2 direct



ANNEXE 6 - FICHES MATIÈRES

Matières naturelles d'origine végétale



	MATIÈRES CONVENTIONNELLES	RISQUES	ALTERNATIVES MMI	LABELS ¹	% ²
	Coton <i>issu des fleurs du cotonnier</i>	Conditions de travail Santé des travailleurs & des communautés locales Utilisation de pesticides & OGM Désertification des sols Consommation eau	Coton recyclé <i>Issu du recyclage (post ou pre consumer)</i>	RCS GRS	6,4%
			Coton issu de l'agriculture biologique <i>cultivé sans pesticides, ni engrais chimiques, ni OGM</i>	OCS GOTS	6,7%
			Coton en conversion <i>cultivé selon les principes de l'agriculture biologique, en phase de transition vers la certification</i>	OCS GOTS	0%
			Coton régénératif <i>cultivé selon des pratiques agricoles visant à restaurer les sols, la biodiversité et le cycle de l'eau</i>	ROC	0%
	x	x	Chanvre <i>Sa culture consomme peu d'eau, peu d'engrais ou de pesticides</i>	x	0%
	x	x	Chanvre issu de l'agriculture biologique <i>Cultivé sans pesticides, ni engrais chimiques, ni OGM</i>	OCS GOTS	0%
	x	x	Lin <i>Fibre naturelle qui consomme peu d'eau, peu d'engrais ou de pesticides.</i>	x	0,6%
	x	x	Lin recyclé <i>Issu du recyclage (post ou pre consumer)</i>	RCS GRS	0%
	x	x	Lin issu de l'agriculture biologique <i>Cultivé sans pesticides, ni engrais chimiques, ni OGM</i>	OCS GOTS	0%

¹Labels : Notre marque n'est pas certifiée à ce jour, mais nous utilisons des matières premières certifiées selon les standards mentionnés, achetées auprès de fournisseurs eux-mêmes certifiés. Ces référentiels reconnus permettent de garantir des critères environnementaux et sociaux sur la production des fibres que nous sélectionnons.

²Pourcentage en poids de matières utilisées (en poids) dans nos collections textiles AH24 et PE25 (hors DIY)

ANNEXE 6 - FICHES MATIÈRES

Matières naturelles d'origine animale



	MATIÈRES CONVENTIONNELLES	RISQUES	ALTERNATIVES MMI	LABELS ¹	% ²
	Laines (toutes)	Maltraitance animale Déforestation Consommation eau Emissions de GES	Laines recyclées <i>Issues du recyclage (post ou pre consumer)</i>	RCS GRS	0,3%
			Laines issues de l'agriculture biologique <i>Issues d'élevages biologiques, sans intrants chimiques</i>	OCS GOTS	0,01%
	Laine mouton	x	Laine mouton certifiée bien-être animal	RWS	0%
	Laine Alpaga certifiée ou nominée	x	x	RAS ou traçabilité	0,1% (non contrôlé)
	Laine mohair certifiée <i>Provenant de la toison de la chèvre angora</i>	x	x	RMS	0,007%
	Laine cachemire tracée <i>Issue du sous-poil des chèvres cachemire</i>	x	x		
	Soie <i>produite par le cocon du ver à soie</i>	Conditions de travail Santé travailleurs & communautés locales Maltraitance animale Produits chimiques Consommation eau	x		
	Cuirs <i>obtenus par tannage de peaux</i>	Conditions de travail Santé travailleurs & communautés locales Maltraitance animale Produits chimiques Consommation eau Déforestation	x		

Les matières d'origine animale ci-dessous sont interdites selon notre convention unique: Angora, Mohair non-certifié, Alpaga non-certifié ou non-nominé, Cachemire non-tracé, Plumes & duets non-certifiés, Cuirs exotiques, Fourrures.

¹Labels : Notre marque n'est pas certifiée à ce jour, mais nous utilisons des matières premières certifiées selon les standards mentionnés, achetées auprès de fournisseurs eux-mêmes certifiés. Ces référentiels reconnus permettent de garantir des critères environnementaux et sociaux sur la production des fibres que nous sélectionnons.

²Pourcentage en poids de matières utilisées (en poids) dans nos collections textiles AH24 et PE25 (hors DIY)

ANNEXE 6 - FICHES MATIÈRES *Matières artificielles & synthétiques*



	MATIÈRES CONVENTIONNELLES	RISQUES	ALTERNATIVES MMI	LABELS ¹	% ²
	Viscose <i>obtenue à partir de cellulose de bois transformée chimiquement</i>	Conditions de travail Santé travailleurs & communautés locales Produits chimiques Consommation eau Déforestation	Viscose responsable EcoVero (LENZING) <i>Issue de pulpe de bois provenant de forêts gérées. Son processus de fabrication en boucle fermée permet d'optimiser les ressources.</i>	LENZING	9,5%
			Viscose responsable LivaEco (BIRLA) <i>Issue de pulpe de bois provenant de forêts gérées. Son processus de fabrication en boucle fermée permet d'optimiser les ressources.</i>	BIRLA	
			Viscose recyclée <i>Issue du recyclage (post ou pre consumer)</i>	RCS GRS	
	x	x	Lyocell <i>Issue de l'Eucalyptus provenant de forêts gérées. Son processus de fabrication en boucle fermée permet d'optimiser les ressources.</i>	x	1,9%
	Cupro <i>dérivée de linters de coton, transformée par un procédé chimique</i>	Conditions de travail Produits chimiques Consommation eau	x		
	Modal <i>issue de la cellulose de bois transformée chimiquement</i>	Conditions de travail Produits chimiques Consommation eau	x		
	Matières synthétiques <i>issues de la pétrochimie, fabriquées à partir de polymères synthétisés artificiellement</i>	Conditions de travail Santé travailleurs Utilisation de ressources fossiles Consommation en eau	Matières synthétiques Recyclées <i>Issues du recyclage (post ou pre consumer) de produits textiles ou plastiques</i>	RCS GRS	11,6%

¹Labels : Notre marque n'est pas certifiée à ce jour, mais nous utilisons des matières premières certifiées selon les standards mentionnés, achetées auprès de fournisseurs eux-mêmes certifiés. Ces référentiels reconnus permettent de garantir des critères environnementaux et sociaux sur la production des fibres que nous sélectionnons.

²Pourcentage en poids de matières utilisées (en poids) dans nos collections textiles AH24 et PE25 (hors DIY)

ANNEXE 7 - LISTE DES USINES DE RANG 1 & 2 DIRECT



RANG	PAYS	NOM DE L'USINE
2	Morocco	A MAN JEANS
1	Bangladesh	ABA Fashions Ltd.
2	Spain	ACABADOS EUROPEOS
2	Portugal	ACATEL- ACABAMENTOS TÊXTEIS S.A.
1	India	ACCESSORIES INDIA
1	Morocco	ACTIVE LINE
1	Turkey	Ada Triko
1	Cambodia	Agile Sweater (Cambodia) Co., Ltd.
2	Turkey	AKBAŞLAR TEKSTİL ENERJİ SAN VE TIC A.S.
1	Bangladesh	Al-Islam Textiles Ltd
1	India	ANAM EXPORTS-Unit 2
1	China	ANHUI SIYI LEATHER GLOVES ZONES CO., LTD
1	India	ANUGRAHA FASHION MILL PRIVATE LIMITED
1	India	ANUGRAHA FASHION MILL PRIVATE LIMITED. GARMENT DIVISION , UNIT-II
1	Bangladesh	Arabi Fashion Limited
2	Turkey	ARTA TEKSTİL SAN. VE TİC. LT. ŞTİ.
1	Cambodia	Aster Sky Garment Co.,Ltd
1	Turkey	AYES KONFEKSİYON SAN.VE TIC LTD STI
1	Turkey	BARIŞ ÜTÜ ARİFE ERDOĞAN
1	Morocco	BELGAMO
2	Turkey	BEST BOYA TEKSTİL SAN. VE DIŞ. TİC.LTD. ŞTİ.
1	Morocco	Blue Fingers Fashion

RANG	PAYS	NOM DE L'USINE
1	Bangladesh	Blue Planet Knitwear Ltd.
1	Morocco	BROTHERS STYLE
1	Turkey	Buse Tekstil
2	Italy	CAFICARDA VENUS
1	Italy	CALZIFICIO CAROL SRL
1	China	Cangzhou Hongyang Knitting Factory
1	India	Choudhary Fashions_Unit 2
1	Madagascar	CMT MADA-Compagnie Malagassy de Textile SARL
1	Mauritius	CMT New Phoenix 5
1	Tunisia	Confection Générale de Tunisie
1	Tunisia	CONFECTION INTERNATIONAL ASSOCOEES "CIA"
1	Tunisia	CONFEXPORT
1	Bangladesh	Consumer Knitex Limited (Unit 2)
1	Bangladesh	Crony Apparels Ltd.
1	Morocco	Crossing
1	Bangladesh	Crown Knitwear Ltd.
1	China	Deqing haohao garment co., Ltd
1	China	Deqing Shengtian Garments Co., Ltd
1	Bangladesh	Dhaka Garments & Washing Limited
1	China	Dreamax Co., Ltd.
2	Turkey	E.N.A TEKSTİL
1	Turkey	EBRU TRİKO SAN.TİC.A.Ş
1	China	ELEGANT HANDBAG COMPANY
2	Italy	ELLEVU s.r.l.

ANNEXE 7 - LISTE DES USINES DE RANG 1 & 2 DIRECT



RANG	PAYS	NOM DE L'USINE
2	Turkey	Elyaf Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Sirketi
1	Tunisia	FAROUK CONFECTION (ENFIDHA)
1	Tunisia	Farouk confection (Kalaa)
1	Tunisia	FASHION'S SQUARE
1	Morocco	FASORTEX SARL
1	Turkey	FATSA EKIP TEKSTIL INS. SAN. LTD.STI
1	Morocco	Filmod
1	India	FIRKEE ACCESSORIES PRIVATE LIMITED
1	China	FUJIAN HUANENG INDUSTRY AND TRADE CO., LTD
1	China	GAOTANG LONGFENG KNITTING CO LTD
1	Bangladesh	GLOBAL FIT (BANGLADESH) LIMITED
1	Turkey	Gokhan Cakir
1	Tunisia	GROUPE PROLOG
1	China	GUANGZHOU ROME KNIGHT LEATHER CO.,LTD
1	Turkey	GÜLEKS TEKSTİL VE ENERJİ ÜRETİM SAN. TİC. A.Ş
2	Turkey	GÜLLE ENTEGRE TEKSTİL İŞLETMELERİ EML.DAN.VE TİC.A.Ş - Unit 1
1	China	HAIYAN JINLI GARMENT CO., LTD
1	China	HAIYANG SANSHENG GARMENT CO., LTD.
1	China	Hangzhou Feiteng knitting & Textile Manufacturing Co. Ltd
1	China	Hangzhou Golden Season Fashion CO.,LTD
1	China	HangZhou Jshow apparel corporation Limited
1	China	HANGZHOU YUTU SPINNING & KNITTING CO. LTD.
2	Turkey	HANTAS
1	China	HENAN HUAYUAN HEADWEAR CO., LTD

RANG	PAYS	NOM DE L'USINE
1	China	HUIDONG HUANGBU SHANG YUAN XIN SHOES FACTORY
1	China	HUIDONG YAOZHI SHOES CO.,LTD
1	China	Huijiayuan
1	China	Huizhou Jia Mei Garment Ltd.
2	France	IBE TEXTILE COLORS
1	Turkey	IBISLER TEKSTIL SAN. VE DIS. TIC. A.S. ORDU BRANCH
1	Morocco	IBTITEX
1	Tunisia	IDEAL CONFECTION
2	Italy	IL PANTANO srl
2	Italy	IMPRIMA INDUSTRIAL BULGAROGRASSO
1	Turkey	İNTEM TRİKO SAN. VE TİC A.Ş.-MALATYA
1	Turkey	İNTEM TRİKO SANAYİ VE TİCARET ANONİM SİRKETİ
1	India	J. C. International Ltd
1	Tunisia	JALNA CONFECTION
1	Bangladesh	Jaroms Industries Limited
1	China	Jiaxing huashengda Fashion Co., Ltd
1	China	JIAXING JIAFENG GARMENTS CO.,LTD
1	China	Jiaxing JiuSheng Garment Co., Ltd.
1	China	Jinjiang LuBu Shoes Industry Co., Ltd.
1	Portugal	JOAQUIM FERREIRA PINTO LDA
1	Bangladesh	Joy Auto Garments Ltd.
1	Cambodia	JSD Textile (Cambodia)
1	China	JUYE BINPENG GARMENT CO.,LTD DONGHAI BRANCH
2	Turkey	KIVANC TEKSTIL SAN VE TIC AS
1	India	KRISSHIV INTERNATIONAL

ANNEXE 7 - LISTE DES USINES DE RANG 1 & 2 DIRECT



RANG	PAYS	NOM DE L'USINE
1	Tunisia	La Générale de Confection
1	Morocco	La Tulipe
1	Tunisia	LA TUNISIENNE DE LA MODE
1	India	M/S A. T. EXPORTS
1	India	M/s CHOUDHARY FASHIONS-U3
1	India	M/s Fortune Syntex Pvt. Ltd.
1	India	M/s JB & Sons
1	Italy	MAGLIERIA ANGELO DI DING HAI DONG
1	Bangladesh	MAHDEEN SWEATERS LTD.
1	India	MANI FASHIONS & ACCESSORIES
1	France	MARCOUX-LAFAY SA
2	Turkey	Marsala Tekstil Dis Tic Ltd
1	Bangladesh	MAXCOM INTERNATIONAL (BD) LTD.
1	India	Meenu Creation LLP B-29
1	Morocco	MOD'ELLE
1	India	MONA TRENDS PVT LTD.
1	Morocco	Montepull
1	India	Naina's Apparel Pvt Ltd
1	Turkey	Nehir Triko Tekstil Turizm İnşaat ve Gıda San. Tic. Ltd. Şti.
1	Morocco	NEW WASH
2	Turkey	NILBA TEKSTIL LTD.STI
1	China	Oriental Fashion Company Limited
2	Turkey	ORKUM TEKSTIL SAN. VE DIS TIC. A.S-TEKIRDAG
1	India	PARAS EXPORTS

RANG	PAYS	NOM DE L'USINE
2	Turkey	PergeTekstil İşletmeleri A.Ş.
2	South Korea	PHS printing factory
1	China	PINGHU YUSHENG GARMENTS CO., LTD
1	China	Pingyang Jinweilong Leather Product Co.,Ltd
1	Tunisia	Proma Confection
1	India	PUNIHANI INTERNATIONAL
1	India	Pyoginam Plot n.268
1	China	QIXUAN LINYI GARMENT CO.,LTD
1	India	RASHISH GLOBAL PVT. LTD.
1	Bangladesh	Remi Holdings Limited
2	Italy	Rifinizione Alan
1	Morocco	RM Confection
1	Mauritius	RT KNITS LTD
1	Spain	S.A.B. CALZADOS. S.L.U.
1	Turkey	SAFRAN TEKSTIL
1	Morocco	SAISS MODE
1	Turkey	SANTEK MODA TEKSTİL DIŞ TİCARET SANAYİ VE TİCARET LTD. ŞTİ
2	Turkey	Sark Mensucat Fabrikası Anonim Sirketi
2	Turkey	SAVCAN TEKSTIL (Printing)
1	Cambodia	Selly Fashion Garment Factory.CO.LTD
1	Turkey	SEN Tekstil
2	Italy	SERVIZI TESSILI SRL
1	China	Sharp Risen Garments Co., Ltd,Dongguan
1	Morocco	shercon

ANNEXE 7 - LISTE DES USINES DE RANG 1 & 2 DIRECT



RANG	PAYS	NOM DE L'USINE
2	Turkey	SİNATEKS KUMAŞ DOKUMA A.Ş
1	Morocco	SMART SET
1	Romania	SMS ROMANIA SRL
1	Bangladesh	Softex Sweater Industries (Pvt.) Ltd.
1	Turkey	Soliteks Tekstil Sanayi ve Ticaret Anonim Sirketi
1	Bangladesh	Southeast Sweaters Ltd.
1	China	SPRINGSUN FASHION ACCESSORY LIMITED
2	Italy	STAMPERIA DI MARTINENGO SRL
1	India	STRANGE EXPORTS PVT. LTD.
1	India	STUDIO VIVIR
1	China	SUZHOU HENGMING GARMENT CO.,LTD.
1	China	Suzhou Hengzisheng Accessory Co. Ltd
1	Morocco	SWEET RIVER
1	Vietnam	T.T.B Vietnam MFG Co., LTD
1	China	TAIZHOU HELLO SHOES CO., LTD
1	Bangladesh	Tarasima Apparels Limited
2	France	TEINTURES ET APPRETS DE LA TRAMBOUZE (TAT)
2	France	TEINTURES ET IMPRESSIONS DE LYON (TIL)
2	Spain	TEJIDOS ROYO (ACABADOS & TEJEDURIA)
2	Turkey	TEKBOY TEKSTIL V BOYAMA SAN.VE TIC.A.S.
2	Turkey	TEKSTAŞ TEKSTIL SAN. VE TIC.A.Ş.
1	China	TENGYUE SHUCHENG GARMENT CO.,LTD
2	Italy	TESSILGODI SPA
2	Italy	Tessitura Branchetti

RANG	PAYS	NOM DE L'USINE
2	Italy	TESSITURA CECCATELLI
1	Bangladesh	Tex Tech Company Ltd.
2	Spain	Texknit S.A
2	Spain	Textil Santanderina
2	Italy	Tinseta srl
2	Italy	TINTORIA MARTELLI & C. srl
1	China	Tonglu Fangxin Knitting Co., Ltd
1	Spain	TRIO SHOES 2000 S.L.
1	Tunisia	TS Tricot Service
2	Turkey	TUBAS TEKSTIL
1	Tunisia	TUNISIE FRANCAISE DE PRODUCTION
1	India	TVIS Fashions Pvt Ltd
1	India	UV OVERSEAS
1	Turkey	V TEKS TEKSTİL SAN. VE DIŞ TIC AS MALATYA BRANCH
1	Turkey	V teks Tekstil sanayi ve Dis Ticaret anonim sirket
1	Myanmar	Victor House Company Limited
1	Cambodia	Wanlin-zongheng(cambodia)Garment factory co.,Ltd
1	China	Weihai select Garment Co.,Ltd
1	Spain	WEIHE TEXTIL SL
1	China	Wenzhou Jiuyang Leather Co., Ltd
1	China	Wuyi Yuyan Garments Co.,Ltd
1	Cambodia	Xin Wei Jie Co.,Ltd
1	India	XLNC FASHIONS
1	Turkey	ZEVAHIR ORME VE TRIKO TEKSTIL TIC. LTD. STI.

ANNEXE 7 - LISTE DES USINES DE RANG 1 & 2 DIRECT

RANG	PAYS	NOM DE L'USINE
1	China	ZHEJIANG MIXISHI CLOTHES CO.,LTD.
1	China	Zhejiang Rongshi Enterprise Co., Ltd
1	China	Zhejiang Shengqi Clothing
2	China	Zhejiang Tonghui Textile Co., Ltd
1	China	ZHEJIANG WIN-LIGHT FASHION CO.,LTD
1	China	ZHEJIANG YONGAN FASHIONABLE CLOTHES CO.,LTD
2	Turkey	ZORLUTEKS TEKSTİL SANAYİ A.Ş





LEXIQUE

*Cette section regroupe les **termes signalés par un astérisque (*)** dans le rapport. Chaque définition vise à **clarifier le sens** de ces mots ou expressions pour en faciliter la compréhension.*



LEXIQUE

- **ACV** : méthode d'analyse de cycle de vie d'un produit.
- **ACT** : Assessing Low Carbon Transition : approche qui aide les entreprises à élaborer et évaluer des stratégies de transition climatique.
- **ADEME** : agence de la transition écologique. Il s'agit d'un établissement public à caractère industriel et commercial placé sous la tutelle du ministère de la Transition écologique et de la Cohésion des territoires, du ministère de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique et du ministère de l'Enseignement supérieur et de la Recherche.
- **Affichage environnemental** : mesure du coût environnemental engendré par un vêtement dans toutes les dimensions de l'impact.
- **AH23/24 et PE24** : désignation pour la collection Automne/Hiver 2023/2024 et la collection Printemps/Été 2024.
- **Audit** : procédure de contrôle.
- **Audit acceptable** : conforme + valide.
- **Audit conforme** : audit classé A/B/C.
- **Audit valide** : audit dont la période de validité n'est pas expirée (2 ans pour un audit social et 3 ans pour un audit environnemental).
- **Aval** : désigne les étapes de la chaîne logistique qui commencent dans l'entrepôt et se terminent par la distribution des produits.
- **B2B** : Business to Business, commerce entre deux entreprises.
- **B2C** : Business to Consumer, commerce entre entreprise et particuliers.
- **CDP** : Carbon Disclosur Project : oraganisation internationale à but non lucratif qui accompagne les entreprises dans la gestion et réduction de leurs impacts environnementaux.
- **Contribution légale** : Contribution légale obligatoire versée à l'OPCO et représentant 1% de la masse salariale
- **COMEX** : comité exécutif.
- **COFIL** : comité de pilotage.
- **CO2e** : équivalent en CO₂.
- **CSP** : le Contrat de Sécurisation Professionnelle permet de garantir une indemnisation spécifique et un accompagnement optimal pour les salariés dont le licenciement économique est envisagé.
- **CSRD** : Corporate Sustainability Reporting Directive est une directive de l'Union européenne qui établit un nouveau cadre de reporting des entreprises.
- **Diesel HVO** : carburant diesel renouvelable produit à partir de diverses graisses et huiles végétales et animales.
- **EPICC** : Ecole de Production Industrielle de Couture et Confection à Roubaix.
- **ESRS** : Les ESRS sont des normes européennes de reporting qui définissent les critères spécifiques que les entreprises doivent suivre pour communiquer de manière transparente leurs impacts environnementaux, sociaux et de gouvernance.
- **ETP** : Equivalent Temps Plein.
- **Famille** : désignation par **PROMOD** des typologies de produits.
- **Grand import** : Pays d'Asie
- **GTB - Gestion Technique du bâtiment** : système centralisé de contrôle et de surveillance des équipements et des systèmes d'un bâtiment, conçu pour améliorer son **efficacité énergétique** et sa gestion globale (chauffage, climatisation, éclairage, ascenseur etc)
- **ICS** : Initiative for Compliance and Sustainability. Il s'agit d'une initiative sectorielle internationale visant à améliorer les conditions de travail le long des chaînes d'approvisionnement mondiales de ses détaillants et marques membres.
- **IRO** : Le terme IRO signifie Impacts, Risques et Opportunités. Il représente 3 aspects essentiels que les entreprises doivent analyser et rapporter dans le cadre de la directive européenne sur le reporting de durabilité (CSRD).



LEXIQUE

- **KPI** : Key Performance Indicators, indicateurs clefs de performance.
- **Loi AGEC** : loi Anti-Gaspillage pour une Economie Circulaire qui se décline en 5 grands axes : sortir du plastique jetable, mieux informer les consommateurs, lutter contre le gaspillage et pour le réemploi solidaire, agir contre l'obsolescence programmée et mieux produire.
- **MADE IN FRANCE** : désigne les produits qui ont été, au minimum, confectionnés en France.
- **Mécénat de compétences** : le mécénat de compétences est un don en nature. Il s'agit pour une entreprise de mettre des collaborateurs à disposition d'un organisme d'intérêt général, qui va mobiliser pendant un temps leurs compétences ou leur force de travail.
- **MMI** : Matières Moins Impactantes
- **Non marchands** : concerne les produits et services qui ne font pas l'objet d'une vente sur le marché (mobiliers magasin, sacheries, cartons ...).
- **Percentile** : une valeur seuil qui divise une série de données ordonnées en 100 parts égales. Ainsi, le n-ième percentile est la valeur en dessous de laquelle se trouve n % des données.
- **Proche import** : Pays d'Europe + Maroc et Tunisie
- **Résiduel** : stocks invendus
- **Reverse logistique** : système de gestion logistique des produits non vendus, récupérés par l'entreprise.
- **RGAA** : Le Référentiel général d'amélioration de l'accessibilité est un référentiel français qui définit les critères techniques pour rendre les sites web, applications mobiles et outils numériques accessibles au plus grand nombre.
- **RQTH** : La Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé est une décision administrative qui permet de bénéficier d'un ensemble de mesures favorisant le maintien dans l'emploi ou l'accès à un nouvel emploi.
- **RRSM** : projet d'entreprise "Retail Responsable et Sur Mesure" initié en 2019.
- **RSE** : Responsabilité Sociétale des Entreprises, également appelée responsabilité sociale des entreprises, est définie par la Commission européenne comme la responsabilité des entreprises vis-à-vis des effets qu'elles exercent sur la société.
- **Taux de décote** : pourcentage de réduction.
- **Taux de fréquence** : Le taux de fréquence permet de mesurer le risque d'accidents selon la durée d'exposition du salarié.
- **Taux de gravité** : Le taux de gravité est un indicateur qui mesure les conséquences des accidents de travail, en évaluant la durée totale d'arrêts de travail par rapport au volume d'heures travaillées dans une entreprise. Il permet d'apprécier la sévérité des sinistres et d'avoir une photographie précise de l'impact des accidents sur l'activité et l'organisation.
- **3 scopes** : **Scope 1** : émissions directes de chacun des secteurs d'activité
- **Scope 2** : émissions indirectes des différents secteurs liées à leur consommation d'énergie
- **Scope 3** : émissions induites par les acteurs et activités du territoire
- **VA TTC** (Volume d'affaires toutes taxes comprises) : chiffre d'affaires total incluant la TVA et toutes autres taxes facturées au client.



MERCI



PROMOD