

CHANTELLE

Déclaration de Performance Extra- Financière

2022



3 ÉDITO DE
GUILLAUME KRETZ

5 LE GROUPE
CHANTELLE

6 NOTRE
GOUVERNANCE

7 FAITS
MARQUANTS

8 NOTRE MODÈLE
D'AFFAIRES

9 NOS PRINCIPAUX RISQUES
EXTRA-FINANCIERS

13 NOS
FOURNISSEURS

14 PRÉSENCE
DU GROUPE

15 NOTRE MATRICE
DE MATÉRIALITÉ

16 CHANTELLE
FOR CHANGE

Inclusivité

19 REPRÉSENTER
TOUTES LES FÉMINITÉS

20 SERVIR TOUTES
LES FÉMINITÉS

Circularité

22 MINIMISER NOTRE IMPACT
SUR L'ENVIRONNEMENT

46 DÉVELOPPER DES COLLECTIONS
ÉCO-CONCUES

51 CONTRIBUER/ENCOURAGER
L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Responsabilité

57 GARANTIR DES PRODUITS
SÛRS POUR NOS CLIENTES

58 METTRE NOS COLLABORATEURS
AU CŒUR DE NOTRE ENGAGEMENT

64 DÉVELOPPER NOTRE
ENGAGEMENT SOCIÉTAL

66 NOTES ET ANNEXES

Sommaire

Le groupe Chantelle a nommé le cabinet FINEXFI en tant qu'Organisme Tiers Indépendant pour l'établissement d'un rapport relatif à la présence et à la sincérité dans le rapport de gestion des informations relevant de la DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE requises par l'article R.225-105-2 du code de commerce.

L'année 2022 aura été une année mouvementée à l'échelle mondiale, le XXI^{ème} siècle se façonne autour des plus grands enjeux de notre époque : les risques sanitaires, les confrontations géopolitiques entre les Etats-Unis et la Chine, la Russie, le changement climatique, la course à la domination informatique et la cybercriminalité qui l'accompagne. Les gouvernements, les entreprises et les sociétés ont souvent besoin de crises pour se concentrer sur des problèmes importants. Des crises en 2022, nous en avons connu plusieurs : l'invasion de l'Ukraine par l'armée russe, la fin de l'état d'urgence sanitaire, la canicule et les grands feux de forêt, symptôme du dérèglement climatique et plus récemment un interlude inflationniste, nous rappelant les risques macro-économiques du siècle précédent. **Nous sommes désormais dans une période d'après-crisis propices à catalyser des changements majeurs dans les comportements et les pratiques, ce qui pourrait mener à des progrès et des innovations significatives.**

Le Groupe Chantelle a vécu pleinement ces crises en 2022. Nous avons été affectés par les effets de la crise sanitaire au premier trimestre, ainsi que par la désorganisation provoquée par une cyberattaque subie en décembre 2021 de la part d'un groupe de hackers Russe. Cette attaque a été l'un des événements les plus marquants de l'histoire de notre entreprise, mais grâce à la mobilisation de nos équipes, nous avons réussi à reconstruire nos systèmes d'information en un temps record. Nous avons par ailleurs subi des tensions dans les approvisionnements auprès de nos fournisseurs, pour beaucoup dépassés par la reprise de l'activité aux Etats-Unis et en Europe, alors que les effets du Covid perduraient en Asie. **L'entreprise ressort affaiblie financièrement, mais transformée, renforcée stratégiquement, prête à relever les défis de demain.**

La cybersécurité est désormais un enjeu extra-financier essentiel. Selon une étude menée par DELL en décembre 2022 auprès de 1 000 décideurs IT, 86 % des entreprises ont été touchées au cours des douze derniers mois par des attaques cyber de différentes natures. Nous devons nous mettre au niveau de ces enjeux : nous avons pris des mesures d'ampleurs pour améliorer notre sécurité. Ces mesures sont articulées autour de trois piliers : la prévention du risque, le renforcement de la sécurité et la sensibilisation, la formation. En matière de prévention du risque, nous avons investi dans des solutions de gestion des vulnérabilités pour identifier, prioriser et atténuer les risques de sécurité liés à d'éventuelles vulnérabilités logicielles. Nous avons également mis en place une surveillance continue pour détecter les incidents de sécurité, des événements anormaux, en temps réel et nous mettons en place un plan de récupération et d'intervention en cas d'incident, afin de pouvoir redémarrer notre activité dans un délai très court. En termes de sécurité, nous avons segmenté notre réseau pour limiter l'impact d'éventuelles violations de notre sécurité. Nous avons également renforcé notre politique de gestion des accès et des autorisations pour garantir que seules les personnes autorisées ont accès aux données sensibles. En matière de sensibilisation et de formation, nous avons renforcé la sécurité des e-mails et allons mettre en place l'authentification multi-facteurs pour accéder à nos réseaux.

NOUS SOMMES DÉTERMINÉS À CONTINUER À INVESTIR DANS LA CYBERSÉCURITÉ POUR GARANTIR LA PROTECTION DE NOS DONNÉES ET DE CELLES DE NOS CLIENTS ET FAIRE FACE À CE FLÉAU MENAÇANT NOS ENTREPRISES ET NOS SERVICES PUBLICS.

Le dérèglement climatique est également un enjeu extra-financier qui anime Chantelle depuis plusieurs années. C'est une menace pour le monde, et nous n'avons pas encore réussi collectivement à la gérer. Il apparaît difficile de maintenir le réchauffement de la planète en dessous de 1,5 degré, seuil considéré généralement comme « sûr ». À nous collectivement de nous engager pour essayer de rester en dessous des 2 degrés, pour éviter les plus grandes catastrophes que cela engendrerait. Les émissions de gaz à effet de serre ne croissent désormais que lentement, nous sommes probablement proche d'un pic des émissions mondiales annuelles. Les investissements pour permettre notre transition énergétique augmentent exponentiellement. Nous allons vivre des périodes difficiles pour la planète, il n'est pas encore certain que nos actions auront des effets à temps pour nous préserver de préjudices majeurs, mais les progrès récents sont encourageants. Il est donc naturel que notre Déclaration de Performance Extra-Financière soit consacrée majoritairement aux projets de réductions de nos impacts environnementaux.

PLUS D'UNE VINGTAINÉ DE PROJETS PRIORITAIRES ONT ÉTÉ VALIDÉS ET MIS EN ŒUVRE EN 2022, DANS LE CADRE DE NOTRE PROGRAMME CHANTELLE FOR CHANGE.

Notre objectif est d'abord d'éco-concevoir nos vêtements en utilisant des matériaux recyclés ou renouvelables pour réduire notre impact environnemental. Nous avons augmenté notre ambition en termes d'éco-conception en intégrant des matériaux à impact réduit, visant à atteindre un minimum de 50 % pour 100 % de nos collections avant 2030. Nous cherchons également à développer des fibres durables pour la lingerie en explorant des matériaux novateurs pour remplacer les matériaux actuels. Nous développons des matières recyclables pour réduire l'impact environnemental en créant des produits entièrement circulaires (Chantelle One). Enfin, nous optimisons la gestion des stocks pour limiter le gaspillage en multipliant les projets de réutilisation de nos matières et produits inactifs.

Édito de Patrice et Guillaume Kretz

Nous visons également à réduire progressivement les émissions directes de notre entreprise. Nous investissons notamment dans l'installation et l'exploitation de panneaux photovoltaïques sur la toiture de nos sites de production en Tunisie. Notre ambition est de produire plus de 50 % de nos besoins en énergie grâce à l'énergie solaire dès 2023.

Nous souhaitons également sensibiliser nos consommatrices. Nous encourageons naturellement les achats de produits Chantelle durables et de qualité supérieure. Nous les informons également : nous mesurons désormais scientifiquement l'empreinte environnementale de la production à la fin de vie des produits et nous mettons en place progressivement l'affichage environnemental sous l'égide de l'ADEME (Agence de l'environnement et de la Maîtrise de l'Energie) en consortium avec de nombreuses marques françaises et européennes.

D'un point de vue macro-économique, le XXI^{ème} siècle était marqué jusqu'à récemment par une croissance structurellement faible, nécessitant des taux d'intérêt très bas pour maintenir la consommation et atteindre un potentiel de production. Pour des raisons différentes, les chiffres clés de l'inflation dans la zone euro et aux États-Unis sont montés autour de 8 à 9 % fin 2022, avant de redescendre en ce début d'année. Aux États-Unis, l'inflation sous-jacente reflète une politique monétaire expansionniste forte pendant le covid, une hausse des coûts supply chain et une surchauffe du marché du travail, le tout créant des effets spirales de hausses de prix. Dans la zone euro, l'inflation sous-jacente semble principalement liée au choc des prix de l'énergie, suite à la guerre en Ukraine. Par ailleurs l'économie américaine a été très dynamique en 2022 et reste résiliente début 2023 malgré la forte pression de la hausse des taux d'intérêt, tandis que la demande dans la zone euro semble ralentir d'elle-même. Ces évolutions ont conduit à une appréciation du dollars, dont nous avons contenu les effets en réalisant des hausses modérées de nos prix de vente. Nous nous préparons à de probables légères récessions en 2023, nécessaires pour finir de contenir l'inflation.

EN REVANCHE, NOUS ESTIMONS QUE CES ÉVOLUTIONS MACRO-ÉCONOMIQUES N'IMPACTENT QUE MARGINALEMENT LE SECTEUR DE LA LINGERIE ET NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES.

Nous pensons également qu'après cette interlude inflationniste, nous retrouverons un monde avec une stagnation séculaire causée par des facteurs structurels profonds qui n'ont pas été inversés par la pandémie de la COVID19 ou l'inflation actuelle. Avec l'allongement de nos vies et les risques mondiaux illustrés par les événements récents, la préférence pour l'épargne et les placements sécurisés semble probables et renforce la probabilité d'un monde avec des taux d'intérêt bas.

En ce qui nous concerne, **Chantelle démarre l'année 2023 idéalement positionné stratégiquement, autour de nos trois grandes activités :**

La marque Chantelle rayonne dans le monde. Nous avons lancé avec succès le segment exclusif Chantelle X et nous allons faire passer la collection Femilet corseterie sous le nom Chantelle Easyfeel. Ces démarches ont été très bien accueillies et comprises par nos clients.

Le réseau Darjeeling souhaite continuer à s'étendre dans les villes françaises plus petites avec un positionnement accessible et maintient une dynamique de croissance sur le web.

Enfin notre activité industrielle se modernise et ouvre progressivement son savoir-faire et ses infrastructures à des collaborations avec des marques externes, toutes attirées par l'excellente réputation de notre entreprise.

CHANTELLE DÉMARRE L'ANNÉE 2023 AVEC UN BON NIVEAU DE STOCKS, une tension dans les approvisionnements auprès de nos fournisseurs qui s'est résorbée.

ENFIN, CHANTELLE DÉMARRE L'ANNÉE 2023 AVEC DES COLLECTIONS SOLIDES, ET DES BONNES PERFORMANCES COMMERCIALES. TOUT CELA VA NOUS PERMETTRE D'ENREGISTRER UNE CROISSANCE SIGNIFICATIVE DE NOTRE CHIFFRE D'AFFAIRES AU PREMIER TRIMESTRE 2023 ET UNE FORTE AMÉLIORATION DE NOTRE PROFITABILITÉ CETTE ANNÉE.

Nous devons continuer à avoir une gestion rigoureuse pour compenser toutes les conséquences financières liées à la cyberattaque, avant de retrouver une situation pleinement assainie.



Le groupe Chantelle

NOS OBJECTIFS

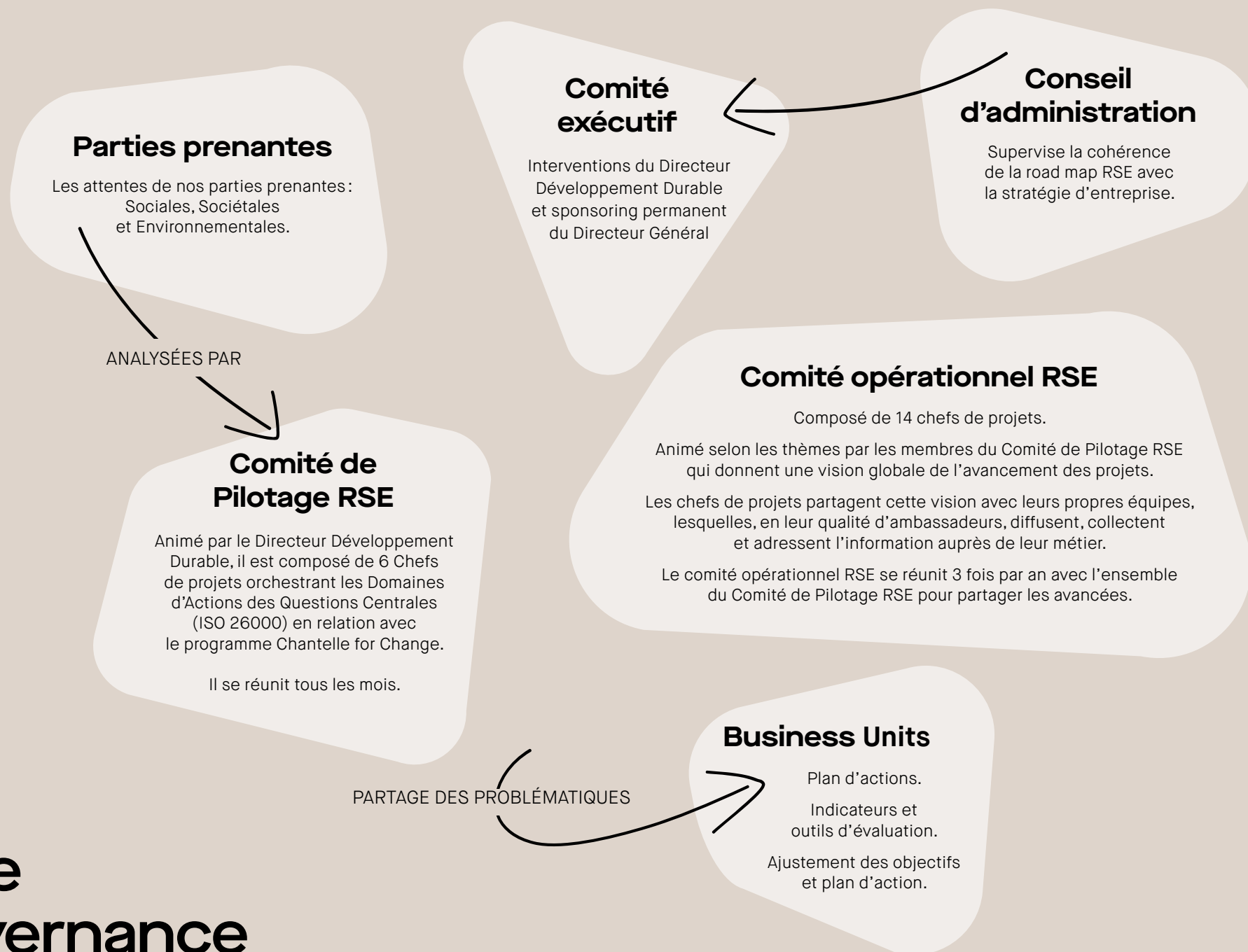
CONCEVOIR UNE LINGERIE DE QUALITÉ,
ET CHERCHER SANS CESSER DE
NOUVELLES MANIÈRES D'AMÉLIORER
LE BIEN-ÊTRE DES FEMMES ET
METTRE EN VALEUR LEUR SILHOUETTE.

NOTRE MISSION

FAIRE DE L'ACHAT DE LINGERIE
UNE EXPÉRIENCE UNIQUE,
TOTALEMENT CENTRÉE
SUR LES DÉSIRS DE LA CLIENTE.

NOS VALEURS

AUTONOMES ET RESPONSABLES,
RÉSOLUMENT COLLABORATIFS,
TRANSPARENTS,
PASSIONNÉS ET GUIDÉS PAR NOS CLIENTES.



Notre gouvernance



Faits marquants



20

projets prioritaires

Pour répondre à nos missions et nos ambitions portées par notre programme Chantelle for Change ont été validés et mis en œuvre en 2022.



3000 m²

de panneaux photovoltaïques

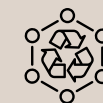
Réduire nos émissions de gaz à effet de serre de nos activités directes (Scope 1 & 2) c'est notamment investir dans l'installation et l'exploitation de 3000 m² de panneaux photovoltaïque sur la toiture de nos sites de production en Tunisie. Ambition : que le solaire permette de produire plus de 50 % de nos besoins dès 2023.



75 %

de nos usines auditées selon le référentiel SMETA by SEDEX

6 usines sur 8 auditées selon le référentiel SMETA by SEDEX pour sans cesse savoir se remettre en cause et s'améliorer de manière continue et en toute transparence.



50 %

minimum de matériaux à impact réduit dans toutes nos collections avant 2030

Augmentation de notre ambition en terme d'éco-conception en intégrant des matériaux à impact réduit : de 15 % en poids total de produit à 50 % minimum pour 100 % de nos collections avant 2030.

DES PROJETS FORTS EN PARTENARIAT :

- brassière Yoga avec DECATHLON et le dentellier NOYON
- l'usine du futur avec LE SLIP FRANÇAIS
- l'affichage environnemental sous l'égide de l'ADEME (Agence de l'environnement et de la Maîtrise de l'Energie) et du CGDD (Comité Général du Développement Durable) en consortium avec de nombreuses marques françaises et européennes
- la participation à l'élaboration du guide sur la Communication Responsable soutenu par la Fédération de la Maille et de la Lingerie et réalisé par le cabinet Bluequest

NOTRE MISSION

Faire de l’acte d’achat de lingerie une expérience unique, centrée sur le désir de nos clientes, en attente d’une consommation responsable et durable.

NOS VALEURS

Autonomie et responsabilité, transparence, collaboration, passion de nos clientes.

NOS ENGAGEMENTS POUR FAIRE FACE AUX DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX ET SOCIÉTAUX.

- 1

INCLUSIVITÉ

Pour une société qui veille à respecter et servir toutes les féminités.
- 2

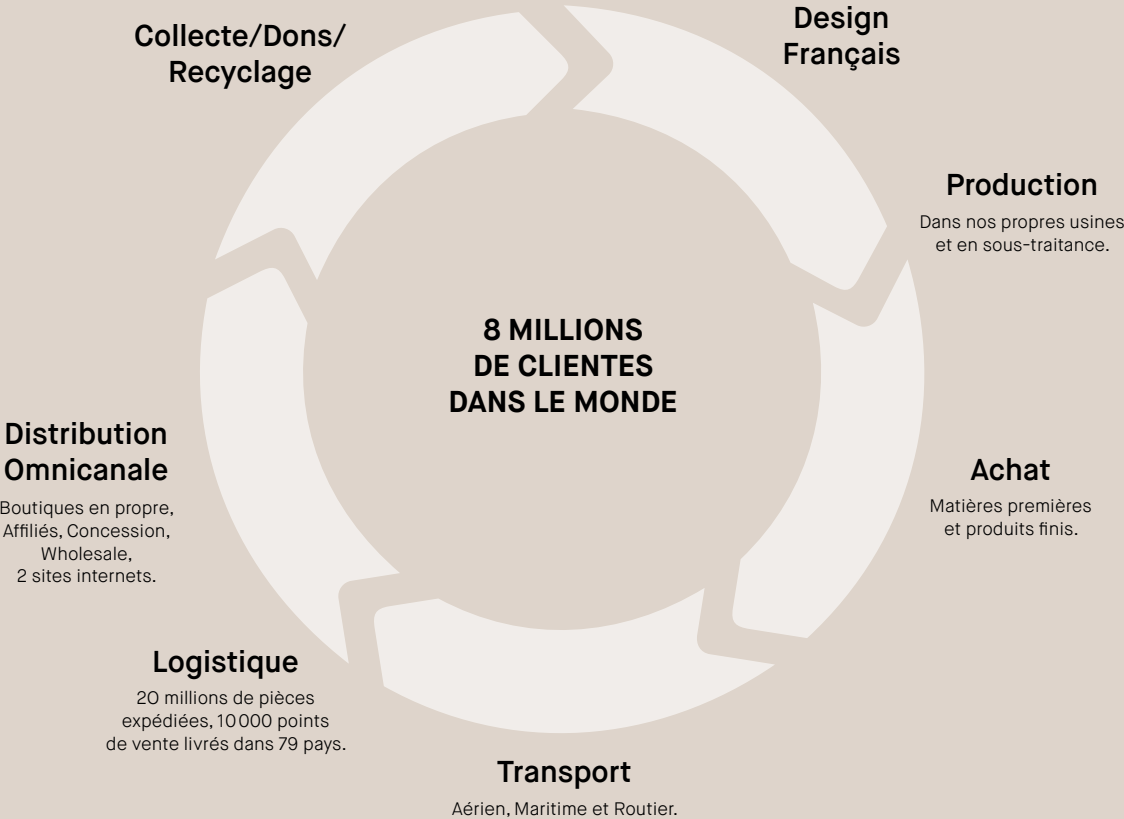
CIRCULARITÉ

Pour réduire notre empreinte environnementale.
- 3

RESPONSABILITÉ

Pour le bien-être de nos collaborateurs et de notre société.

Notre modèle d'affaires



NOS RESSOURCES

- RESSOURCES FINANCIÈRES
Actionnariat familial
- SAVOIR-FAIRE HISTORIQUE
Entreprise fondée en 1876
- COLLABORATEURS
4 253 collaborateurs dans le monde
- FOURNISSEURS
103 fournisseurs dans le monde
- PARTENAIRES
Franchisés et distributeurs

- ACTIFS MATÉRIELS ET IMMATÉRIELS
Magasins, Usines en propre, Entrepôts logistiques
- MATIÈRES PREMIÈRES
Vers plus de matières recyclées ou biologiques
- CONNAISSANCE, ÉCOUTE DE NOS CLIENTES
Enquêtes, création de communautés
- CAPITAL INTELLECTUEL ET INNOVATION
Co-crétation avec nos partenaires

LA VALEUR CRÉÉE

- CHIFFRE D’AFFAIRES
334 M€
- NOS CLIENTS
Une vision inclusive des femmes. Une lingerie de qualité pour les silhouettes du bonnet A à I.
- NOS COLLABORATEURS
Emploi et développement
France : Cachan, Corbie, Villers, Peronne, Epernay, au service du *made in France*. Europe, États-Unis, Canada, Asie, Maghreb.
- LUTTE CONTRE LES MAUX DE NOTRE SOCIÉTÉ
Soutien aux associations Ruban Rose, Odyssea, Info Endometriose, En Avant Toutes, Dobra Fabryka, Wallah We Can, Bien à Porter.
- PARTENAIRES
Decathlon, Noyon, Le Slip Français, Gapianne.
- INNOVATION
Chantelle One, 1ère lingerie 100 % recyclable.
- R&D
Euveka, Ceti.

ÉTHIQUE	RISQUES PRINCIPAUX	OPPORTUNITÉS	PLAN D' ACTIONS <small>(incluant les moyens mis en œuvre dont, l'organisation)</small>	MISSIONS	POLITIQUES	OUTIL DE MESURE
DROITS DE L'HOMME	Non-respect des droits humains fondamentaux.	De bonnes conditions de travail au service de la productivité et de la qualité des articles fabriqués.	Sensibilisation de nos partenaires de production, engagement au travers de la validation de notre code de conduite et de notre charte d'achats responsables, évaluation par des tiers auditeurs selon des référentiels reconnus, identification des risques et accompagnement à l'amélioration, processus itératif en amélioration continue.	AGIR POUR LE BIEN ÊTRE DE NOTRE SOCIÉTÉ	Mises à jour en 2023.	Audits Sociaux.
CORRUPTION	Faits de fraude, corruption interne et externe.	Loyauté, intégrité, confiance dans les relations d'affaires.	Diffusion du code de conduite interne, sensibilisation, formation, contrat de confidentialité, révision (2023).	AGIR POUR LE BIEN ÊTRE DE NOTRE SOCIÉTÉ	Mises à jour en 2023.	Enregistrement, suivi et point annuel sur les signalements.

SUITE DU TABLEAU ET AUTRES RISQUES EXTRA-FINANCIERS EXPRIMÉS PAGES SUIVANTES (10 À 12)

Nos principaux risques extra-financiers

Catégories évoquées dans l'article L.225-102-1 du Code du commerce
Les effets de l'activité quant au respect des DROITS de l'HOMME
Les effets de l'activité quant à la lutte contre la CORRUPTION
Les conséquences SOCIALES de l'activité
Les conséquences ENVIRONNEMENTALES de l'activité

ENVIRONNEMENT	RISQUES PRINCIPAUX	OPPORTUNITÉS	PLAN D' ACTIONS (incluant les moyens mis en œuvre dont, l'organisation)	MISSIONS	POLITIQUES	OUTIL DE MESURE
MANAGEMENT ENVIRONNEMENTAL DES SITES DE PRODUCTION	Absence de gestion des pollutions de l'eau, des sols, de l'air, surconsommation d'énergie carbonée.	Cartographier ses impacts, les mesurer, identifier les origines permet de réduire l'utilisation de ressources non renouvelables, de limiter l'impact de l'homme sur les éco-systèmes.	Mettre en œuvre en pilote sur nos propres sites et déployer auprès de nos fournisseurs.	AGIR POUR PRÉSERVER NOTRE PLANETE	Minimiser notre impact sur l'environnement.	Plateforme CITRON pour l'énergie, procédure de gestions des déchets et objectifs de réduction à la source, plateforme de traçabilité ou questionnaire pour nos fournisseurs.
IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX MULTI-FACTORIELS DE L'ACTIVITÉ ET DES PRODUITS	Émissions de gaz à effet de serre, consommation d'eau, eutrophisation, toxicité, émissions de particules fines...	Les mesurer, identifier les raisons principales, éco-concevoir nos produits, partager avec nos clients et se différencier de la concurrence, être reconnu pour nos actions.	Mesure de nos impacts selon les méthodologies européennes du Product Environmental Footprint et de l'Organisation Environmental Footprint, projets d'éco-conception produits, sensibilisation du consommateur, communication transparente.	AGIR POUR PRÉSERVER NOTRE PLANETE	Minimiser notre impact sur l'environnement et Développer des collections éco-conçues	Plateforme Glimpact, Affichage Environnemental.
CHANGEMENT CLIMATIQUE	Altération de l'éco-système planétaire.	Réduire notre consommation énergétique, utiliser une énergie décarbonée, se questionner sur notre modèle.	Extraire nos émissions de gaz à effet de serre sur les scopes 1, 2 et 3 de notre calcul d'impact multi-factoriel, concevoir un plan de réduction, le soumettre dans le cadre de l'initiative du Science Based Target.	AGIR POUR PRÉSERVER NOTRE PLANETE	Minimiser notre impact sur l'environnement.	Plateforme Glimpact.
CONSOMMATION D'ÉNERGIE	Prix soumis aux aléas géo-politiques et en constante augmentation, utilisation de ressources non renouvelables polluantes.	Maîtrise des coûts, réduction de l'impact de notre activité.	Répondre à nos obligations légales en France, auditer nos sites, suivre notre consommation, investir pour réduire notre consommation, mesurer les réductions.	AGIR POUR PRÉSERVER NOTRE PLANETE	Minimiser notre impact sur l'environnement.	Plateforme CITRON, Rapports d'audits.
MODÈLE ÉCONOMIQUE LINÉAIRE (VS CIRCULAIRE)	Epuisement des ressources naturelles, pollutions, augmentation des prix des matières et procédés.	Réduire notre impact en utilisant des matériaux issus du recyclage, former les équipes autour de projets fédérateurs, créer des filières et de l'emploi local.	Utiliser les leviers de notre gamme CHANTELLE ONE pour les appliquer à toutes les collections, travailler en filière pour innover.	AGIR POUR PRÉSERVER NOTRE PLANETE	Contribuer à l'économie circulaire.	Plateforme Glimpact.
BIODIVERSITÉ	Perte irréversible de biodiversité, dépendance vitale.	Valoriser, préserver et respecter la nature peut conférer un avantage concurrentiel.	Identifier l'outil de mesure reliant notre activité à la préservation de la biodiversité, évaluer, mettre en relation avec l'éco-conception de nos produits.	AGIR POUR PRÉSERVER NOTRE PLANETE	Minimiser notre impact sur l'environnement, Développer des collections éco-conçues et Contribuer à l'économie circulaire.	Volume de matériaux naturels d'origine biologique Vs conventionnelle, Volume de matériaux recyclés Vs conventionnels, Facteurs ayant une interaction négative, dont ceux liés au réchauffement climatique évalués selon la méthodologie du P.E.F européen dans un 1er temps.

SOCIAL

RISQUES PRINCIPAUX

OPPORTUNITÉS

PLAN D' ACTIONS

(incluant les moyens mis en œuvre dont, l'organisation)

MISSIONS

POLITIQUES

OUTIL DE MESURE

SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL (COLLABORATEURS)

Invalidité, Décès, perte d'attractivité, risque d'image.

Qualité de vie, engagement, attractivité des candidats

Audits sociaux (sites industriels), COPIL RPS, baromètre de satisfaction des salariés, mettre en place des SST sur l'ensemble des sites étrangers, poursuivre la relation de proximité avec les CSSCT (analyse commune des risques), mise en place du travail hybride, temps partiel choisi.

AGIR POUR
LE BIEN ÊTRE
DE NOS
COLLABORATEURS

Garantir la sécurité et le bien-être de nos employés.

Taux d'engagement, Suivi de l'absentéisme, Taux AT/MP

SANTÉ ET SÉCURITÉ AU TRAVAIL (SALARIÉS DE NOS FOURNISSEURS)

Invalidité, Décès, perte d'attractivité, risque d'image.

Qualité de vie, engagement, productivité, qualité produits.

Sensibilisation de nos partenaires de production, engagement au travers de la validation de notre code de conduite et de notre charte d'achats responsables, évaluation par des tiers auditeurs selon des référentiels reconnus, identification des risques et accompagnement à l'amélioration, processus itératif en amélioration continue.

AGIR POUR
LE BIEN ÊTRE
DE NOTRE SOCIÉTÉ

Mises à jour en 2023.

Audits sociaux.

SANTÉ CLIENTES

Toxicité, Maladie, perte d'attractivité, risque d'image.

Garantir des produits sûrs au delà de la réglementation.

Labellisation OekoTEX standard 100 de l'intégralité de nos collections.

AGIR POUR LE BIEN
ÊTRE DE NOTRE
SOCIÉTÉ

Garantir des produits sûrs pour nos clientes.

Renouvellement de la certification OekoTEX standard 100.

EMPLOI ET COMPÉTENCES (COLLABORATEURS)

Perte des talents contribuant à la valeur, réduction de l'employabilité, adaptabilité aux métiers futurs, productivité, innovation.

Développer l'employabilité et la mobilité de nos collaborateurs.

Déploiement de My Chantelle School, recrutement d'une responsable formation Chantelle SA, mentoring, communication sur l'usage du CPF, comité mobilité.

AGIR POUR
L'EMPLOYABILITÉ
DE NOS
COLLABORATEURS

Garantir la sécurité et le bien-être de nos employés.

Taux de recrutement en interne, indicateurs de formation, taux de turn-over.

RELATIONS SOCIALES

Dégradation des relations sociales, grève, réduction de la production, de l'approvisionnement.

Créer des relations sociales sereines et de confiance permettant de maintenir un bon climat participant ainsi à la réalisation des objectifs de l'entreprise.

Implication des partenaires sociaux dans la marche de l'entreprise (réunions formelles/informelles), mise en place des COPIL RPS, Plan de poursuite d'activité.

AGIR POUR LE BIEN
ÊTRE DE NOTRE
SOCIÉTÉ ET DE NOS
COLLABORATEURS

Garantir la sécurité et le bien-être de nos employés.

Nombre de réunions de CSE/CSSCT extraordinaires à l'initiative de l'employeur, nombre d'heures d'arrêt d'activité, nombre d'accords signés.

SOCIAL

RISQUES PRINCIPAUX

OPPORTUNITÉS

PLAN D' ACTIONS

(incluant les moyens mis en œuvre dont, l'organisation)

MISSIONS

POLITIQUES

OUTIL DE MESURE

DIVERSITÉ

Image, attractivité.

Qualité de vie, engagement, attractivité des candidats, image.

Groupes projets sur la diversité/ inclusion : égalité F/H, Handicap, précarité de l'emploi, largeur de l'offre, accueil en point de vente, image des marques Session de formation sur la non-discrimination et le handicap, analyse de l'index égalité F/H.

AGIR POUR LE BIEN ÊTRE DE NOTRE SOCIÉTÉ ET DE NOS COLLABORATEURS

Promouvoir et incarner la diversité à l'interne comme à l'externe.

Index Pénicaud, évolution du taux d'emploi de travailleurs handicapés.

DISCRIMINATIONS

Image, attractivité.

Qualité de vie, engagement, attractivité des candidats, image.

Groupes projets sur la diversité/ inclusion : égalité F/H, Handicap, précarité de l'emploi : Session de formation sur la non-discrimination et le handicap, analyse de l'index égalité F/H.

AGIR POUR LE BIEN ÊTRE DE NOTRE SOCIÉTÉ ET DE NOS COLLABORATEURS

Promouvoir et incarner la diversité.

Index Pénicaud, évolution du taux d'emploi de travailleurs handicapés.

QUALITÉ DES PRODUITS

Valeur et attractivité de la marque, perte de chiffre d'affaires, impact environnemental

Fidélisation, reconnaissance, distinction des produits

Capacité de mesurer selon un référentiel reconnu, normé et comparable en France, puis en Europe. Partager nos valeurs, utiliser comme outil d'éco-conception.

AGIR POUR LE BIEN ÊTRE DE NOTRE SOCIÉTÉ ET PRÉSERVER NOTRE PLANÈTE

Minimiser notre impact sur l'environnement.

Durabilité normée NF EN (en cours) et incidence sur le score P.E.F obtenu.

RELATIONS CLIENTS

Valeur et attractivité de la marque, perte de chiffre d'affaires.

Fidélisation, différenciation.

Renforcer l'information produit en précurseur dès 2023 (affichage environnemental volontaire), Définition et information de nos engagements en terme d'éco-conception.

AGIR POUR PROMOUVOIR LA CONSOMMATION DURABLE ET GUIDER NOTRE FILIÈRE PROFESSIONNELLE

Minimiser notre impact sur l'environnement, Fiabiliser notre transparence.

Questionnaire de satisfaction clientes (Outil Wizville).

MÉCONNAISSANCE DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Réputation, rupture d'approvisionnement, maîtrise des coûts, impact environnemental inconnu.

Évaluation des risques.

Répondre aux obligations légales en France, améliorer la collecte d'informations prouvables, utilisation d'outils digitaux.

AGIR POUR PRÉSERVER LA PLANÈTE ET LE BIEN-ÊTRE DE NOTRE SOCIÉTÉ

Minimiser notre impact sur l'environnement et veiller aux conditions de mesure des salariés de notre chaîne d'approvisionnement.

Plateforme SaaS adaptée.



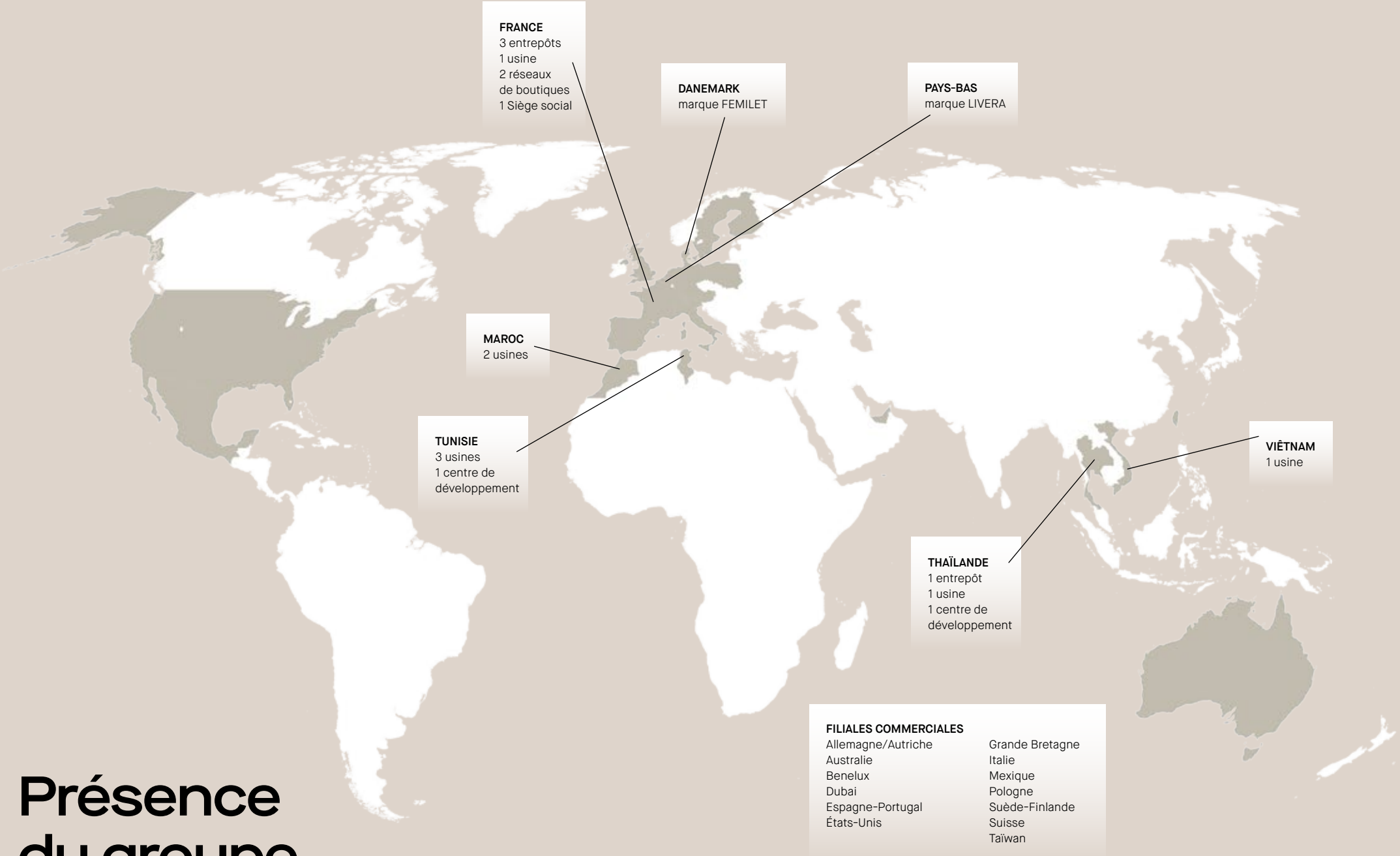
**FOURNISSEURS DE
MATIÈRES & FOURNITURES**

EUROPE		ASIE	
FRANCE	12	CHINE	28
ROUMANIE	1	THAÏLANDE	22
ITALIE	6	SRI LANKA	2
SUISSE	2	TAÏWAN	3
TURQUIE	1	VIETNAM	3
SLOVÉNIE	1		
BELGIQUE	1		
ESPAGNE	2		
ALLEMAGNE	2		

**FOURNISSEURS
DE PRODUITS FINIS**

EUROPE		ASIE	
FRANCE	2	CHINE	22
ITALIE	2	CAMBODGE	2
PORTUGAL	1	VIETNAM	1
TURQUIE	5	BANGLADESH	2
		INDE	9

Nos
fournisseurs



Présence du groupe

Notre objectif est d'évaluer la perception par nos parties prenantes, des orientations prises par le Groupe, et plus particulièrement celles concernant les objectifs environnementaux, sociétaux et sociaux, afin d'en tenir compte dans nos processus de décision et de gouvernance.

Notre matrice de matérialité établie début 2020 sur la base d'un questionnaire structuré autour de 12 ODD* qui nous avaient semblé pertinents pour le groupe Chantelle a été questionnée et ajustée en 2021 par notre comité de développement durable, sur la base des vécus et retours d'expérience des diverses entités du groupe.

Nos parties prenantes accordent une importance accrue au don et au partage, à la préservation de notre planète, avec une attention particulière à la réduction des émissions de Gaz à Effet de Serre et à la nécessité de s'inscrire dans une économie plus circulaire.

Par ailleurs, les initiatives de notre groupe pour une mode plus inclusive, pour des approches plus frugales en terme d'énergie ont été saluées par nos collaborateurs, nos clientes, une partie de nos partenaires et sont fortement encouragées pour les années à venir.

*SANTÉ, ÉDUCATION, ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES, EAU, ÉNERGIE RENOUVELABLE, EMPLOI DÉCENT, RÉDUCTION DES INÉGALITÉS, VILLE ET COMMUNAUTÉ DURABLE, CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLE, LUTTE CONTRE LE CHANGEMENT CLIMATIQUE, PROTECTION DE LA PLANÈTE, JUSTICE ET PAIX)

Notre matrice de matérialité

IMPORTANCE POUR LES PARTIES PRENANTES



CRÉATION DE VALEUR POUR LE GROUPE CHANTELLE

EN ANNEXE UN INDEX PRÉCISE LE DOMAINE DE CHACUNE DES NOTIONS DE LA MATRICE DANS LA NORME INTERNATIONALE ISO 26000 SUR LA RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE (VOIR PAGE 72)

Nous sommes Chantelle — un studio de création international installé à Paris et une entreprise familiale qui conçoit de la lingerie depuis 1876. À travers nos marques, construites sur des principes de collaboration et d'innovation, nous cherchons à penser et représenter la lingerie différemment.

Le respect, la créativité, la durabilité et l'honnêteté sont des valeurs qui nous animent et nous semblent importantes à défendre.

Depuis 145 ans, nous nous efforçons de gérer notre croissance de manière vertueuse, tout en contribuant activement au bien-être de nos collaborateurs, collaboratrices et clientes. Reconnus pour notre expertise, notre exigence et notre engagement historique à servir toutes les femmes, nous cherchons à construire des relations de confiance durables avec nos partenaires.

Nous sommes pleinement conscients des responsabilités écologiques et sociales qui nous incombent et sommes animés par une vision long terme soucieuse de promouvoir un modèle de société plus juste, plus inclusif et plus respectueux.

Nous aspirons à relever les grands défis d'aujourd'hui, qu'ils soient liés au changement climatique, à la biodiversité ou à la justice sociale, pour contribuer positivement à l'émergence du monde de demain.

Nous souhaitons enfin défendre la beauté sous toutes ses formes : celle des êtres et de leur diversité, celle de la nature et de sa richesse, celle de notre savoir-faire et de son histoire.

Nous sommes Chantelle et nous nous mobilisons pour faire mieux. Et si vous nous lisez, c'est que d'une manière ou d'une autre, vous pouvez nous accompagner.

Chantelle for Change

Le changement est
une aventure collective.

01

Inclusivité

AGIR POUR UNE SOCIÉTÉ
QUI VEILLE NOTAMMENT
À REPRÉSENTER ET SERVIR
TOUTES LES FÉMINITÉS.

#1

REPRÉSENTER
TOUTES LES FÉMINITÉS

#2

SERVIR
TOUTES LES FÉMINITÉS

02

Circularité

AGIR POUR PRÉSERVER
NOTRE PLANÈTE.

#3

MINIMISER NOTRE IMPACT
SUR L'ENVIRONNEMENT

#4

DÉVELOPPER DES COLLECTIONS
ÉCO-CONÇUES

#5

CONTRIBUER
À L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

03

Responsabilité

AGIR POUR LE BIEN-ÊTRE
DE NOS COLLABORATEURS
ET DE NOTRE SOCIÉTÉ.

#6

GARANTIR DES PRODUITS
SÛRS POUR NOS CLIENTES

#7

PLACER NOS COLLABORATEURS
AU CŒUR DE NOTRE ENGAGEMENT

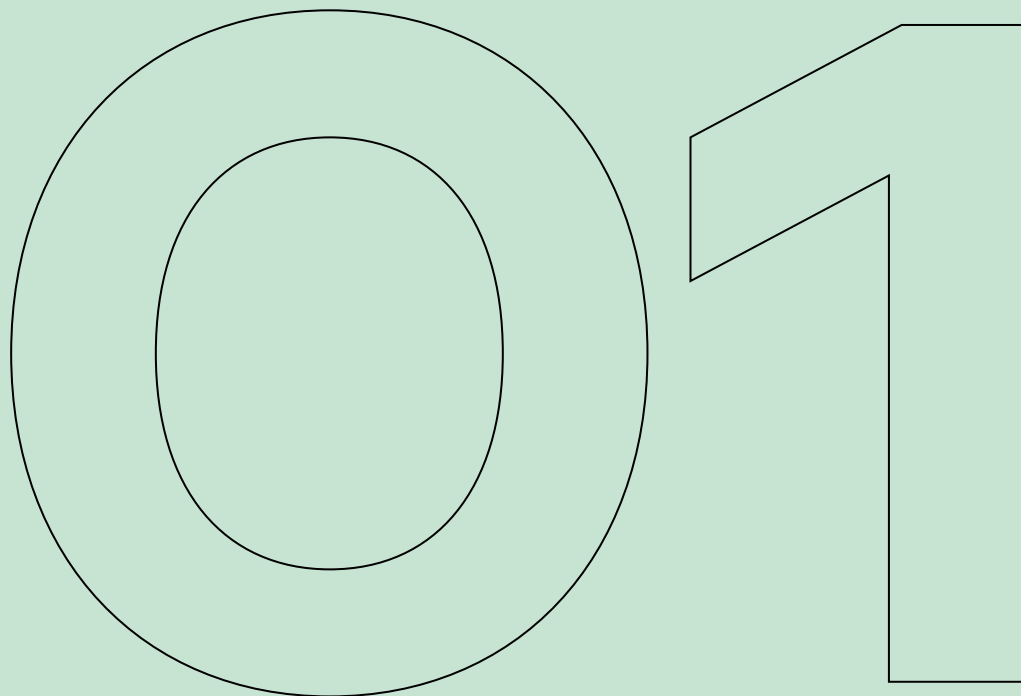
#8

DÉVELOPPER NOTRE
ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Chantelle
for Change

Mettre notre savoir-faire au service de toutes les identités, c'est réinventer les codes de la lingerie pour proposer des pièces de haute qualité adaptées à toutes les tailles, morphologies et carnations.

C'est aussi représenter le corps dans sa diversité afin de révéler une beauté plurielle, en créant des expériences de marque inspirantes.



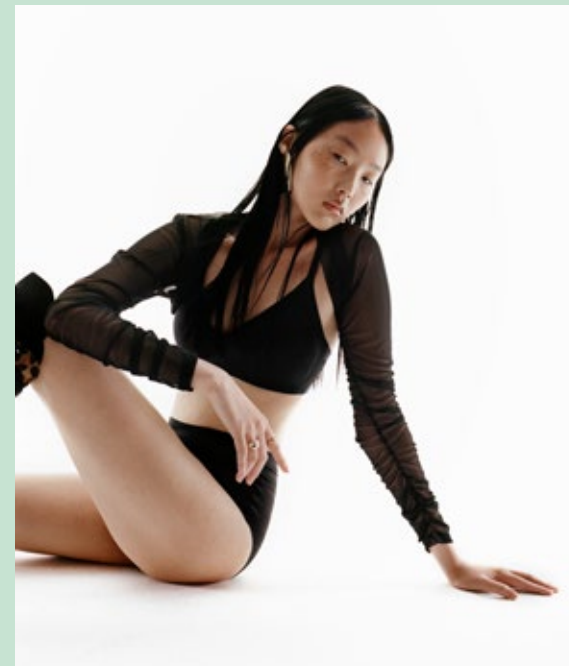
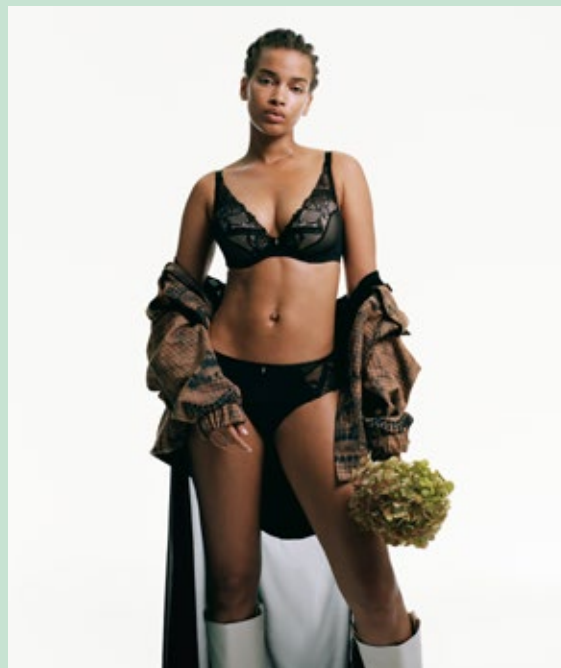
Inclusivité

**Agir pour une société qui veille
notamment à représenter
et servir tous les corps.**

#engagement 1:

Représenter toutes les féminités

En tant qu'entreprise de lingerie, le groupe Chantelle souhaite promouvoir une vision inclusive et lutter contre les stéréotypes en incarnant toutes les féminités. Nous refusons toute forme d'injonctions et cherchons, à travers nos images, à célébrer la beauté dans toute sa richesse et diversité.





#engagement 2:

Servir toutes les féminités

Servir toutes les féminités, c'est mettre encore et toujours notre savoir-faire au service de tou.te.s en proposant des collections du bonnet A à I, de la taille 38 à 54, en innovant sans cesse, grâce au Chantelle Lab, pour répondre aux attentes quotidiennes de tou.te.s (lignes SoftStretch, Pure Maternity ou encore Culottes Menstruelles).

DÉMARCHE ACCESSIBILITÉ

Servir toutes les féminités, c'est également favoriser l'accès de tou.te.s à une lingerie de qualité, par le biais de nos collections éphémères à petits prix, confectionnées à partir de nos matières « endormies ».

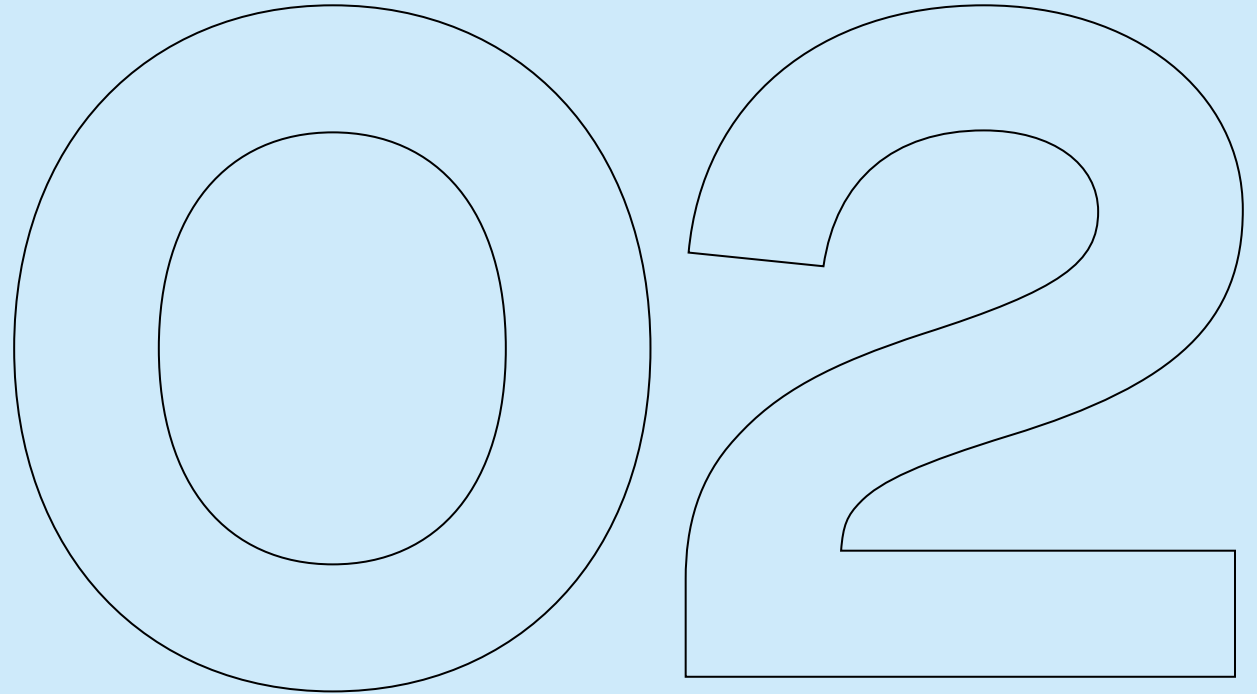
SYNDROME D'EHLERS-DANLOS

« Merci énormément pour votre démarche. J'ai souvent du mal à me lancer question lingerie car peur des mauvais achats. Je vous remercie non seulement de vous pencher sur ce problème mais aussi de m'avoir donné la possibilité de participer à un tel projet et de découvrir votre marque et votre savoir-faire ».

Anne-Sophie P.

Préserver toutes les beautés du monde, c'est aussi prendre soin de notre planète. Notre ambition : diminuer significativement nos impacts sur l'environnement et préserver la biodiversité en inscrivant progressivement l'ensemble de nos actions dans une économie circulaire.

L'acte d'achat est un acte sociétal, l'impact environnemental et la traçabilité des produits sont essentiels pour se donner les moyens de faire face aux enjeux cruciaux de notre époque.



Circularité

Agir pour préserver notre planète.

#engagement 3:

Minimiser notre impact sur l'environnement

En 2022, les émissions mondiales totales en CO2 devaient atteindre 40,6 Gt selon le dernier bilan établi par les chercheurs du Global Carbon Project publié le 11 novembre 2022.

En France, le ministère de la Transition Écologique a publié un rapport en novembre 2022 montrant des améliorations encourageantes, mais insuffisantes pour tenir les Accords de Paris.

Selon les spécialistes mondiaux de la biodiversité et du climat, l'impact du dérèglement climatique devrait surpasser les autres principales menaces pesant sur la biodiversité au cours du XXI^{ème} siècle, à la fois par ses effets directs et par l'intensification de ses interactions avec les autres facteurs de pression.

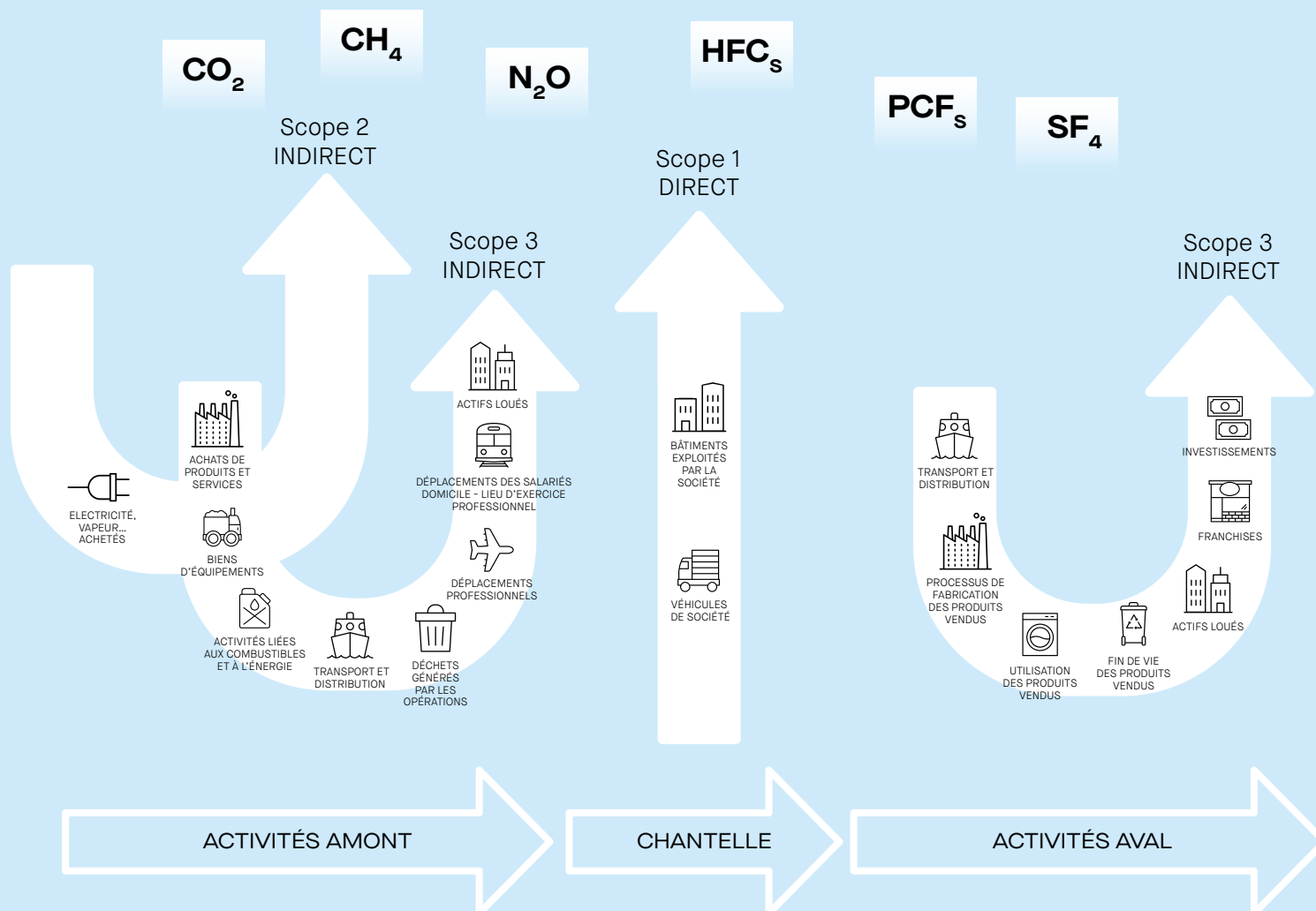
Selon Camille Parmesan, directrice au CNRS et auteure du rapport conjoint de juin 2021 du GIEC et de l'IPBES, le changement climatique est à l'origine de la disparition des populations de plus de mille espèces végétales et animales.

Ces constats alarmants ne font que renforcer notre volonté de tout mettre en œuvre pour minimiser notre empreinte environnementale dans la globalité de notre activité.

Quelle est l'empreinte réelle globale de notre activité en tant que groupe ?

Nous avons décidé de l'évaluer à deux moments différents : la dernière année d'exploitation pré-COVID, 2019, et l'année qui vient de s'achever, 2022. Nous devons avoir une vision scientifique de notre empreinte environnementale, confirmer ou mettre en évidence les raisons principales de notre impact et pouvoir comparer nos résultats année après année.

Nous nous sommes rapprochés du Bureau d'études GLIMPACT qui nous a recommandé de conduire une analyse de l'empreinte globale de notre activité par application stricte de la méthode O.E.F (Organisation Environmental Footprint) adoptée par la Commission Européenne dans sa recommandation officielle du 16 décembre 2021 (Base de données 2.0). Nous avons ainsi pris en compte toutes les activités directes et indirectes du groupe Chantelle, c'est-à-dire celles de nos usines, nos bureaux, nos entrepôts, nos boutiques... mais aussi les produits que nous vendons et confectionnons ou développons avec nos partenaires.



Notre empreinte réelle globale

DÉTAILS DES POSTES D'ÉMISSION

Application des postes d'émissions au groupe Chantelle

CATÉGORIES D'ÉMISSIONS	N°	POSTES	APPLICATION À CHANTELLE
SCOPE 1	1	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES FIXES DE COMBUSTION	CONSOMMATION D'ÉNERGIE THERMIQUE DANS LES ENTITÉS CHANTELLE
	2	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES MOBILES À MOTEUR THERMIQUE	ÉMISSIONS DES VÉHICULES CHANTELLE
	3	ÉMISSIONS DIRECTES DES PROCÉDÉS HORS ÉNERGIE	CONSOMMATION D'EAU DANS LES ENTITÉS CHANTELLE
	4	ÉMISSIONS DIRECTES FUGITIVES	ÉMISSIONS DE RÉFRIGÉRANTS DANS LES ENTITÉS CHANTELLE
	5	ÉMISSIONS ISSUES DE LA BIOMASSE (SOLS ET FORÊTS)	NON INCLUS
SCOPE 2	6	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ	CONSOMMATION ÉLECTRIQUE DANS LES ENTITÉS CHANTELLE
	7	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION DE VAPEUR, CHALEUR OU FROID	CONSOMMATION DE VAPEUR, DE CHALEUR ET DE FROID DANS LES ENTITÉS CHANTELLE
SCOPE 3	8	ÉMISSIONS LIÉES À L'ÉNERGIE NON INCLUSE DANS LES CATÉGORIES « ÉMISSIONS DIRECTES DE GES » ET « ÉMISSIONS DE GES À ÉNERGIE INDIRECTES »	ÉMISSIONS LIÉES À L'ÉNERGIE NON INCLUSE DANS LES SCOPES 1 ET 2: EX: PRODUCTION DE GAZ
	9	ACHATS DE PRODUITS ET DE SERVICES	PRODUITS FINIS (impact des matières premières et de la fabrication). AUTRES ACHATS.
	10	IMMOBILISATION DES BIENS	NON INCLUS
	11	DÉCHETS	DÉCHETS ET EAUX USÉES
	12	TRANSPORT DE MARCHANDISE AMONT	TRANSPORT DE MARCHANDISES DONT LE COÛT EST SUPPORTÉ PAR CHANTELLE (non pris en compte dans les catégories émissions directes et émissions indirectes associées à l'énergie)
	13	DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS	DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS
	14	ACTIFS EN LEASING AMONT	NON INCLUS
	15	INVESTISSEMENTS	NON INCLUS
	16	TRANSPORT DES VISITEURS ET DES CLIENTS	NON INCLUS
	17	TRANSPORT DES MARCHANDISES AVAL	TRANSPORT DE MARCHANDISES DONT LE COÛT N'EST PAS SUPPORTÉ PAR CHANTELLE
	18	UTILISATION DES PRODUITS VENDUS	PHASE D'UTILISATION POUR LES PRODUITS FINIS CHANTELLE
	19	FIN DES PRODUITS VENDUS	FIN DE VIE DES PRODUITS FINIS CHANTELLE
	20	FRANCHISE AVAL	FRANCHISE AVAL
	21	LEASING AVAL	NON INCLUS
	22	DÉPLACEMENT DOMICILE TRAVAIL	DÉPLACEMENT DES EMPLOYÉS DES ENTITÉS CHANTELLE
	23	AUTRES ÉMISSIONS INDIRECTES	ACTIVITÉS DE SOUTIEN ET FUITES DE RÉFRIGÉRANTS

L'O.E.F permet d'évaluer l'impact environnemental au travers de 16 critères.

L'empreinte environnementale, exprimée en points (Pt), considère l'ensemble de ces catégories d'impacts définies. Elle est le résultat de la formule de normalisation et de pondération des différents résultats par catégorie d'impact.

CLIMAT



CHANGEMENT CLIMATIQUE

RESSOURCES NATURELLES



UTILISATION DES SOLS



APPAUVRISSMENT MINÉRAIS



APPAUVRISSMENT ÉNERGIES NON RENOUVELABLES

EAU



RESSOURCE EAU

ÉCOSYSTÈMES



ACIDIFICATION



EUTROPHISATION TERRESTRE



TOXICITÉ EAU DOUCE



EUTROPHISATION MARINE



EUTROPHISATION EAU DOUCE

SANTÉ HUMAINE



APPAUVRISSMENT COUCHE OZONE



RADIATIONS IONISANTES



FORMATION OZONE



PARTICULES FINES



TOXICITÉ HUMAINE



TOXICITÉ HUMAINE CANCER

Critères d'impact environnemental

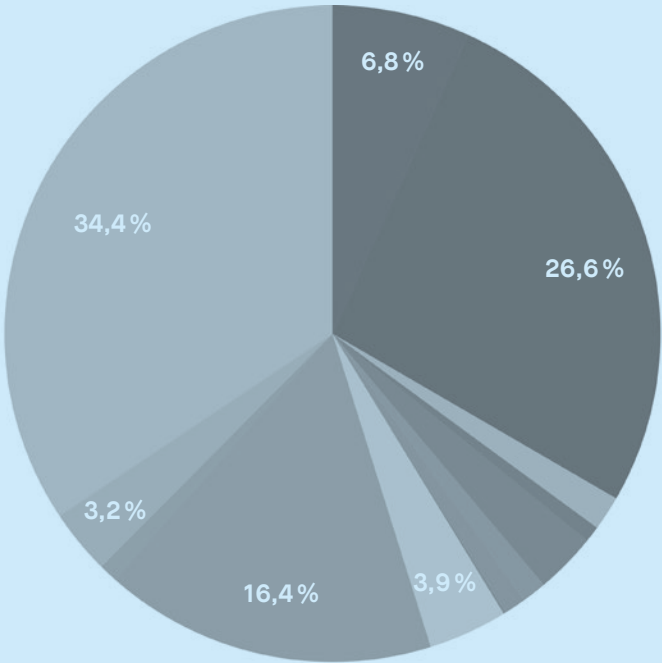
12 009 Pt

Empreinte environnementale, exprimée en point, qui considère l'ensemble des 16 catégories d'impact définies selon l'O.E.F et résultat de la formule de normalisation et de pondération des différents résultats par catégorie d'impact.

POUR L'ANNÉE 2019

Les 3 catégories d'impact représentant quasiment 80 % de l'empreinte environnementale du groupe Chantelle sont:

- Les émissions de particules fines qui contribuent à 34,4 %,
- Les émissions de gaz à effet de serre, pour 26,6 %
- L'appauvrissement en ressources fossiles, pour 16,4 %.



CATÉGORIES D'IMPACT	SCORE	%
ACIDIFICATION	811 875 296 μPt	6,8 %
CHANGEMENT CLIMATIQUE	3 189 945 704 μPt	26,6 %
EUTROPHICATION MARINE	209 234 521 μPt	1,7 %
EUTROPHISATION EAU DOUCE	90 515 761 μPt	0,8 %
EUTROPHISATION TERRESTRE	359 176 426 μPt	3,0 %
RADIATIONS IONISANTES	148 546 372 μPt	1,2 %
UTILISATION DES SOLS	134 212 451 μPt	1,1 %
APPAUVRISSMENT COUCHE OZONE	7 391 832 μPt	0,2 %
FORMATION OZONE	470 516 389 μPt	3,9 %
UTILISATION DE RESSOURCES FOSSILES	1 965 660 945 μPt	16,4 %
APPAUVRISSMENT MINÉRAIS	103 700 462 μPt	0,9 %
UTILISATION D'EAU	382 519 344 μPt	3,2 %
PARTICULES FINES	4 136 594 489 μPt	34,4 %
EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE	12 009 889 992 μPt	

PÉRIMÈTRE PRIS EN COMPTE

Effectif total (filiales commerciales comprises).
Articles produits/achetés (et livrés) ainsi que ceux vendus par toutes les marques du groupe Chantelle y compris Livera et Femilet.

Performance environnementale en 2019

6531 Pt

Empreinte environnementale, exprimée en point, qui considère l'ensemble des 16 catégories d'impact définies selon l'O.E.F et résultat de la formule de normalisation et de pondération des différents résultats par catégorie d'impact.

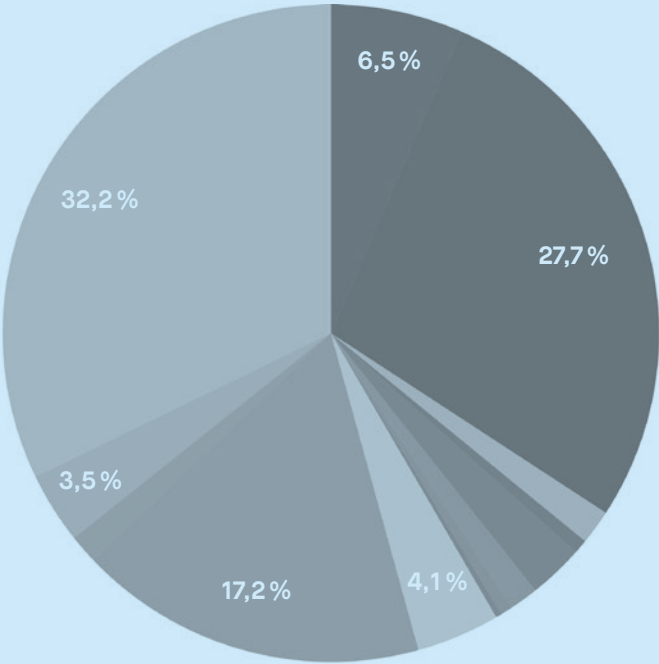
POUR L'ANNÉE 2022

Les 3 catégories d'impact représentant quasiment 80 % de l'empreinte environnementale du groupe Chantelle sont:

Les émissions de particules fines qui contribuent à 32,2 %,

Les émissions de gaz à effet de serre, pour 27,7 %

L'appauvrissement en ressources fossiles, pour 17,2 %.

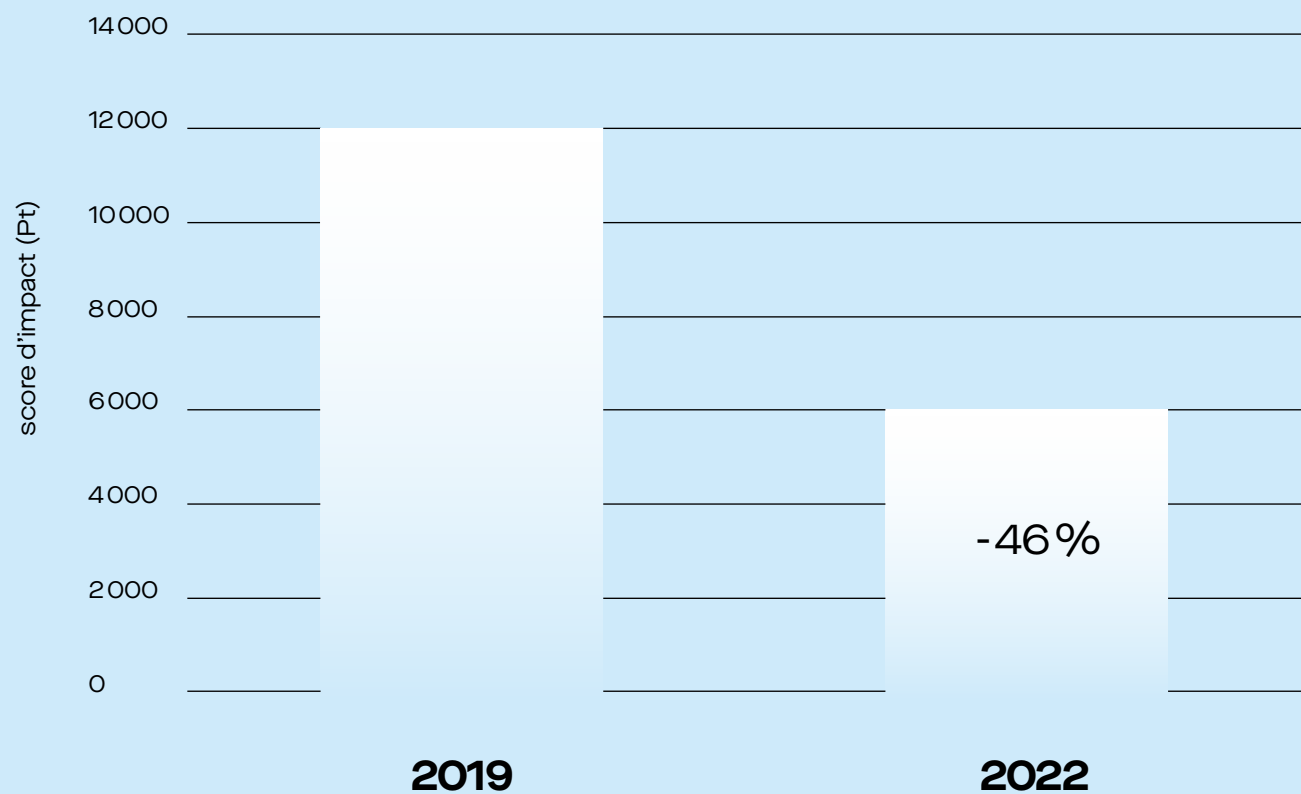


CATÉGORIES D'IMPACT	SCORE	%
ACIDIFICATION	426 219 288 μPt	6,5 %
CHANGEMENT CLIMATIQUE	1 806 868 156 μPt	27,7 %
EUTROPHICATION MARINE	112 590 525 μPt	1,7 %
EUTROPHISATION EAU DOUCE	47 262 338 μPt	0,7 %
EUTROPHISATION TERRESTRE	177 928 913 μPt	2,7 %
RADIATIONS IONISANTES	89 111 836 μPt	1,4 %
UTILISATION DES SOLS	38 984 582 μPt	0,6 %
APPAUVRISSMENT COUCHE OZONE	17 949 511 μPt	0,3 %
FORMATION OZONE	265 682 506 μPt	4,1 %
UTILISATION DE RESSOURCES FOSSILES	1 123 886 358 μPt	17,2 %
APPAUVRISSMENT MINÉRAIS	92 310 911 μPt	1,4 %
UTILISATION D'EAU	229 903 297 μPt	3,5 %
PARTICULES FINES	2 102 795 878 μPt	32,2 %
EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE	6 531 494 099 μPt	

PÉRIMÈTRE PRIS EN COMPTE

Effectif total (filiales commerciales comprises).
Articles produits/achetés (et livrés) ainsi que ceux vendus par toutes les marques du groupe Chantelle y compris Livera et Femilet.

Performance environnementale en 2022



Comparaison du score d'impact global 2019 / 2022

VOIR PAGE 69

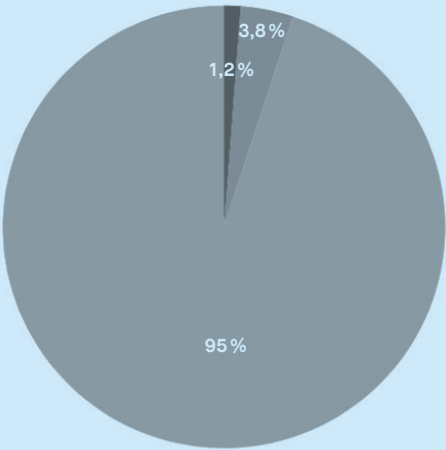
	N°	POSTES D'ÉMISSIONS	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL
SCOPE 1 Émissions directes de GES	1	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES FIXES DE COMBUSTION	0,43 %
	2	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES MOBILES À MOTEUR THERMIQUE	0,19 %
	3	ÉMISSIONS DIRECTES DES PROCÉDÉS HORS ÉNERGIE	0 %
	4	ÉMISSIONS DIRECTES FUGITIVES	0,01 %
	5	ÉMISSIONS ISSUES DE LA BIOMASSE (SOLS ET FORÊTS)	-
SCOPE 2 Émissions indirectes associées à l'énergie	6	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ	4,42 %
	7	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION DE VAPEUR, CHALEUR OU FROID	-
SCOPE 3 Autres émissions indirectes de GES	8	ÉMISSIONS LIÉES À L'ÉNERGIE NON INCLUSE DANS LES CATÉGORIES « ÉMISSIONS DIRECTES DE GES » ET « ÉMISSIONS DE GES À ÉNERGIE INDIRECTES »	1,26 %
	9	ACHATS DE PRODUITS ET DE SERVICES	76,29 %
	10	IMMOBILISATION DES BIENS	-
	11	DÉCHETS	-0,01 %
	12	TRANSPORT DE MARCHANDISE AMONT	8,76 %
	13	DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS	0,05 %
	14	ACTIFS EN LEASING AMONT	-
	15	INVESTISSEMENTS	-
	16	TRANSPORT DES VISITEURS ET DES CLIENTS	-
	17	TRANSPORT DES MARCHANDISES AVAL	1,09 %
	18	UTILISATION DES PRODUITS VENDUS	5,54 %
	19	FIN DES PRODUITS VENDUS	-0,29 %
	20	FRANCHISE AVAL	0,17 %
	21	LEASING AVAL	-
	22	DÉPLACEMENT DOMICILE TRAVAIL	2,10 %
	23	AUTRES ÉMISSIONS INDIRECTES	0 %

Décomposition par poste d'émission en 2019

	N°	POSTES D'ÉMISSIONS	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL
SCOPE 1 Émissions directes de GES	1	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES FIXES DE COMBUSTION	0,58 %
	2	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES MOBILES À MOTEUR THERMIQUE	0,32 %
	3	ÉMISSIONS DIRECTES DES PROCÉDÉS HORS ÉNERGIE	0 %
	4	ÉMISSIONS DIRECTES FUGITIVES	0,40 %
	5	ÉMISSIONS ISSUES DE LA BIOMASSE (SOLS ET FORÊTS)	-
SCOPE 2 Émissions indirectes associées à l'énergie	6	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ	6,28 %
	7	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION DE VAPEUR, CHALEUR OU FROID	-
SCOPE 3 Autres émissions indirectes de GES	8	ÉMISSIONS LIÉES À L'ÉNERGIE NON INCLUSE DANS LES CATÉGORIES « ÉMISSIONS DIRECTES DE GES » ET « ÉMISSIONS DE GES À ÉNERGIE INDIRECTES »	1,73 %
	9	ACHATS DE PRODUITS ET DE SERVICES	72,59 %
	10	IMMOBILISATION DES BIENS	-
	11	DÉCHETS	-0,23 %
	12	TRANSPORT DE MARCHANDISE AMONT	7,77 %
	13	DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS	0,27 %
	14	ACTIFS EN LEASING AMONT	-
	15	INVESTISSEMENTS	-
	16	TRANSPORT DES VISITEURS ET DES CLIENTS	-
	17	TRANSPORT DES MARCHANDISES AVAL	0,98 %
	18	UTILISATION DES PRODUITS VENDUS	5,77 %
	19	FIN DES PRODUITS VENDUS	-0,26 %
	20	FRANCHISE AVAL	0,55 %
	21	LEASING AVAL	-
	22	DÉPLACEMENT DOMICILE TRAVAIL	3,26 %
	23	AUTRES ÉMISSIONS INDIRECTES	0,00000001 %

Décomposition par poste d'émission en 2022

			N°	POSTES D'ÉMISSIONS	SCORE (tons CO2 Eq)	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL
<div>SCOPE 1</div> <div>Émissions directes de GES</div>			1	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES FIXES DE COMBUSTION	942	0,84 %
			2	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES MOBILES À MOTEUR THERMIQUE	370	0,33 %
			3	ÉMISSIONS DIRECTES DES PROCÉDÉS HORS ÉNERGIE	-	-
			4	ÉMISSIONS DIRECTES FUGITIVES	36	0,03 %
			5	ÉMISSIONS ISSUES DE LA BIOMASSE (SOLS ET FORÊTS)	-	-
<div>SCOPE 2</div> <div>Émissions indirectes associées à l'énergie</div>			6	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ	4281	3,84 %
			7	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION DE VAPEUR, CHALEUR OU FROID	-	-
<div>SCOPE 3</div> <div>Autres émissions indirectes de GES</div>			8	ÉMISSIONS LIÉES À L'ÉNERGIE NON INCLUSE DANS LES CATÉGORIES « ÉMISSIONS DIRECTES DE GES » ET « ÉMISSIONS DE GES À ÉNERGIE INDIRECTES »	1317	1,18 %
			9	ACHATS DE PRODUITS ET DE SERVICES	76856	68,90 %
			10	IMMOBILISATION DES BIENS	-	-
			11	DÉCHETS	434	0,39 %
			12	TRANSPORT DE MARCHANDISE AMONT	14616	13,10 %
			13	DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS	90	0,08 %
			14	ACTIFS EN LEASING AMONT	-	-
			15	INVESTISSEMENTS	-	-
			16	TRANSPORT DES VISITEURS ET DES CLIENTS	-	-
			17	TRANSPORT DES MARCHANDISES AVAL	844	0,76 %
			18	UTILISATION DES PRODUITS VENDUS	6316	5,66 %
			19	FIN DES PRODUITS VENDUS	1326	1,19 %
			20	FRANCHISE AVAL	268	0,24 %
			21	LEASING AVAL	-	-
			22	DÉPLACEMENT DOMICILE TRAVAIL	3858	3,46 %
			23	AUTRES ÉMISSIONS INDIRECTES	0,	0 %



DÉCOMPOSITION DE L'IMPACT SUR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE (KGC02Eq)

SCOPES	IMPACT EN TON CO2EQ	DÉCOMPOSITION DE L'IMPACT SUR LE CHANGEMENT CLIMATIQUE (KGC02Eq)
1	1348	1,2 %
2	4281	3,8 %
3	105926	95 %
TOTAL	111555	100 %

L'impact carbone est de **111555 ton.CO²_{eq}**

L'impact carbone correspond à **28,4 %** de l'empreinte globale du groupe Chantelle.

Émissions de gaz à effet de serre en 2019

SUR LES SCOPES 1 À 3

<

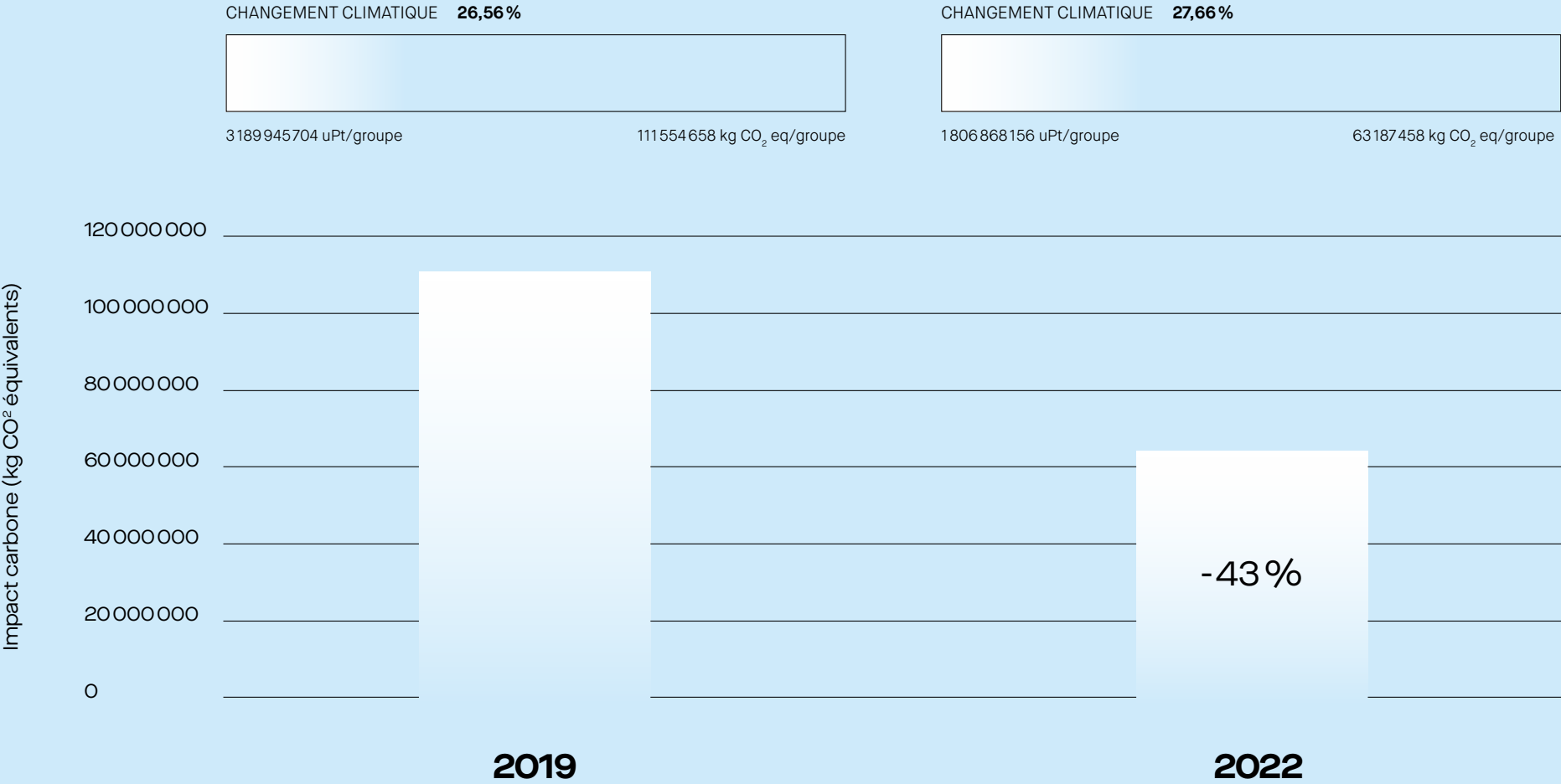
L'impact carbone est de **63187 ton.CO²_{eq}**

L'impact carbone correspond à **27,7 %**
de l'empreinte globale du groupe Chantelle.

Émissions de gaz à effet de serre en 2022

SUR LES SCOPES 1 À 3

* Nos 3 sites de production en Tunisie devraient produire en 2023 l'équivalent de 50% de leur besoin en électricité sur 1 an. Nous avons investi pour l'avenir en installant presque 1200 panneaux photovoltaïque, soit une surface proche de 3000 m².



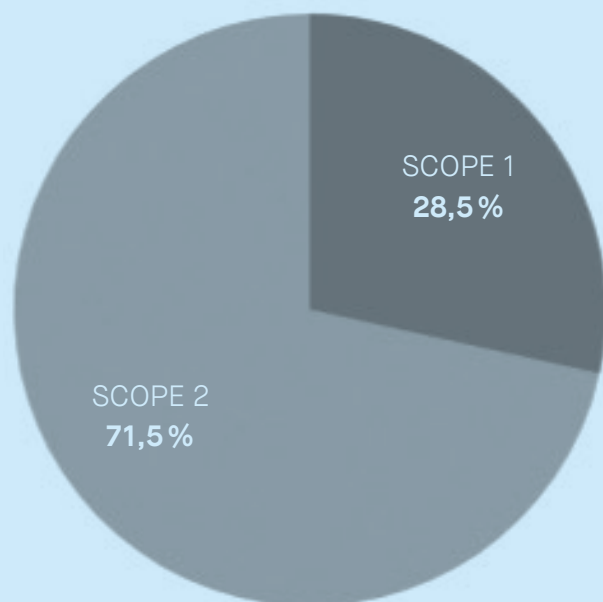
Comparaison de l'impact carbone 2019 / 2022

En 2023, forts de cette analyse portant sur les données de 2 années d'activité, nous allons corrélérer les catégories d'impacts prépondérants et les sources d'émissions afin d'être en mesure d'envisager des objectifs de réduction de notre empreinte environnementale à horizon 2030, et tout particulièrement en émissions de gaz à effet de serre. Ces dernières sont d'ailleurs parties intégrantes de nos impacts majeurs et intimement liées aux 2 catégories que sont les émissions de particules fines et la production/utilisation de ressources fossiles.

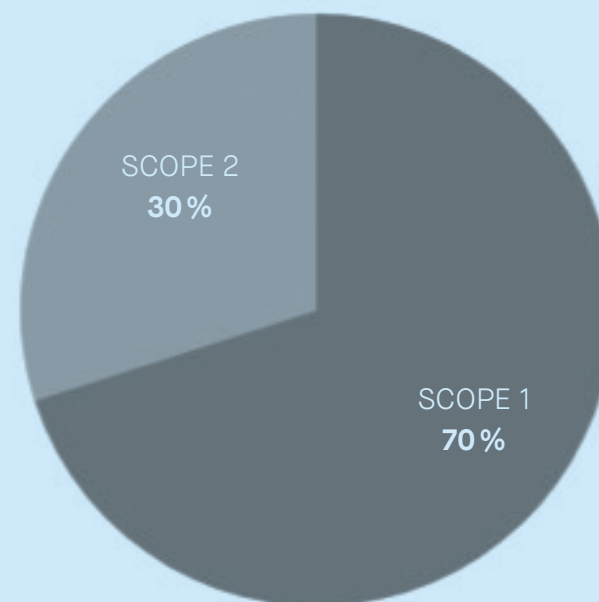
Pour cette catégorie (Émissions de gaz à effet de serre), nous envisageons de déposer un dossier auprès de l'initiative SBT (Science Based Target). L'iSBT est un partenariat entre le CDP (Carbon Disclosure Project), le Pacte mondial des Nations Unies (UNGC), l'Institut des ressources mondiales (WRI) et le Fond mondial pour la nature (WWF). Nos ambitions de réduction ainsi validées par l'iSBT nous permettront d'obtenir la confirmation que notre plan est scientifiquement efficace, et en adéquation avec les derniers rapports émis par le G.I.E.C (Groupe d'experts intergouvernemental sur l'évolution du climat).

Ce plan de réduction ainsi validé devrait nous permettre de contribuer à notre mesure à limiter le réchauffement climatique à +1,5°C par rapport à l'ère pré-industrielle.

Ambition à réduire nos émissions de G.E.S



DÉCOMPOSITION DE LA PERFORMANCE
ENVIRONNEMENTALE GLOBALE (PT)



DÉCOMPOSITION DE L'IMPACT SUR LE
CHANGEMENT CLIMATIQUE (kg CO₂ equ)

Résultats de la performance environnementale

SUR LE PÉRIMÈTRE FRANCE EN 2019

EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE MULTIFACTORIELLE

	N°	POSTES D'ÉMISSIONS	SCORE (Pts)	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL
SCOPE 1 Émissions directes de GES	1	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES FIXES DE COMBUSTION	51,3	21,95 %
	2	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES MOBILES À MOTEUR THERMIQUE	14,8	6,31 %
	3	ÉMISSIONS DIRECTES DES PROCÉDÉS HORS ÉNERGIE	0	0
	4	ÉMISSIONS DIRECTES FUGITIVES	0,4	0,19 %
	5	ÉMISSIONS ISSUES DE LA BIOMASSE (SOLS ET FORÊTS)	0	0
SCOPE 2 Émissions indirectes associées à l'énergie	6	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ	167,2	71,55 %
	7	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION DE VAPEUR, CHALEUR OU FROID	0	0

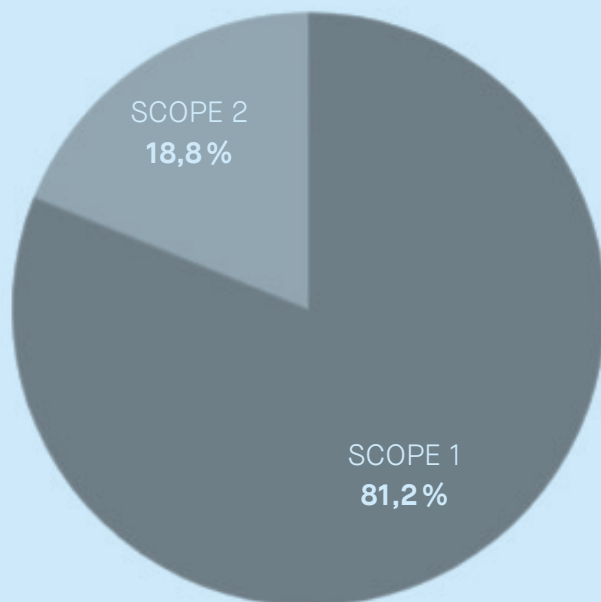
La catégorie d'impact la plus contributive correspond à l'épuisement des ressources fossiles qui contribue à 45 % de l'empreinte environnementale. L'impact des radiations ionisantes (production d'électricité d'origine nucléaire) s'élève à 26 %. La troisième catégorie d'impact est liée aux émissions de gaz à effet de serre, pour 21 %. À elles seules, ces trois catégories d'impact représentent plus de 90 % de l'empreinte globale.

EMPREINTE CARBONE

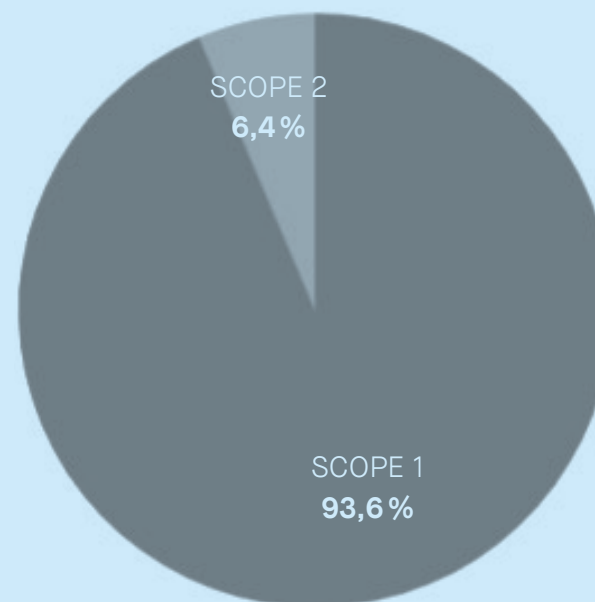
	N°	POSTES D'ÉMISSIONS	SCORE (tons CO2 Eq)	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL
SCOPE 1 Émissions directes de GES	1	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES FIXES DE COMBUSTION	942	55,27 %
	2	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES MOBILES À MOTEUR THERMIQUE	236	13,86 %
	3	ÉMISSIONS DIRECTES DES PROCÉDÉS HORS ÉNERGIE	0	0
	4	ÉMISSIONS DIRECTES FUGITIVES	15	0,90 %
	5	ÉMISSIONS ISSUES DE LA BIOMASSE (SOLS ET FORÊTS)	0	0
SCOPE 2 Émissions indirectes associées à l'énergie	6	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ	511	29,97 %
	7	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION DE VAPEUR, CHALEUR OU FROID	0	0

Résultats de la performance environnementale

SUR LE PÉRIMÈTRE FRANCE EN 2019



DÉCOMPOSITION DE LA PERFORMANCE
ENVIRONNEMENTALE GLOBALE (PT)



DÉCOMPOSITION DE L'IMPACT SUR LE
CHANGEMENT CLIMATIQUE (kg CO₂ equ)

Résultats de la performance environnementale

SUR LE PÉRIMÈTRE FRANCE EN 2022

EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE MULTIFACTORIELLE

	N°	POSTES D'ÉMISSIONS	SCORE (Pts)	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL
SCOPE 1 Émissions directes de GES	1	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES FIXES DE COMBUSTION	37,6	58,30 %
	2	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES MOBILES À MOTEUR THERMIQUE	13,8	21,40 %
	3	ÉMISSIONS DIRECTES DES PROCÉDÉS HORS ÉNERGIE	0	0
	4	ÉMISSIONS DIRECTES FUGITIVES	0,9	1,46 %
	5	ÉMISSIONS ISSUES DE LA BIOMASSE (SOLS ET FORÊTS)	0	0
SCOPE 2 Émissions indirectes associées à l'énergie	6	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ	12,2	18,85 %
	7	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION DE VAPEUR, CHALEUR OU FROID	0	0

La catégorie d'impact la plus contributive correspond aux émissions de gaz à effet (changement climatique) qui contribue à 45 % de l'empreinte environnementale. La consommation de ressources fossiles contribue à 35 % du total. À elles seules, ces deux catégories d'impact représentent plus de 80 % de l'empreinte globale.

EMPREINTE CARBONE

	N°	POSTES D'ÉMISSIONS	SCORE (tons CO2 Eq)	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL
SCOPE 1 Émissions directes de GES	1	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES FIXES DE COMBUSTION	691	68,42 %
	2	ÉMISSIONS DIRECTES DES SOURCES MOBILES À MOTEUR THERMIQUE	221	21,90 %
	3	ÉMISSIONS DIRECTES DES PROCÉDÉS HORS ÉNERGIE	0	0
	4	ÉMISSIONS DIRECTES FUGITIVES	33	3,26 %
	5	ÉMISSIONS ISSUES DE LA BIOMASSE (SOLS ET FORÊTS)	0	0
SCOPE 2 Émissions indirectes associées à l'énergie	6	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION D'ÉLECTRICITÉ	65	6,42 %
	7	ÉMISSIONS INDIRECTES LIÉES À LA CONSOMMATION DE VAPEUR, CHALEUR OU FROID	0	0

CE QUE NOUS AVONS DÉJÀ RÉALISÉ :

- 95,5 % du volume global d'énergie électrique consommée dans nos bureaux, entrepôts, boutiques est produit à partir de sources renouvelables.
- Optimisation énergétique des boutiques rénovées (climatisation, éclairages LED...)
- Renouvellement de la flotte de véhicules de société

Le périmètre a également évolué avec la cession des magasins ORCANTA entre 2019 et 2022.

Ceci nous permet d'obtenir une réduction de plus de 40 % de nos émissions entre 2022 et l'année de référence 2019.

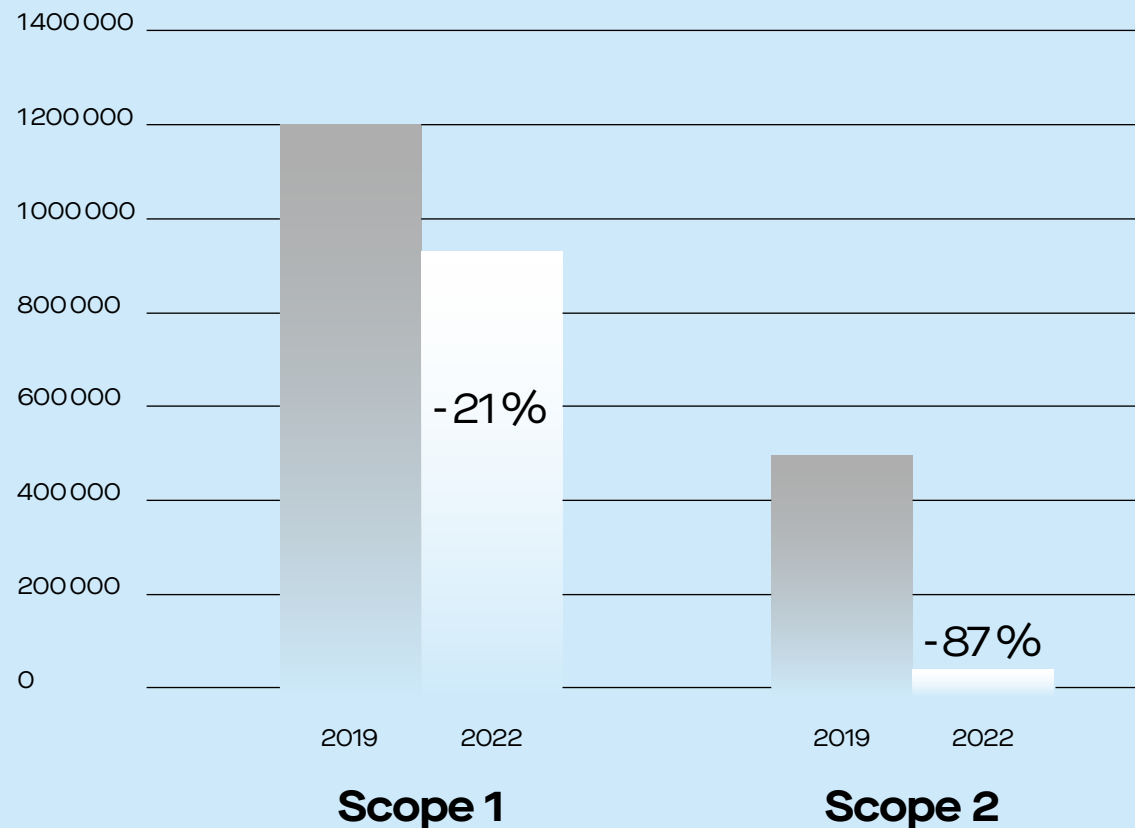
Pour la période 2023-2026, nous avons pour ambition de mettre en œuvre des actions de sobriété et d'efficacité énergétique qui permettront de réduire d'au moins 40 % notre consommation d'énergie d'ici 2030.

Nous continuons à renouveler notre flotte de véhicules avec comme objectif, une consommation exclusive d'énergie décarbonée à horizon 2030. Nous recherchons également les meilleures alternatives en électricité produite par des sources d'énergie renouvelables pour les boutiques de Metz, Grenoble, Strasbourg et l'entrepôt situé sur la commune de Péronne en Picardie.

Notre ambition de réduction à l'horizon 2030 devra être validée par l'ISBT pour être publiée entre 2023 et 2024.

Néanmoins il semble réaliste d'atteindre au moins 55 % de réduction en 2030 par rapport à 2019.

COMPARAISON IMPACT CARBONE EN 2019 ET 2022



Impact carbone en 2019 et 2022

SUR LES SCOPES 1 ET 2 EN FRANCE

RÉDUIRE NOTRE CONSOMMATION ÉNERGÉTIQUE

Dans un contexte géopolitique dans le sillage de la guerre en Ukraine et de l'inflation post-COVID galopante, la flambée des prix de l'énergie est au cœur des préoccupations de chacun, particuliers comme entreprises.

L'impact environnemental du groupe Chantelle est lié notamment à la sobriété dans nos activités et à l'efficacité de nos matériels. Ces leviers de réduction essentiels doivent continuer à être actionnés.

En 2022, nous nous sommes dotés d'un outil de suivi de nos consommations développé par la société CITRON/GADS. Cette plateforme nous permet de collecter les données de consommation en France, de répondre à nos obligations de reporting, mais aussi d'y intégrer les consommations de nos unités industrielles hors France.

Afin de nous aider à réduire d'au moins 40 % nos consommations d'énergie en France à horizon 2030, nous réalisons au premier semestre 2023 des audits énergétiques sur plusieurs de nos sites afin d'identifier des solutions nous permettant de réduire ou optimiser notre consommation énergétique. Nous appliquerons cette méthodologie à nos sites hors France dès 2024.

SITE		2019	2020	2021	2022	2022 DÉTAIL	2022 VS 2019	2022 VS 2021
DELTA LINGERIE	Réseau Boutiques DARJEELING	3 312 139	2 701 626	2 410 564	2 867 868	2 867 868	86,59 %	118,97 %
CHANTELLE RETAIL	Réseau Boutiques CHANTELLE	0	0	497 185	542 720	542 720	N.A	109,16 %
ROUAFI	Réseau Boutiques ORCANTA	2 484 138	1 605 392	0	0	0	N.A	
CACHAN	Siège Social					1 274 431		
CORBIE	Entrepôt logistique					1 032 542		
VILLIERS	Entrepôt logistique	3 454 506	2 707 772	2 898 965	2 852 374	161 620	82,57 %	105,34 %
PERONNE	Entrepôt logistique					135 191		
ÉPERNAY	Usine de confection					248 590		
SOTUFAM	Usine de confection					1 071 926		
SOFAM	Usine de confection					285 124		
CHANTUNI	Usine de confection	2 610 822	1 930 449	1 864 327	2 156 022	202 352	82,58 %	115,65 %
FAMACO	Usine de confection					361 643		
ATMA	Usine de confection					234 977		
SIGMA	Usine de confection					1 280 772		
CHANTNAM	Usine de confection	3 630 714	2 611 727	2 400 501	2 911 568	1 329 100	80,19 %	121,29 %
CHANTASIA	Entrepôt logistique					207 096		
ASC	Bureau de développement produits					94 600		
		15 492 319	11 556 966	10 071 542	11 330 552	11 330 552	73,14 %	114,68 %

Consommation électrique

EN KWh

PART D'ÉNERGIE RENOUVELABLE
EN FRANCE EN 2022 : **5 981 129 KWh**
SOIT 95,5 % DE LA CONSOMMATION

SITE		2019	2020	2021	2022	2022 VS 2019	2022 VS 2021
DELTA LINGERIE	Réseau Boutiques DARJEELING				0	0	0
CHANTELLE RETAIL	Réseau Boutiques CHANTELLE				0	0	0
ROUAFI	Réseau Boutiques ORCANTA						
CACHAN	Siège Social				0	0	0
CORBIE	Entrepôt logistique	2 524 277	1 459 011	1 957 249	1 715 221	67,95 %	87,63 %
VILLIERS	Entrepôt logistique	1 030 507	896 471	1 313 183	679 582	65,95 %	51,75 %
PERONNE	Entrepôt logistique	822 000	125 828	559 742	825 466	100,42 %	147,47 %
ÉPERNAY	Usine de confection	525 287	336 302	534 014	373 967	71,19 %	70,03 %
SOTUFAM	Usine de confection				0	0	0
SOFAM	Usine de confection				0	0	0
CHANTUNI	Usine de confection				0	0	0
FAMACO	Usine de confection				0	0	0
ATMA	Usine de confection				0	0	0
SIGMA	Usine de confection				0	0	0
CHANTNAM	Usine de confection				0	0	0
CHANTASIA	Entrepôt logistique				0	0	0
ASC	Bureau de développement produits				0	0	0
		4 902 071	2 817 612	4 364 188	3 594 236	73,32 %	82,36 %

Consommation de gaz

EN KWh (PCS)

OPTIMISER LE CYCLE DE VIE DE NOS MATIÈRES

Réduire, Réemployer, Revendre et Donner sont des leviers que nous actionnons pour agir sur nos stocks résiduels de matières (étoffes et fournitures) au sein de notre entrepôt en Thaïlande. Nous avons évidemment décidé d'intégrer ces matières inactivées dans le calcul de notre impact environnemental.

En tant qu'industriel, nous gérons nos usines de confection depuis de nombreuses années, nous savons que les stocks résiduels ont un coût financier important et nous avons maintenant la confirmation qu'ils ont un coût environnemental également significatif.

En 2022, nous avons défini nos objectifs en prenant compte de la complexité de l'administration en Thaïlande, l'équipe projet a développé puis formé les équipes à l'utilisation d'outils informatiques permettant de gérer ces stocks, de les réserver et de les allouer.

En 2022, ce sont plus de 7 tonnes de matières qui ont pu être réemployées, surteintes, données ou préparées en vue d'être utilisées en 2023.



WOMEN AND FAMILY DEVELOPMENT LEARNING CENTER IN HONOR OF HRH PRINCESS MAHA CHAKRI SIRINDHORN'S 36TH BIRTHDAY ANNIVERSARY

Don de plus de 15 000 mètres de jersey coton (surstock à l'origine destiné à la fabrication de masques de protection à la COVID 19) d'une valeur de plus de 13 000 €.



PHRA PRADAENG PROTECTION AND DEVELOPMENT CENTER FOR PERSONS WITH DISABILITIES SAMUT PRAKAN PROVINCE

Don de plus de 15 000 mètres de jersey coton (surstock à l'origine destiné à la fabrication de masques de protection à la COVID 19) d'une valeur de plus de 13 000 €.

DÉCHETS INDUSTRIELS BANALS, DÉCHETS TEXTILE, DÉCHETS PAPIERS ET CARTONS

EN TONNES	2022	PART DES QUANTITÉS PRODUITES	2021	PART DES QUANTITÉS PRODUITES	2020	PART DES QUANTITÉS PRODUITES
QUANTITÉS PRODUITES	831,76		562,92		686,95	
QUANTITÉS VALORISÉES (don, revente, recyclage)	346,24	41,63 %	286,28	50,86 %	459,15	66,84 %
QUANTITÉS DÉTRUITES	485,51	58,37 %	275,77	48,99 %	230,8	33,60 %

Nos déchets papier et carton sont valorisés à 100 % en France, en Europe comme au sein de tous nos sites industriels.

Nos déchets textiles proviennent de la coupe des matières avant confection ou de la fin de vie des matières inactivées en collection. L'optimisation de la consommation de nos matières est intégrée au sein de nos objectifs d'éco-conception des produits en collection.

Enfin, les déchets industriels banals (DIB) représentent quasiment 25 % du volume de déchets de tous types. Ils sont majoritairement issus des activités sur notre siège social en France* et notamment en lien avec les activités du restaurant d'entreprise géré par un prestataire extérieur. Notre ambition : valoriser les bio déchets en mélange dans les DIB, et ce dès 2023.

Ces 3 typologies de déchets représentent près de 90 % de l'ensemble des déchets produits sur le périmètre de reporting de la présente D.P.E.F pour l'année 2022. Leur volume est en augmentation, en relation avec la reprise d'activité post-COVID.

*LES DIB NE SONT COMPTABILISABLES QU'EN FRANCE CAR À L'ÉTRANGER ILS SONT EXCLUSIVEMENT ENLEVÉS PAR LES STRUCTURES PUBLIQUES TELLES QUE LES MUNICIPALITÉS, LESQUELLES NE SONT PAS EN MESURE DE TENIR UNE COMPTABILITÉ INDIVIDUELLE PAR SITE.

L'eau n'est pas utilisée dans les processus industriels au sein de nos usines. Elle se limite aux consommations sanitaires et aux fontaines à eau. L'approvisionnement en eau ne présente pas de difficulté particulière puisque les sites sont implantés dans des zones d'activités. Pour autant, un suivi attentif est apporté à la consommation d'eau.

CONSOMMATION ANNUELLE D'EAU EN M³	2021	2022
Cumul des magasins Darjeeling	NS	NS
Cumul des magasins Chantelle Retail	NS	NS
Sites en Tunisie	5 583	5 776
Sites au Maroc	4 134	4 024
Sites en Thaïlande : Chantasia et ASC	1 612	1 970
Site en Thaïlande : Sigma	5 023*	5 544
Site au Vietnam	5 487	6 599
Chantelle SA : Siège	1 816	2 038
Chantelle SA : Epernay	607	675
Chantelle SA : Corbie	1 997	1 504
Chantelle SA : Villers	463	595
Chantelle SA : Peronne	808	887
TOTAL	27 530	29 608

Consommation d'eau

* Donnée non reportée sur la DPEF 2021 en raison de la cyber-attaque dont nous avons été victime en fin d'année 2021.

#engagement 4:

Développer des collections éco-conçues

L'affichage environnemental des produits en textile destinés à l'habillement a été rendu obligatoire et prioritaire au seul marché français par la loi climat & résilience à l'été 2021. C'est une information qui doit permettre au consommateur de faire un choix environnementalement éclairé lors de son acte d'achat.

L'A.D.E.M.E (Agence de l'Environnement et de la Maîtrise de l'Energie) a sollicité les marques, les fédérations professionnelles, les associations afin de proposer une méthodologie permettant d'évaluer l'impact des produits textile et de le transcrire en un score facilement compréhensible par le consommateur. Le groupe CHANTELLE a ainsi collaboré en 2022 aux travaux menés en consortium par le bureau d'études Glimpact et à ceux initiés par le DEFI Mode & Luxe (Plateforme créée en 1984 au service de l'accélération et de la transformation des 3.500 entreprises de la mode et de l'habillement françaises).

Les dossiers ont été déposés à l'automne et les pouvoirs publics devraient rendre leur avis en 2023. Ces participations nous ont notamment permis de renforcer le travail en filière avec des acteurs majeurs du textile habillement telles que les marques ou enseignes Decathlon ou Lacoste par exemple.

Afin de permettre au consommateur de se familiariser à ce que pourrait être l'affichage environnemental et œuvrer pour toujours plus de transparence, nous avons fait le choix de tester sur 392 références produits permanents présents en collection, à l'Automne/Hiver 2022 et au Printemps/Eté 2023, la méthode européenne du P.E.F.C.R Apparel & Footwear, celle intégrée à la proposition portée par le consortium Glimpact.

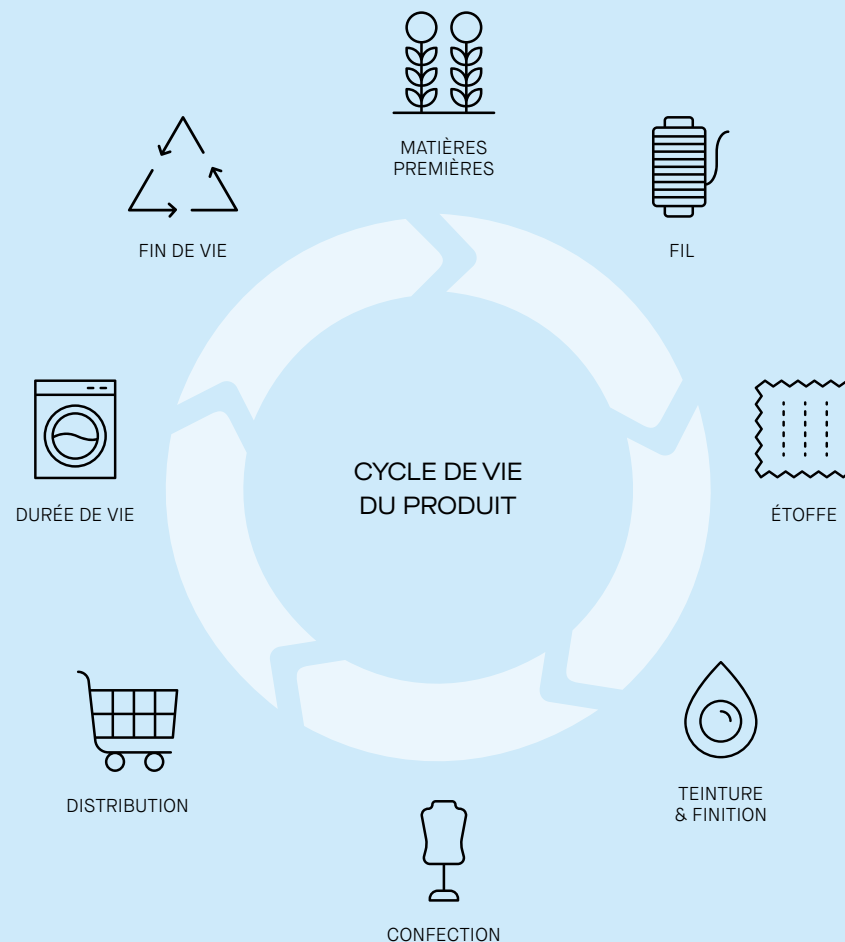
Cette évaluation devrait être publiée au premier semestre 2023.

Cette évaluation nous permettra en 2023 de conforter les choix d'éco-conception que nous avons mis en œuvre depuis 2020 et que nous avons décuplé en 2022, voir en identifier de nouveaux.

Il est important de rappeler que « l'éco-conception est une approche méthodique qui prend en considération les aspects environnementaux du processus de conception et développement dans le but de réduire les impacts environnementaux négatifs tout au long du cycle de vie d'un produit » (Norme ISO 14006).

C'est une approche multi-étapes (celles du cycle de vie), multi-composants (le produit et son packaging par exemple), multicritères (Émissions de Gaz à effet de serre mais pas seulement...).

Cette démarche laisse néanmoins toute sa place à l'innovation et à la créativité.



Éco-conception: Matériaux

Éco-concevoir c'est notamment intégrer des matériaux, fibres recyclées, d'origine biologique ou portant l'écolabel Européen, en remplacement de fibres conventionnelles. La culture ou la fabrication de ces fibres nécessite moins de ressources naturelles, moins d'énergie,...

La part minimale de fibres à impact environnemental réduit a été fixée à 15 % du poids total du vêtement. Il s'agit d'un ratio calculé sur la somme des poids des matières principales, doublures, élastiques, accessoires...

Pour la collection Automne/Hiver 2022, l'offre de corseterie de la marque Chantelle portait le ratio de références/coloris ainsi éco-conçues à 16 %. Pour Passionata et Femilet cette offre était portée à respectivement, 35 % et 36 %. Et pour Darjeeling de 27 %.

Ayant commencé à simuler la réduction d'impact que ces changements, notamment sur les émissions de gaz à effet de serre, allaient engendrer, les marques du groupe CHANTELLE ont pris la décision d'être encore plus ambitieuses et porter ce **% minimum de fibres à impact réduit à 50 % du poids total du produit** et ce, dès les collections 2023.

Les produits ainsi développés pour les collections de l'année 2023 répondront à cet exigeant cahier des charges pour :

**14 à 16 % de l'offre en corseterie pour la marque Passionata,
14 à 15 % de l'offre en corseterie pour la marque Femilet (Easy Feel),
6 à 17 % de l'offre en corseterie pour la marque Chantelle,
14 % de l'offre en corseterie pour la marque Darjeeling, et
26 à 31 % de l'offre underwear du groupe Chantelle**

Notre volonté : une offre atteignant 100 % de nos objectifs d'éco-conceptions d'ici 2030.

Éco-conception: durabilité

Éco-concevoir, c'est aussi agir
sur la durée de vie de nos produits.

Un article fait pour durer doit pouvoir être
conservé plus longtemps par le consommateur.

Afin d'intégrer ce paramètre au score
environnemental, une évaluation de la durabilité
(la durée de vie d'un produit) est intégrée à la
méthodologie du P.E.F.C.R Apparel & Footwear.
Cette méthode est toutefois lourde en temps
et en investissement financier et son application
ne prend pas en compte les cycles de
développement de la mode.

Ainsi, le B.N.I.T.H (Bureau de Normalisation
de l'Industrie du Textile Habillement) avec
le concours du DEFI Mode & Luxe, de plusieurs
fédérations professionnelles dont notamment
la Fédération de la Maille et de la Lingerie, le cabinet
COSE 361 et plus de 30 marques, dont le groupe
CHANTELLE ont proposé d'élaborer une norme
française à visée européenne à l'échéance 2023.

**Cette norme a pour ambition
d'offrir une méthode duplicable
dans tous les laboratoires mondiaux,
permettant l'évaluation de la durée
de vie des produits textile destinés
à l'habillement, mais aussi
l'intégration au calcul d'impact
afin d'amoindrir ou d'amplifier
l'impact d'un produit.**

Ce paramètre ainsi normé pourrait faire l'objet d'un affichage simple
à destination du consommateur. Les travaux sont en cours depuis
début 2022 et des protocoles de tests sont en cours d'élaboration
et d'évaluation au sein notamment des laboratoires de l'Institut
Français du Textile Habillement (I.F.T.H).

Éco-conception: coupe et poids

D'autres enjeux d'éco-conception tels que le poids de nos articles ou les pertes générées lors de la coupe des matières pour la confection ont aussi pu être ainsi identifiés.

Initiés au second semestre 2022, ces projets font appel à des compétences multiples. Des objectifs ambitieux sont en cours d'élaboration et devraient pouvoir être partagés en 2023.

Les parties de l'étoffe non consommées deviennent des déchets impactant l'empreinte environnementale globale du vêtement ainsi coupé.

L'éco-conception au sein du groupe passe par l'accompagnement de nos fournisseurs à réduire leur impact : diminuer la consommation d'eau grâce à des procédés ou des matériels innovants, réduire la consommation d'énergie nécessaire pour les teintures, décarboner l'énergie consommée, ré-employer...

Pour cela, il faut identifier la chaîne d'approvisionnement, pouvoir interagir avec chaque maillon, les sensibiliser, leur permettre de partager leurs engagements (rapports d'audits, certifications,...) et suivre leurs améliorations autant sur l'impact environnemental que sur la notion sociale.

LE COMITÉ STRATÉGIQUE DE FILIÈRE (CSF) DES INDUSTRIES DE LA MODE ET DU LUXE QUI RASSEMBLE LES PROFESSIONNELS DU SECTEUR, LES POUVOIRS PUBLICS ET LES ORGANISATIONS SYNDICALES REPRÉSENTANT LES PERSONNELS DE LA FILIÈRE A LANCÉ UN PROJET, SOUTENU PAR L'A.D.E.M.E,

afin d'identifier et tester des outils digitaux visant à collecter les éléments de preuve nécessaires, interagir avec les fournisseurs connus et identifier les chaînons manquants.

Dès fin 2021 et pendant toute l'année 2022, le groupe CHANTELLE a collaboré à cette initiative avec de nombreux acteurs de la mode française tels que:

LES GALERIES LAFAYETTE,
ISABEL MARANT, KIABI, IDKIDS,...

encadré par les équipes du cabinet COSE 361.

Même si la solution répondant aux attentes de notre secteur d'activité n'a pas été clairement identifiée, les besoins, les difficultés et les développements associés sont maintenant identifiés. En 2023, nous continuerons de tester des solutions internes avec l'objectif de répondre à nos besoins de traçabilité, d'information, et de preuve. Cette dernière étant une notion essentielle à l'accélération de la réduction de notre impact environnemental par l'éco-conception et par l'encadrement de nos risques extra-financiers concourant à notre devoir de vigilance.

#engagement 5:

Contribuer/encourager l'économie circulaire

En 2021, nous avons mobilisé les ressources du groupe pour le lancement de Chantelle One, le premier soutien-gorge 100 % recyclable.

En 2023, nos chutes de tissus, ainsi que les produits Chantelle One rapportés par nos clientes, seront recyclés en accessoires pour nos futurs soutien-gorges (agrafes, réglettes, armatures, etc.)

En parallèle, nous travaillons activement à l'élaboration d'un fil issu du recyclage de nos produits, pour confectionner à l'infini.

**Avec ces innovations,
nous souhaitons initier
une vraie consommation
circulaire et responsable.**



La ligne Chantelle One s'agrandit tout en conservant son credo initial : les produits sont 100 % recyclables.

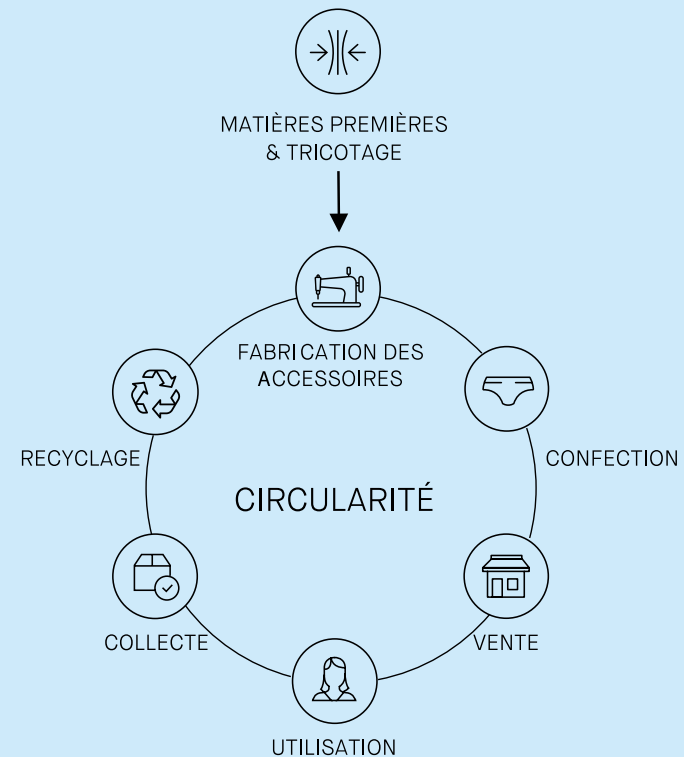
En 2022, le concept Chantelle One s'est développé sur notre réseau retail. Son premier pop-up a été présenté au Bon Marché (partenaire wholesale).

1730 nouvelles clientes ont rejoint l'aventure, en souscrivant à la newsletter suite à leur achat, afin de recevoir des rappels pour renvoyer leurs articles et participer à la circularité du projet.

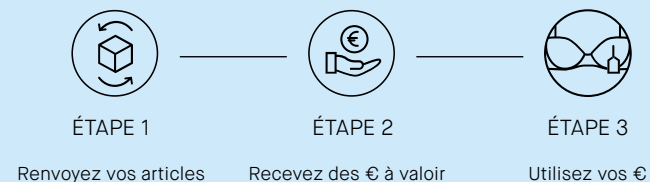
En 2023, nous lançons notre offre Chantelle One outre-atlantique sur le marché américain.

En 2024, notre ambition est de déployer Chantelle One à une plus grande échelle, en développant le concept sur notre réseau de partenaires wholesale.

INNOVATION TECHNOLOGIQUE

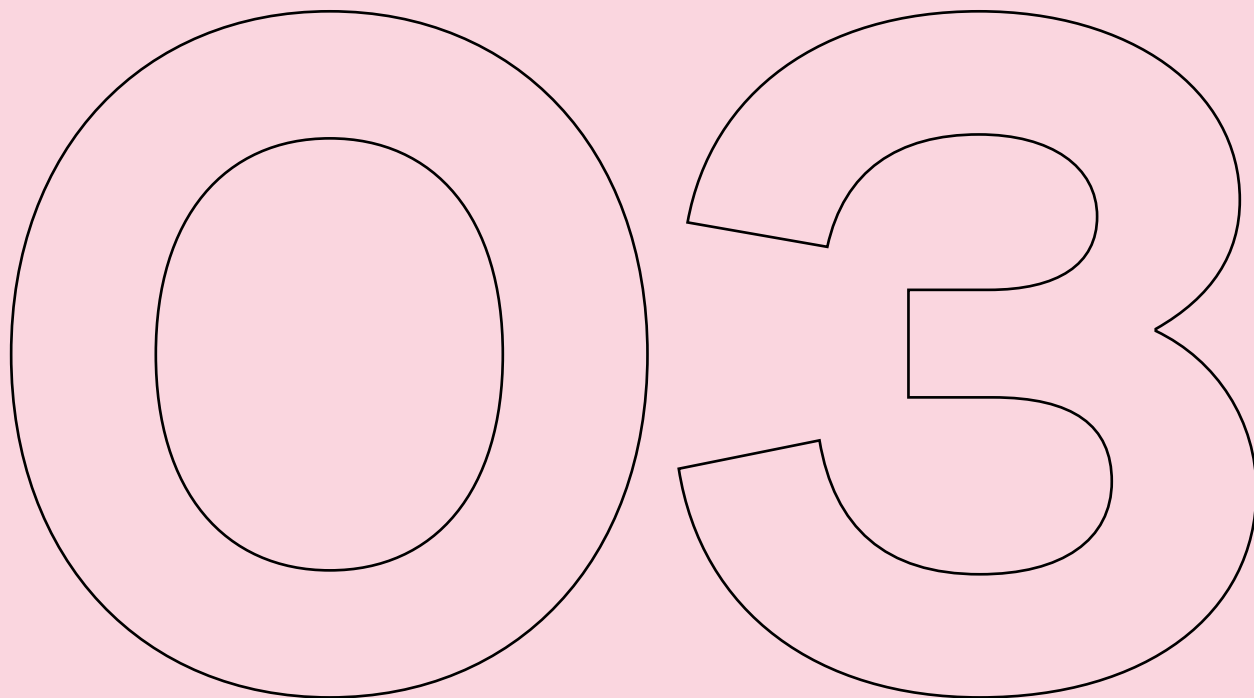


Modèle vertueux



Chantelle One

**Participer à la beauté du monde,
c'est agir pour la sécurité et le
bien-être de tous, de nos client.es,
de nos collaborateurs.rices,
de nos partenaires et des générations
futures.**



Responsabilité



Plus qu'une stratégie, le Fabriqué en France est une évidence pour le Groupe Chantelle. Depuis près de 150 ans, nous participons avec passion à l'histoire du textile français.

Nous partageons notre savoir-faire et notre expertise en corseterie depuis 2021 en collaborant avec des marques en devenir, implantées sur le territoire français, des acteurs majeurs du Made in France, mais aussi des groupes internationaux et des acteurs majeurs de la grande distribution. Près de 60.000 pièces ont été conçues et fabriquées avec passion par nos équipes pour Leclerc, Le Slip Français, Maison Flora, Dessous Paris, Decathlon, et bien d'autres encore.

Outre les pièces de corseterie, nos équipes participent également à la conception de produits innovants, alliant les connaissances du Sport de Decathlon par exemple à l'expertise corsetière de Chantelle. Enfin, nous accompagnons des marques spécialisées dans le développement de produits liés aux conséquences du cancer du sein, une lutte que nous soutenons depuis longtemps.

Afin de pouvoir répondre aux demandes du marché français, nous avons renforcé notre équipe en embauchant des Opérateurs. trices en Production, poste n'ayant fait l'objet d'un recrutement depuis 24 ans.

L'importance du savoir-faire et des gestes dans la confection d'une pièce de lingerie nécessite une formation en couture dédiée. Fidèle à notre engagement sociétal, nous avons recruté des demandeurs d'emploi en local tout en collaborant avec des acteurs de proximité. Nous avons mené 2 actions de Préparation Opérationnel à l'Emploi (POE) Opérateur en Confection (400h de formation) en partenariat avec Pôle Emploi, la Région Grand Est, le GRETA d'Épernay et l'Institut de Formation aux Textiles du Monde de Reims. Nous avons par la suite créé un poste de formatrice dédié, accompagnant les organismes et prenant le relais à l'intégration de nouvelles recrues.

7 stagiaires ont intégré l'entreprise mi-2022, 5 actuellement en formation ont d'ores et déjà une promesse d'embauche depuis janvier 2023.

Nous avons répondu présent à l'appel de la marque Le Slip Français, aux côtés de nombreux acteurs industriels du textile français, afin de participer au salon du Made in France en Novembre 2022 et d'imaginer l'usine du futur. Ce projet nous permet de travailler ensemble à promouvoir et développer le savoir-faire français.

Nous sommes également actifs aux côtés du DEFI et du CSF Mode et Luxe, de nos fédérations professionnelles dont la Fédération de la Maille et de la lingerie, en partenariat avec les équipes de cabinet tels que Bluequest, Cose 361 ou encore Ecoeff lab et de très nombreuses autres marques françaises.

Nos équipes travaillent en filière à travers des ateliers, groupes de travail, commissions, etc. pour transmettre ou acquérir des connaissances, et porter jusqu'aux plus hautes instances de l'État notre engagement, faisant de Chantelle un acteur majeur de la corseterie en France et à l'international.

Brassière issue
de la collection
capsule Kalenji
X Chantelle X Noyon.

Agir pour le bien-être de notre société.

#engagement 6:

Garantir des produits sûrs pour nos clientes

Garantir des produits sûrs pour nos clients, c'est maîtriser notre chaîne de valeur, en s'appuyant sur la technologie pour permettre la traçabilité et la transparence de notre chaîne d'approvisionnement.

Pour garantir la conformité de notre chaîne d'approvisionnement en matière de conditions de travail, d'éthique professionnelle, de respect de l'environnement, le groupe CHANTELLE a fait le choix stratégique depuis toujours, de produire l'essentiel de nos collections de lingerie, corseterie et balnéaire dans nos propres usines, et de collaborer avec un nombre restreint de sous-traitants pour construire des relations fortes et de confiance, dans la durée.

Ainsi, nous confectionnons plus de 50 % des articles livrés dans nos entrepôts en Picardie au sein de nos 7 usines, réparties dans 4 pays, pour garantir une maîtrise parfaite de notre chaîne de production.

Certifier nos produits Standard 100 by Oeko-tex, c'est garantir un processus de traçabilité, un haut niveau d'engagement de nos fournisseurs et aller au-delà des réglementations les plus contraignantes.

En 2022, sur le périmètre de reporting de notre DPEF, 100 % de nos collections corseterie et 97 % de nos collections de lingerie de nuit, bain et accessoires vendus sont certifiés et font l'objet d'un étiquetage dédié.

Il s'agit pour nous d'être honnêtes et transparents en donnant à nos clients la possibilité de prendre leurs propres décisions concernant nos produits et services

#engagement 7:

Mettre nos collaborateurs au cœur de notre engagement

Au 31 décembre 2022, l'effectif groupe (hors filiales commerciales en dehors de France) s'élevait à 3 615 salariés versus 3 519 en 2021.

PAYS	NOMBRE DE FEMMES 2022	NOMBRE D'HOMMES 2022
Tunisie	741	129
Maroc	399	70
Thaïlande Sigma	322	44
Thaïlande Chantasia ASC	74	22
Vietnam	444	36
Chantelle SA	611	129
Delta	489	0
Chantelle Retail	105	0
TOTAL	3 185	430
Répartition F/H	88,11 %	11,89 %
Évolution 2021/2022	+ 2,30 %	+ 6,20 %

EFFECTIFS AU 31/12/2022, Y COMPRIS CDD



Garantir la sécurité et le bien-être de nos collaborateur.rice.s

Nous nous montrons intransigeants avec la sécurité de nos collaborateur.rice.s. À travers la prévention, la vigilance apportée pour garantir un environnement de travail sûr et serein est primordiale.

Chaque établissement est responsable d'animer, en adéquation avec le niveau de risque propre à son activité et à la réglementation locale la santé et la sécurité des collaborateur.rice.s.

Afin de s'assurer du respect des conditions de santé et de sécurité au travail, comme de nos obligations légales, nous avons engagé une démarche d'audit social sur l'ensemble de nos sites industriels étrangers selon le référentiel SEDEX Smeta.

Ainsi, la Tunisie, la Thaïlande (Sigma, Chantasia/ASC) et le Vietnam ont été audités en fin d'année 2022. Nos usines au Maroc le seront en 2023.

Ces audits réalisés par une société extérieure doivent nous permettre d'initier puis développer une véritable politique d'amélioration continue en matière de santé et sécurité au travail, en y incluant l'ensemble de nos collaborateur.rice.s.

CHIFFRES CLÉS

	FRANCE		ÉTRANGER	
	2022	2021	2022	2021
Accidents de travail	21	14	28	22
Maladies professionnelles	5	1	26	21

Cultiver la qualité de vie au travail et le « travail ensemble »

Des collaborateurs qui prennent plaisir à travailler contribuent durablement à la performance du Groupe. C'est pourquoi la qualité de vie au travail est au cœur des préoccupations du groupe.

Chaque nouveau collaborateur est invité dès son arrivée à un « Welcome Day », une session groupée de 2h30 animée mensuellement par la Directrice Formation en binôme avec la Chargée de Communication Corporate du Groupe. Cet onboarding permet de retracer l'histoire de notre groupe, les différentes marques qui le composent et leur identité propre, nos objectifs et enjeux RH sur l'année en cours, des données chiffrées et significatives sur l'activité du groupe, nos engagements ainsi que nos outils professionnels du quotidien.

Pour s'assurer du bien-être au travail de nos collaborateurs, nous mesurons chaque année un ensemble de critères liés à l'engagement et aux leviers de motivation, via l'outil Zest.

Cet outil disponible dans un premier temps aux collaborateurs disposant d'un ordinateur professionnel a été ouvert en 2022 à nos collègues de la zone Europe du Nord.

Pour des raisons de praticité, l'outil sera ouvert aux populations « terrain » des établissements français en 2024. Pour autant, ces populations bénéficieront des mêmes questions portant sur l'engagement et les leviers de motivation dès 2023, via l'outil Google Forms.

LES DERNIERS RÉSULTATS MONTRENT UN SCORE D'ENGAGEMENT À 7,9/10 ; EN HAUSSE DE 0,2 POINTS PAR RAPPORT À 2021.

LE LEVIER DE MOTIVATION N°1 EN 2021 ÉTAIT L'AMBIANCE DE TRAVAIL, CÔTÉ À 8/10 ET 7,7/10 EN 2022.

Parmi les leviers les mieux notés, nous retrouvons la qualité du management en progression sur cette année ainsi que l'autonomie au travail.

Forts de ces résultats, nous nous engageons à décliner des plans d'action avec chaque Direction de l'entreprise, y compris au sein du COMEX. Nous souhaitons poursuivre la déclinaison de ce baromètre au sein de nos sites industriels hors France en prêtant une extrême attention au contexte culturel de chaque pays.

La qualité de vie au travail se cultive chaque jour et de manière collective. C'est pour cette raison que nous avons mis en place les comités de pilotage initialement « RPS » (Risques Psycho-sociaux), maintenant intitulés « COPIL QVT » (Qualité de Vie au Travail) au sein de chaque établissement en France. Ces comités regroupent des équipes pluri-disciplinaires pour travailler de concert entre managers, équipes et représentants du personnel, à une logique d'amélioration continue sur des thématiques telles que l'organisation du travail, les relations au travail...

CES COMITÉS SONT UNE DES NOMBREUSES MESURES REPRISES DANS NOTRE ACCORD QVCT (QUALITÉ DE VIE ET CONDITIONS DE TRAVAIL) QUI DEVRAIT ÊTRE SIGNÉ AU TOUT DÉBUT DE L'ANNÉE 2023.

Pratiqué de manière exceptionnelle avant la crise sanitaire, le télétravail s'est peu à peu normalisé. L'expérience vécue en 2020 a permis de tester ce nouveau mode d'organisation à grande échelle et de confirmer l'ambition d'en faire un véritable levier de performance pour l'entreprise qui, au-delà des objectifs détaillés ci-dessus, renforce l'attractivité des talents, la fidélisation des équipes et la motivation des collaborateurs.

Un accord sur le travail hybride a été signé en septembre 2022 pour les équipes travaillant sur le siège de Cachan (France), afin de définir les contours précis de ce nouveau mode d'organisation et de répondre aux objectifs suivants :

- Garantir un meilleur équilibre vie privée/vie professionnelle : la suppression des temps de transport engendre un gain de temps dans la journée de travail et élimine le stress dû au risque de retard. L'environnement de travail plus calme facilite une meilleure concentration et un travail plus efficace.
- Réduire les risques d'accident durant les trajets domicile/travail
- Préserver l'environnement : en limitant les déplacements nous réduisons les émissions de gaz à effet de serre induits.

DES NÉGOCIATIONS SONT EN COURS CONCERNANT LES ÉQUIPES AYANT LA CAPACITÉ DE TÉLÉTRAVAILLER AU SEIN DU RESTE DES ÉTABLISSEMENTS EN FRANCE ET À L'ÉTRANGER.

Diversité et inclusion : promouvoir l'égalité des chances

En tant que groupe international, nous avons l'ambition de promouvoir un environnement de travail inclusif et ouvert à toutes et tous.

Pour cela, nous avons identifié plusieurs champs d'actions que nous souhaitons travailler comme projets car ceux-ci doivent s'inscrire dans le temps.

Égalité des chances

LE GROUPE CHANTELLE NE TOLÈRE
AUCUNE FORME DE DISCRIMINATION.

Pour sensibiliser l'ensemble des collaborateurs.rices aux enjeux de diversité, un certain nombre d'actions de formation sont poussées via notre plateforme « Chantelle School », notamment le recrutement sans discriminer, l'accueil de personnes en situation de handicap, ou encore la sensibilisation au handicap. Parmi les parcours assignés les plus « joués », nous notons la prévention des risques psycho-sociaux suivis par 498 collaborateur.rices ainsi que la sensibilisation au handicap suivie par 358 personnes. À noter que ces parcours sont toujours ouverts.

Conscients que la proximité terrain permet de mieux appréhender les situations de handicap, certaines de nos responsables RH (sur chaque établissement Chantelle SA) ont dans leurs missions d'être référent handicap et peuvent ainsi guider les collaborateurs.rices dans leurs démarches, en lien avec la Médecine du Travail.

CHIFFRES CLÉS AU 31/12/2022

En France, 9 % des collaborateurs.rices sont reconnus comme étant en situation de handicap.

Diversité et inclusion : promouvoir l'égalité des chances

Égalité Femme/Homme

INDEX ÉGALITÉ FEMMES/HOMMES 2022

Concernant Delta et Chantelle Retail, l'index n'est pas calculable car l'effectif est exclusivement féminin. Concernant Chantelle SA, la note globale obtenue est de 80/100; en amélioration par rapport à 2021.

NOTRE ÉCART LE PLUS SIGNIFICATIF SE SITUE SUR L'INDICATEUR « ÉCART DE RÉMUNÉRATION ». NOTRE OBJECTIF DE PROGRESSION EST DONC DE RÉDUIRE CET ÉCART ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES POUR LE PASSER DE 10,06 % À 8 % EN TRAVAILLANT, NOTAMMENT SUR CERTAINES CATÉGORIES SOCIO-PROFESSIONNELLES ET CE, SUR UN HORIZON DE 2 ANS.

Concernant l'indicateur des « 10 plus hautes rémunérations », nous n'avons pas obtenu la note maximale mais ce sujet sera traité par voie de conséquence avec les écarts de rémunération.

Concernant les autres indicateurs que sont : « l'écart d'augmentation », « l'écart de promotion », « augmentation des salariées au retour de congé maternité », nous atteignons la note maximale.

ACCORD ÉGALITÉ F/H

Les premiers mois de ce projet ont été marqués par la réalisation d'un diagnostic afin de mettre en place un plan d'actions, qui vise également à soutenir notre « accord égalité F/H et parentalité » signé le 18 janvier 2022 pour Chantelle SA.

Au-delà de notre accord, nous avons identifié plusieurs types d'écarts en ciblant l'ensemble des processus de la vie du/de la collaborateur.ice et en priorisant nos actions pour 2023; ainsi l'évolution de carrière est un des axes considéré comme prioritaire en matière d'engagement.

Compétences et Développement

Nos orientations en termes de formation visent à soutenir l'activité commerciale et à favoriser un état d'esprit positif ainsi qu'un engagement fort des équipes. Elles doivent permettre à chacun.e de vivre pleinement sa mission.

Pour répondre à cette ambition, nous avons choisi de renforcer notre équipe formation en recrutant une Cheffe de projet Formation.

Notre vision de la formation et du développement des compétences repose sur un axe majeur : l'acquisition des compétences doit être accessible partout, sous différentes formes.

Ainsi, nous continuons le déploiement de notre plateforme de formation digitale dans les zones commerciales d'Europe du Nord et Europe du Sud. En 2021, nous avons consacré 3 % de la masse salariale Chantelle SA à la formation qu'elle soit digitale ou présentielle, notamment pour nos collaborateurs.rices « terrain » (travaillant dans nos entrepôts logistiques ou établissement de confection en France, qui représentent près d'un quart de nos effectifs en France) n'ayant pas d'accès digitalisé. Le budget consacré en 2022 a été sensiblement le même qu'en 2021.

CHIFFRES CLÉS

78 actions de formation disponibles sur la plateforme MyChantelle School

Top 5 des formations les + jouées : la prévention des risques psycho-sociaux, la sécurité en boutique, la sensibilisation au Handicap, l'historique du Groupe, l'utilisation des outils Google.

Afin d'aider les managers à accompagner leurs équipes vers un cap ambitieux et rassurant, nous les aidons au moyen de parcours dédiés telles que la formation « managers porteurs de sens », suivie par 139 managers depuis 2021 (sur 149 managers recensés); cette formation sera déclinée progressivement à l'ensemble des managers à l'international en 2023 en version francophone dans un premier temps.

Persuadés que l'accompagnement individualisé permet à chacun.e d'être acteur.rice de son parcours professionnel, nous avons lancé en 2022, un pilote de « coaching digital ». Cette modalité sera actionnée dès lors qu'un besoin d'accompagnement sera identifié pour l'un de nos managers en France et à l'International en 2023.

UN BILAN TRÈS POSITIF A PU ÊTRE TIRÉ DE CE PILOTE : EN TERME QUANTITATIF, 12 MANAGERS Y ONT PARTICIPÉ, SUR 3 MOIS DE COACHING. EN MOYENNE 7,5 SÉANCES DE COACHING ONT ÉTÉ SUIVIES PAR CHACUN D'ENTRE EUX AVEC DE TRÈS BONS RETOURS À L'UNANIMITÉ.



Agir pour le bien-être de nos collaborateurs.rices et de la société.

#engagement 8:

Développer notre engagement sociétal

CHANTELLE S'ENGAGE DANS LA LUTTE CONTRE LES MALADIES AFFECTANT LES FEMMES

Chantelle continue à soutenir la recherche contre le cancer du sein en étant partenaire de l'association Ruban rose. Nous avons lancé une collecte de dons à l'occasion de l'opération Octobre rose dans l'ensemble de nos boutiques Darjeeling et Chantelle en France et chez nos distributeurs partenaires. Nous avons renouvelé notre participation à la course Odysee, où nous étions 80 collaborateurs.rices cette année.

AU TOTAL, CE SONT PRÈS DE 31.000 EUROS DE DONS QUI ONT ÉTÉ REVERSÉS POUR LA RECHERCHE CONTRE LE CANCER DU SEIN LORS DE CES DEUX OPÉRATIONS.

Une vente éphémère a été organisée en partenariat avec la plateforme LES BIENFAITEURS en novembre. Nous avons choisi de reverser 10 % du montant de la vente à l'association INFO ENDOMETRIOSE afin de soutenir leur action autour de 3 grands objectifs :

- faire évoluer les mentalités en informant le grand public, en éduquant les jeunes générations,
- améliorer la prise en charge et réduire les délais de diagnostic en orientant les patientes,
- autonomiser une communauté d'action et d'entraide en équipant les volontaires.

CHANTELLE S'ENGAGE POUR LUTTER CONTRE LA PRÉCARITÉ ET EN FAVEUR DE L'INCLUSION

Depuis cette année, 2022, nous avons noué un partenariat avec l'association EN AVANT TOUTES, qui lutte contre les violences faites aux femmes. Des collectes de dons ont été organisées auprès des clientes de nos boutiques Chantelle en France, et des actions de sensibilisation et de prévention ont été menées auprès de nos salariés.

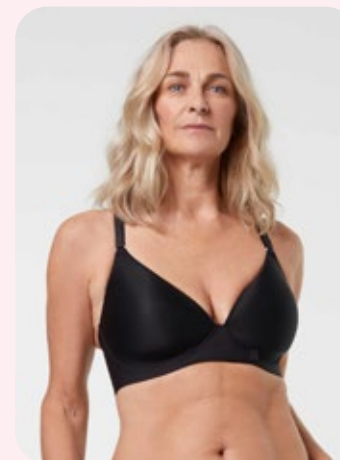
PLUS DE 10.000 EUROS ONT ÉTÉ REVERSÉS À L'ASSOCIATION CETTE ANNÉE.

Réagir à l'urgence grâce à des équipes motivées :

EN MARS, NOUS AVONS ADRESSÉ, GRÂCE AU PARTENARIAT NOUÉ PAR NOTRE FILIALE EN POLOGNE AVEC L'ASSOCIATION DOBRA FABRYKA, 11 300 PRODUITS (BRASSIÈRES SOFT STRETCH, CULOTTES... DE NOS MARQUES FRANÇAISES ET DE NOTRE MARQUE HOLLANDAISE LIVERA) AUX RÉFUGIÉES UKRAINIENNES À LA FRONTIÈRE POLONAISE.

Pour lutter contre la précarité menstruelle en Tunisie où nous sommes présents avec nos trois ateliers de confection,

NOUS AVONS FAIT DON DE 1.200 CULOTTES MENSTRUELLES À L'ASSOCIATION WALLAH WE CAN DONT LA MISSION EST DE SENSIBILISER ET INFORMER LES JEUNES COLLÉGIENNES ET LYCÉENNES DES ZONES RURALES ET ÉVITER LA DÉSCOLARISATION MENSUELLE.



DARJEELING X BIEN À PORTER

Darjeeling a co-développé un soutien-gorge pour les femmes à mobilité réduite avec l'association BIEN À PORTER (ex Cover dressing) dont nous sommes partenaires depuis plusieurs années. Un don financier de 10 000 euros a également été fait pour aider l'association dans sa mission qui fait écho à la nôtre : habiller toutes les femmes sans exclusion, notamment en cas de handicap.

PÉRIODE DE REPORTING

Les données collectées couvrent l'exercice comptable arrêté au 31 décembre 2022. La remontée des données s'effectue à une fréquence annuelle avec un point à mi-année.

PÉRIMÈTRE DE REPORTING

Le périmètre de reporting DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE a pour objectif d'être représentatif des impacts extra-financiers des activités du groupe. Il est défini selon les règles suivantes :

— Inclusion des activités France : activité de siège social et totalité des activités commerciales et industrielles de coupe et confection d'articles de lingerie féminine ainsi que les activités logistiques exploitées en France.

— Inclusion des activités industrielles de coupe et de confection d'articles de lingerie féminine à l'étranger, avec la distinction éventuelle des activités localisées en Asie/hors Asie, ainsi qu'une activité logistique en Thaïlande.

— Exclusion des activités commerciales à l'étranger qui représentent environ 17 % des effectifs. Les activités commerciales en France qui représentent environ 44 % des effectifs sur le territoire français sont incluses.

— L'empreinte environnementale du groupe en 2022 a été calculée en incluant l'ensemble des collaborateurs du groupe à l'exclusion de la filiale commerciale au Canada ouverte en Novembre 22 (Pour un total de 4 personnes, soit moins de 1/1000). Les produits fabriqués ou achetés pour toutes les entités commerciales du groupe ainsi que les quantités vendues par toutes les marques du groupe ont elles aussi été prises en compte.

LES ENTITÉS RELEVANT DU PÉRIMÈTRE DE REPORTING

Raison sociale	Adresse	Pays	% Intérêt	Activité commerciale/industrielle
CHANTELLE SA	8/10 rue de Provigny 94230 CACHAN	France	Mère	Commerciale et industrielle
DELTA LINGERIE	8/10 rue de Provigny 94230 CACHAN	France	99,9	Commerciale
CHANTELLE RETAIL	8/10 rue de Provigny 94230 CACHAN	France	100	Commerciale
CHANTUNI	BENI HASSEN Gouvernorat de MONASTIR	Tunisie	99,9	Industrielle
CHANTELLE VIETNAM	Thuan An District, Binh Duong Province	Vietnam	100	Industrielle
SOFAM	B.P.17 5080 TEBOULBA	Tunisie	99,9	Industrielle
SOTUFAM	BENI HASSEN Gouvernorat de Monastir	Tunisie	99,9	Industrielle
CHANTMA	Lot 122 – Z.I du Sahel HADS OUALEM	Maroc	100	Industrielle
FAMACO	HadSouale 26400 BERRECHID	Maroc	99,9	Industrielle
CHANTASIA Co, LTD	Chachoengsao, 24180 Thailand	Thaïlande	100	Industrielle (logistique)
ATMA LINGERIE	Z.I. Takadoun Lot N°26 RABAT	Maroc	99,9	Industrielle
SIGMA Lingerie Co, LTD	Samutsakhon, 74130 Thailand	Thaïlande	49	Industrielle

Notes méthodologiques

En terme de lisibilité, les sous-périmètres DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE suivants sont communiqués si pertinents dans le rapport.

« **Périmètre France** » désigne l'ensemble des activités en France.

« **Périmètre retail** » désigne à l'intérieur du Périmètre France, l'ensemble des activités des magasins de la société Delta Lingerie, à enseigne « Darjeeling » et des magasins « Chantelle », proposant les marques Chantelle, Passionata et Femilet. La société Rouafi, cédée en septembre 2021 a été retirée du périmètre de la DPEF 2021 et des historiques 2020.

« **Périmètre étranger** » désigne l'ensemble des activités logistiques et industrielles à l'étranger. Les filiales commerciales implantées à l'étranger qui représentent en cumulé environ 17 % des effectifs du groupe ne font pas l'objet du reporting.

« **Périmètre Groupe** » pour les périmètres France et Périmètre Etranger, représentant avec les règles explicitées précédemment environ 83 % de l'effectif du Groupe Chantelle.

« **Cachan** » pour le siège social des sociétés figurant dans le Périmètre France qui regroupent notamment les activités de création, développement et sièges administratifs situés à Cachan (France) en proche banlieue parisienne (94).

CONSOLIDATION ET CONTRÔLE INTERNE

Les données sont collectées de manière centrale ou auprès de chaque entité incluse dans le reporting DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE à partir des sources suivantes : Direction Qualité, Responsables des Ressources Humaines, Direction Industrielle et Supply Chain, Direction communication.

Le groupe Chantelle a nommé le cabinet FINEXFI en tant qu'organisme Tiers Indépendant pour l'établissement d'un rapport relatif à la présence et à la sincérité dans le rapport de gestion des informations relevant de la DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE requises par l'article R.225-105-2 du code de commerce.

ORGANISATION DU REPORTING ET PROCESSUS DE COLLECTE DES INFORMATIONS

Les données sont collectées de manière centrale ou auprès de chaque entité incluse dans le reporting DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE à partir des sources suivantes : Direction Qualité, Responsables des Ressources Humaines, Direction Industrielle et Supply Chain, Direction communication.

Le groupe Chantelle a nommé le cabinet FINEXFI en tant qu'organisme Tiers Indépendant pour l'établissement d'un rapport relatif à la présence et à la sincérité dans le rapport de gestion des informations relevant de la DECLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE requises par l'article R.225-105-2 du code de commerce.

INDICATEURS	DESCRIPTION	INDICATEURS	DESCRIPTION
EFFECTIF TOTAL	L'Effectif total est le nombre total des salariés et alternants de la société Chantelle et de l'ensemble de ses filiales dont les filiales commerciales étrangères tel que reporté dans les Comptes consolidés.	HEURES DE FORMATION	Nombre d'heures de formation suivies par les salariés (CDI et CDD) et occasionnellement par les stagiaires. Ces heures de formation peuvent intervenir sous forme de e-learning pour lesquelles les heures reportées sont les heures théoriques et sous forme de formations physiques avec un support et une feuille d'émargement. Les heures de formation sont comptabilisées sur l'exercice de mise en œuvre de la formation (sauf exception justifiant un retraitement sur deux exercices).
RÉPARTITION DES SALARIÉS PAR SEXE, PAR ÂGE ET PAR ZONE GÉOGRAPHIQUE	<p>C'est à l'échelle du Périmètre Groupe qu'est précisée la répartition par sexe, par âge (tranches <25 ; 25/35 ; 35/45 ; 45 et +), physiquement inscrits au registre de paie du 31/12 de l'exercice comptable, en contrat à durée indéterminée ou à durée déterminée, incluant les congés parentaux ou maternels, les personnes détachées, les contrats suspendus, les personnes en arrêt prolongé.</p> <p>L'effectif comprend les alternants (apprentis et contrats de professionnalisation) mais ne comprend pas le personnel intérimaire ni les stagiaires.</p>	BILAN DES ACCORDS COLLECTIFS	Le périmètre de publication des informations relatives aux accords collectifs est celui de la France pour lequel nous disposons d'un reporting exhaustif et d'une définition homogène (la notion d'accord collectif dans de nombreux pays étrangers ne correspondant pas à celle définie en France). Les impacts de ces accords sur la performance économique de l'entreprise ainsi que sur les conditions de travail des salariés sont précisés.
EMBAUCHES ET LICENCIEMENTS	Total réalisé au cours de l'exercice des embauches en CDI et CDD et licenciements portant sur des CDI sur le Périmètre Groupe.	MALADIES PROFESSIONNELLES EN FRANCE	Nombre de maladies professionnelles reconnues dans l'année de la DPEF par l'administration (par exemple la sécurité sociale) et à défaut l'entreprise. La date de déclaration peut être antérieure à l'année de la DPEF.
RÉMUNÉRATIONS ET LEUR ÉVOLUTION	Montant total des rémunérations mentionné dans les comptes consolidés de l'exercice comptable avec rappel de l'exercice N-1. Cette information, issue des comptes consolidés, porte par conséquent également sur les filiales commerciales étrangères.	MALADIES PROFESSIONNELLES EN TUNISIE	Nombre de maladies déclarées par l'employé et l'employeur à la sécurité sociale, dans l'année de la DPEF, sans reconnaissance exprimée en retour par la sécurité sociale à l'employeur.

Indicateurs de performance sociaux

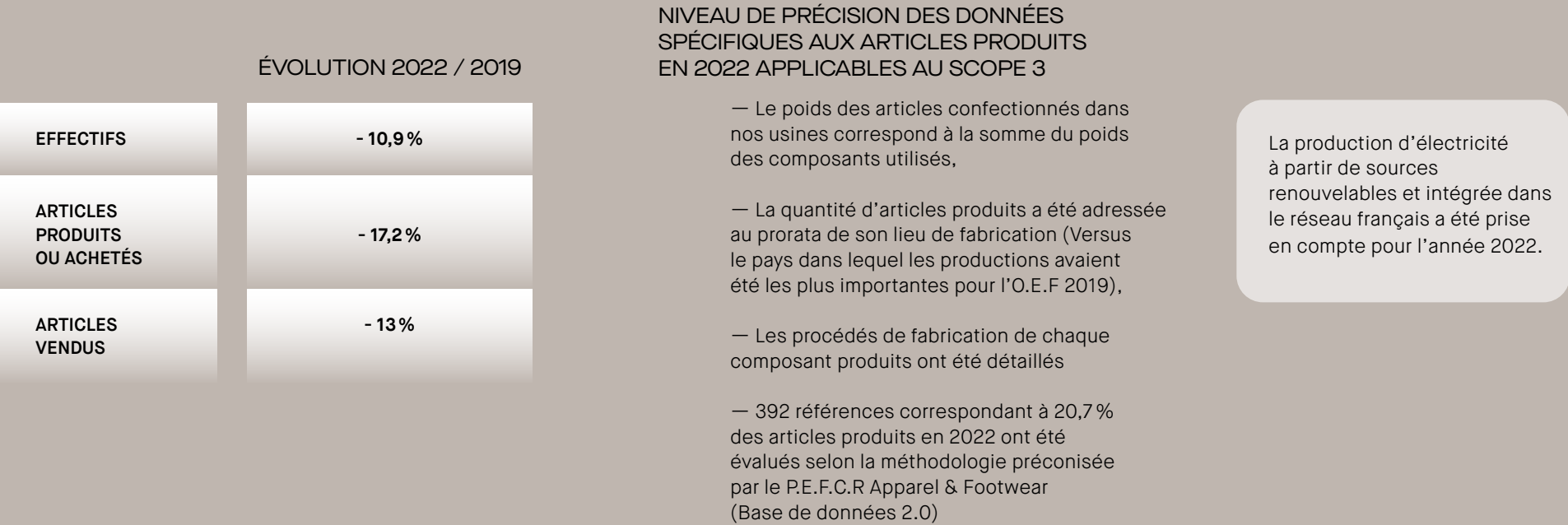
INDICATEURS	DESCRIPTION
CONSOMMATION D'EAU	Désigne la consommation d'eau mesurée des sites du Périmètre Etranger et du Périmètre France à l'exception du Périmètre Retail, relevée sur l'année et sur la base des factures ramenées au prorata de la période de reporting.
CONSOMMATION D'ÉNERGIE	Désigne, sur la base des factures ramenées au prorata de la période de reporting, la consommation d'électricité et de gaz mesurée sur les sites du Périmètre France ainsi que sur les sites du Périmètre étranger.
DÉCHETS	Désigne l'ensemble des déchets mesurés sur le Périmètre France à l'exception du Périmètre Retail. Les déchets produits par les sites du Périmètre étranger ne font pas l'objet d'une mesure systématique mais d'un suivi par nature de déchets.

CONSOLIDATION ET CONTRÔLE INTERNE

Les informations environnementales apportées dans le cadre du présent rapport ont été actualisées par la Société en utilisant la méthodologie retenue par le cabinet 4 sens en 2015 lors de la réalisation de l'étude sur un périmètre organisationnel constitué en 2015, de (i) l'activité de siège social des sites de Cachan et de l'activité logistique du site de Corbie, et (ii) d'un échantillon représentatif conforme à l'arrêté du 24 Novembre 2014, de magasins de Delta Lingerie à enseigne Darjeeling et de magasins de la société ROUAFI à enseigne Orcanta.

Conformément aux dispositions de l'article 173 de la Loi Grenelle II, le Groupe Chantelle a engagé une démarche d'identification de postes significatifs d'émissions de gaz à effet de serre générés du fait de son activité et de l'usage de biens et services qu'il produit (scope 3) et à en outre étendu son étude sur le Périmètre Groupe .

Indicateurs des informations environnementales



ANNEXES

ASSOCIATIONS

LE RELAIS
RUBAN ROSE
EN AVANT TOUTES
DOBRA FABRYKA
WALLAH WE CAN
BIEN À PORTER

FOURNISSEURS

MATIÈRES
PRODUITS FINIS
CONSOMMABLES

**ORGANISMES
PROFESSIONNELS**

REFASHION
ADEME
FÉDÉRATION DE LA MAILLE
COSE 361
YUKAN (GLIMPACT)
AGENCE INTERIM
(INSERTION...)

MARQUES

(collaborants aux projets soutenus
par les organismes professionnels)

DECATHLON
LACOSTE
ETAM
KIABI
ROUGE GORGE
WOLF
...

PRESTATAIRES

UPS
LA POSTE

**MARQUES
PARTENAIRES**

GROUPEMENT DES
MAGASINS LECLERC
LE SLIP FRANÇAIS
MAISON FLORA
DESSOUS PARIS
DECATHLON

**AUTORITÉS
LOCALES**

COMITÉ DE SOLIDARITÉ
DE BENI HASSEN
ADEME
MINISTÈRE DE LA TRANSITION
ÉCOLOGIQUE
CGDD

COLLABORATEURS**CLIENTS**

Nos parties prenantes

Chaque thème
(chaque couleur)
correspond à une question
centrale de la norme
internationale ISO 26000
sur la responsabilité
sociétale.

DROITS DE L'HOMME

ÉTHIQUE
DROITS HUMAINS
ET CONDITIONS DE TRAVAIL

CONSOMMATEURS

COMMUNICATION
SANS STÉRÉOTYPE
INNOUCITÉ PRODUITS
PRIORITÉ AUX
CLIENTS ENGAGÉS
COMMUNICATION CLAIRE
SUR NOS PRODUITS ET
RISQUES ASSOCIÉS
INNOVATION ET RECHERCHE

ENVIRONNEMENT

ECONOMIE CIRCULAIRE,
RÉUTILISATION, RECYCLAGE
EFFICACITÉ ET SOBRIÉTÉ
ÉNERGÉTIQUE
MAÎTRISE DE NOTRE IMPACT
ENVIRONNEMENTAL
ECO-CONCEPTION
DE NOS COLLECTIONS
RÉDUCTION DES GES ET
ÉNERGIES RENOUVELABLES

IMPLICATION AUPRÈS DES COMMUNAUTÉS ET DEVELOPPEMENT LOCAL

DONS ET PARTAGES
PARTAGE ÉQUITABLE
DE LA VALEUR CRÉÉE
PAR L'ENTREPRISE
INTERACTION ENTREPRISE
ET SOCIÉTÉ

CONDITIONS DE TRAVAIL

SÉCURITÉ ET SANTÉ DES
COLLABORATEURS
EMPLOYABILITÉ DE NOS
COLLABORATEURS

LOYAUTÉ DES PRATIQUES

PRIORITÉ AUX
FOURNISSEURS ENGAGÉS

GOVERNANCE

GOVERNANCE OUVERTE
ET PARTICIPATIVE

Index matrice de matérialité / norme internationale ISO 26000