

CHANTELLE

# Déclaration de Performance Extra- Financière

2021



**3** LE MOT DE PATRICE  
ET GUILLAUME KRETZ

**4** ÉDITO

**5** LE GROUPE  
CHANTELLE

**6** NOTRE  
GOUVERNANCE

**8** CHANTELLE  
EN CHIFFRES

**9** NOTRE MODÈLE  
D'AFFAIRES

**10** NOS PRINCIPAUX RISQUES  
EXTRA-FINANCIER

**12** NOS  
FOURNISSEURS

**13** NOTRE MATRICE  
DE MATÉRIALITÉ

**14** CHANTELLE  
FOR CHANGE

## Inclusivité

**17** REPRÉSENTER  
TOUTES LES FÉMINITÉS

**18** SERVIR TOUTES  
LES FÉMINITÉS

## Circularité

**21** MINIMISER NOTRE IMPACT  
SUR L'ENVIRONNEMENT

**27** DÉVELOPPER DES COLLECTIONS  
ÉCO-RESPONSABLES

**29** CONTRIBUER À  
L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

## Responsabilité

**35** GARANTIR DES  
PRODUITS SÛRS

**36** GARANTIR LA SÉCURITÉ ET LE  
BIEN-ÊTRE DE NOS EMPLOYÉS

**40** DÉVELOPPER NOTRE  
ENGAGEMENT SOCIÉTAL

**45** 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.

En 2020, le groupe Chantelle avait répondu présent face à la propagation du virus en mobilisant ses capacités industrielles. Grâce à notre agilité et à notre détermination, nous avons pu livrer 14 millions de masques à des structures associatives, publiques et privées, en étroite collaboration avec le ministère de l'économie.

En 2021, l'épidémie a continué entraînant des périodes de fermetures des commerces, perturbant nos ateliers de confection et les usines de nos partenaires. Dans un contexte anxigène, nous avons choisi l'optimisme : nous avons pris soin de nos client.e.s et de nos employé.e.s, nous avons accru notre investissement auprès d'associations, nous avons trouvé de nouvelles solutions pour mesurer et réduire notre impact environnemental. Notre optimisme est intarissable, il a été nourri en 2021 par le plaisir de retrouver chacun.e.s d'entre vous lors de la réouverture de nos boutiques ; notre activité a été bonne au second semestre et nos nouvelles collections sont appréciées. Nous concevons de la lingerie depuis 1876. Chaque saison, nous recherchons l'équilibre entre modernité et tradition, la beauté sans compromettre le confort, la douceur, la qualité bien sûr, et des produits pour toutes les femmes, toutes les morphologies. Le monde change, notre sens du détail demeure.

Le monde change. Ou peut-être est-ce la terre qui change ? Subissons-nous les symptômes de crises écologiques ? En 2021, l'entreprise a été perturbée par les périodes de confinement dans nos ateliers, par le rallongement des transports. Subirons-nous de nouvelles perturbations à l'avenir ? Probablement et nous nous adapterons. Mais nous agissons également. Il y a une volonté forte au sein du groupe Chantelle de mettre l'urgence climatique au premier plan de nos actions, et d'en mesurer les résultats. Il ne s'agit pas d'une nécessité marketing et commerciale. Nos actions pour réduire notre impact environnemental ne nous font pas vendre davantage. Nos client.e.s nous font confiance en achetant nos produits, nous agissons pour être digne de cette confiance. Nos produits polluent ; la Commission Européenne, s'appuyant sur la communauté scientifique internationale, a identifié 16 catégories d'impacts qui, mises ensemble et évaluées tout au long du cycle de vie des produits textiles, nous permettent de mieux connaître l'impact complet de notre lingerie sur notre milieu naturel. Nos produits polluent, mais de moins en moins. Nous travaillons avec des fournisseurs haut de gamme : nos filateurs, nos tricoteurs, nos teinturiers investissent pour avoir accès à des énergies propres, pour avoir des machines les moins polluantes possibles. Nous choisissons de nouvelles fibres écoresponsables, nous innovons. Nous réduisons nos déchets. Nous confectionnons des produits durables. Tout ceci nécessite d'être soucieux du détail, et ça tombe bien, nous savons le faire.

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.

# Le mot de Patrice et Guillaume Kretz

**Le changement  
est une aventure  
collective.**

## Le groupe Chantelle, groupe familial, soucieux des générations futures, réitère cette année, au travers de sa Déclaration de Performance Extra-financière, son ambition de construire un avenir synonyme de croissance, inclusion et durabilité.

Croissance économique bien sûr, et également croissance du bien-être de chacun, par notre capacité à veiller à l'épanouissement au travail de nos collaborateurs. Inclusion, pour encourager l'égalité des chances, quels que soient les origines, profils, âges et enfin durabilité, à savoir, la prise en compte de notre impact environnemental pour réduire notamment les risques climatiques.

C'est dans cet esprit que notre démarche **Chantelle For Change** a été rédigée et nos piliers élaborés en 2020 et incarnés tout au long de 2021, dans un contexte de crise sanitaire qui a continué d'affecter nos collaborateurs, nos partenaires, nos fournisseurs, nos clients.

Nous nous sommes ainsi concentrés conjointement sur la préservation de nos activités commerciales, et sur l'avancée de sujets importants pour nous et nos parties prenantes, ...priorités qui ont émergé dans le cadre de l'actualisation de notre matrice de matérialité... à savoir, réduire notre empreinte environnementale, avec une attente forte d'engagement vers des approches plus circulaires, et s'impliquer en tant qu'acteur social, avec une place prépondérante souhaitée à la générosité.

Notre empreinte environnementale est ainsi au premier plan de nos préoccupations, avec:

- la préparation de l'affichage environnemental de nos produits
- la poursuite des recherches pour développer une approche circulaire avec le lancement majeur de Chantelle One
- les réflexions de réduction de l'impact de nos consommables, notamment les polybags.
- le recrutement d'un directeur du développement durable
- la collaboration avec Glimpact pour une approche robuste, mesurable de notre empreinte, et une contribution active aux projets Supporting studies et aux pilotes traçabilité.

Notre altruisme est également vérifié par la poursuite des dons de masques, l'accompagnement de l'association Wallah We can, pour lutter contre la précarité menstruelle des jeunes filles en Tunisie, au travers du projet Ecolibree, par le soutien réitéré aux associations dont les causes nous tiennent à cœur, Ruban Rose, Cover Dressing, Joséphine, ...

Par ailleurs 2021 a permis de poser les bases de nos réflexions concernant l'anticipation de notre impact social à égale importance avec notre impact environnemental et notre implication sociétale

**S'engager pour une mode plus responsable nous amène à repenser notre chaîne de valeur dans son ensemble, et à communiquer nos initiatives avec sincérité et transparence.**



# 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

## La mise en place d'une gouvernance solide est essentielle à la poursuite de nos progrès et de nos résultats.

C'est pourquoi en 2021, pour renforcer l'action du comité opérationnel RSE, composé de 10 personnes, représentatives des diverses entités du groupe, nous avons acté la nomination d'une chargée RSE au sein du comex et constitué un comité de développement durable, composé de 5 responsables, porteurs de projets, en charge des questions centrales proposées par la norme ISO 26 000.

La chargée de mission RSE, en collaboration étroite avec le comité de développement durable, propose et met en œuvre la stratégie RSE du groupe et coordonne la démarche auprès des directions opérationnelles et des filiales du groupe. Le comité opérationnel RSE réuni tous les 2 mois, animé selon les thèmes par les membres du comité de développement durable, analyse les aspects techniques et fonctionnels des projets.

Nous souhaitons ainsi relier nos ambitions RSE et la stratégie de l'entreprise, pour accélérer notre transformation et mieux intégrer les objectifs de développement durable.

Le comité exécutif du Groupe Chantelle, et ses directeurs de service se sont attachés cette année à déployer et expliquer notre démarche RSE et à accompagner les changements de comportements et de pratiques auprès de leurs équipes et partenaires.

# Notre gouvernance

**La volonté forte de mettre l'urgence climatique au premier plan de nos actions, et d'en mesurer les résultats, nous amène à accueillir dès janvier 2022 un directeur du développement durable. Sa mission consistera à mesurer nos progrès concrets en matière d'impacts sociaux et environnementaux.**

## Parties prenantes

Les attentes de nos parties prenantes :  
Sociales, Sociétales  
et Environnementales.

ANALYSÉES PAR

## Comité de développement durable

Animé par la chargée de RSE.

Composé de 5 porteurs  
de projets, il se réunit  
tous les 2 mois.

## Comité exécutif

Chargée de RSE

## Conseil d'administration

Supervise la cohérence  
de la road map RSE avec  
la stratégie d'entreprise.

## Comité opérationnel RSE

Composé de 15 représentants des diverses entités du groupe.

Animés selon les thèmes par les membres du Comité de développement durable, les porteurs d'action analysent les aspects techniques et fonctionnels des projets.

Le comité opérationnel RSE se réunit 4 fois par an avec l'ensemble du comité de développement durable pour partager les avancées selon la norme ISO 26000.

## Business Units

Plan d'actions.

Indicateurs et  
outils d'évaluation.

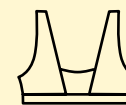
Ajustement des objectifs  
et plan d'action.

PARTAGE DES PROBLÉMATIQUES

# Notre gouvernance



# Chantelle en chiffres



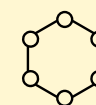
## 100 %

Lancement de Chantelle  
One, premier soutien-gorge  
100% recyclable



## 99 %

99% des volumes  
vendus sont  
OEKOTEX standard 100



## 7,6/10

Le score d'engagement  
de la population dite  
« bureau » en France



## 235 000

masques offerts pour  
lutter contre la Covid 19



## 4 %

4% de GES évités  
entre 2021 et 2020

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

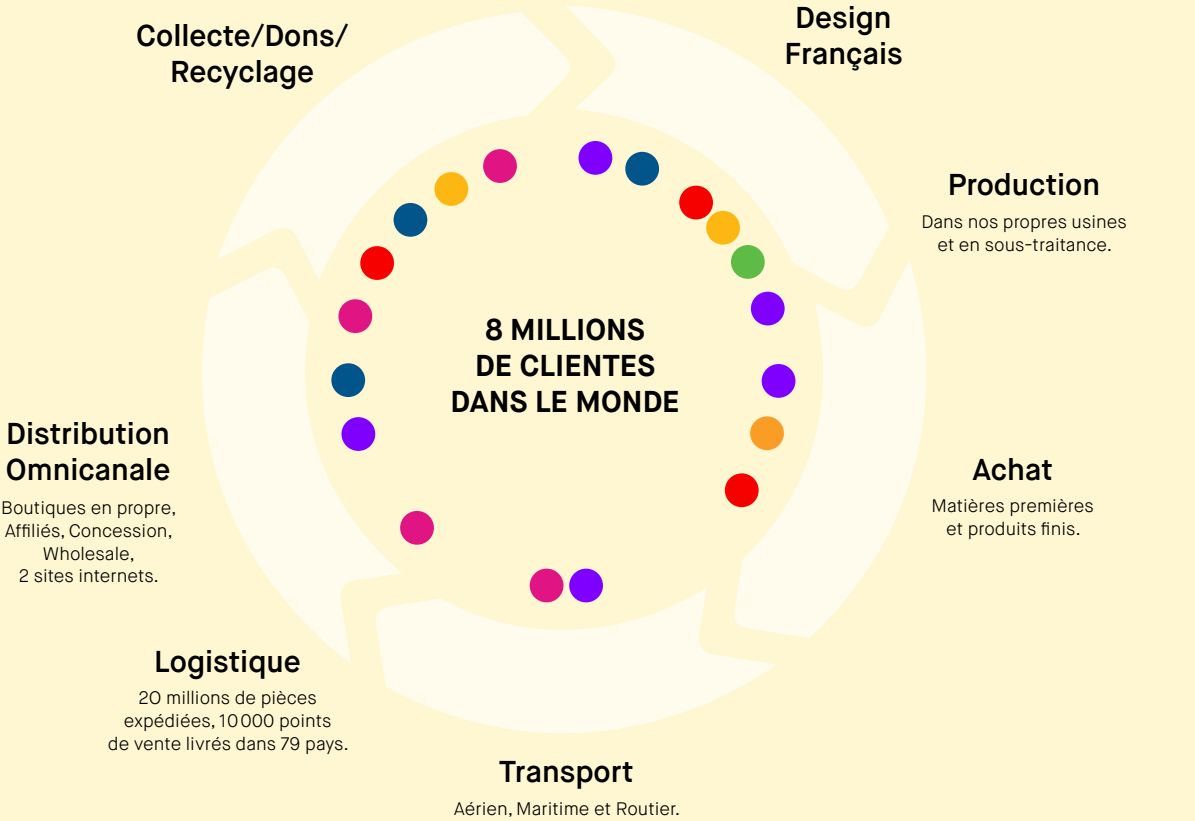
CIRCULARITÉ

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-crédation avec nos partenaires

LA VALEUR CRÉÉE

- CHIFFRE D’AFFAIRES  
301 M€
- NOS CLIENTS  
Une vision inclusive des femmes.  
Une lingerie de qualité pour les silhouettes du bonnet A à I.
- INNOUITÉ DE NOS PRODUITS  
99 % des produits vendus sont OEKOTEX standard 100.
- 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 de la lutte contre le cancer du sein. Soutien-gorge Merci. Dons octobre Rose
- PARTENAIRES, R&D, INNOVATION  
Chantelle One 100% recyclable

## ÉTHIQUE

## RISQUE

## OPPORTUNITÉ

## OUTIL DE MESURE

## ACTION

DROITS HUMAINS  
FONDAMENTAUX

Atteinte grave aux droits humains, à la liberté fondamentale, et à la santé et sécurité des personnes.

Savoir les identifier voir les anticiper, accompagner le changement, améliorer notre travail de traçabilité, améliorer la qualité et la productivité de nos partenaires.

Audits Sociaux.

Sensibilisation de nos partenaires de productions, Accompagnement par nos prestataires (auditeurs), Gestion des risques identifiés, Processus itératif.

## CORRUPTION

Faits de fraude, corruption interne et externe.

Loyauté, intégrité, confiance dans les relations d'affaires.

Formulaire d'alerte.

Signature du Code de conduite. Contrat de confidentialité. Formation en ligne "Doing business without bribery" proposée par l'ONG Transparency international.

PROTECTION  
DES SAVOIRS-FAIRE ET  
DES OUTILS DE TRAVAIL

Cyberattaque qui paralyse l'activité. Perte de confiance des tiers.

Remise à plat des process. Communication transparente et sincère.

Schéma DSI et audits.

Refonte architecture DSI.

## ENVIRONNEMENT

## CHANGEMENT CLIMATIQUE

Risques physiques.

Réduire notre consommation énergétique, décarboner notre énergie, participer à des programmes sur la biodiversité, réfléchir à notre modèle.

Analyse de l'empreinte environnementale de notre organisation (OEF).

Panneaux photovoltaïques à l'étude.

IMPACTS  
ENVIRONNEMENTAUX

Modification durable de l'écosystème planétaire et notamment pollution, impact sur la biodiversité, conséquences sociétales.

Maîtrise des émissions et pollutions. Protection et optimisation des ressources.

ACV Produits et Organisation.

Scope 1 et 2 complétés du scope 3. Préparation de l'affichage environnemental. Participation aux supporting studies.

# Nos principaux risques extra-financier

La cartographie de nos risques extra-financiers vise à identifier et évaluer les risques majeurs, sociaux, environnementaux et sociétaux, à mettre en œuvre et formaliser un plan de vigilance, à réfléchir à des axes d'amélioration et instaurer une gouvernance adaptée.

## COLLABORATEURS

## RISQUE

## OPPORTUNITÉ

## OUTIL DE MESURE

## ACTION

## SENS ET VALEUR

Désengagement par manque de sens.

Engagement des collaborateurs.  
Attractivité pour les futurs candidats.

Enquête *My CL Experience*.

Communication régulière sur la stratégie par les membres du COMEX.

## SANTÉ ET SÉCURITÉ

Accidents, maladies  
risques psychosociaux.

Santé et sécurité.  
Qualité de vie au travail.

Plan de formation annuel.  
Enquête *My CL experience*.

Formation des managers à la prévention des risques psycho-sociaux.

## GESTION DES EMPLOIS ET DES COMPÉTENCES

Perte de compétence, attractivité insuffisante. Qualité et disponibilité des compétences / évolution des métiers.

Santé et sécurité.  
Qualité de vie au travail.

Plan de formation annuel.  
Enquête *My CL experience*.

Projet workplace (télétravail...)

## CLIENTS ET FOURNISSEURS

## SANTÉ ET SÉCURITÉ

Atteinte à la santé, pendant la phase de production, puis pour le consommateur pendant la durée de vie du produit.

Innocuité.  
Respect des réglementations, aller plus loin dans les pays dans lesquels la réglementation n'est pas suffisante. Faire appliquer le plus contraignant de part les connaissances scientifiques.

Reach,  
Certification Oekotex.

Suivi et renouvellement de la certification produits, campagne de tests en laboratoire, réflexion sur une sensibilisation des fournisseurs en lien avec la formation des salariés et la gestion des produits utilisés, inciter les fournisseurs au contrôle des effluents,...

## MAUVAISE IMAGE

Insatisfaction client.  
Perte de CA.

Satisfaction.Recommandation.  
Hausse du panier moyen.  
Innovation produits.

NPS

Suivi de la réputation de l'image de marque : réseaux sociaux.  
Suivi du NPS.

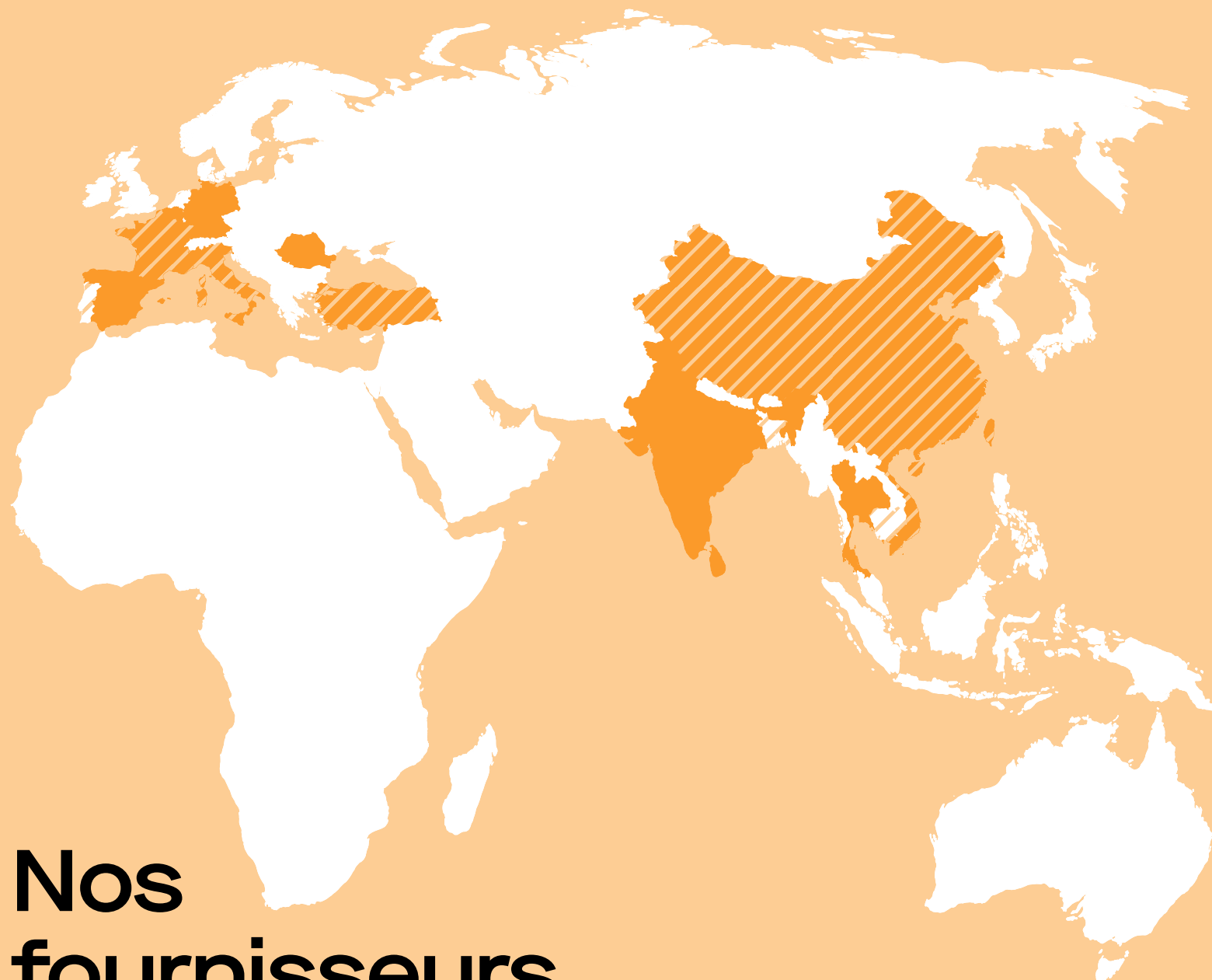
## ÉCONOMIQUES

Retrait de produits du marché.  
Boycot de la marque.  
Maladies professionnelles révélées.

Prouver aux investisseurs et aux clients que nous mettons en œuvre toutes les actions de préventions nécessaires.

Evaluation financière des fournisseurs.  
Calcul du taux de dépendance.

# Nos fournisseurs



## FOURNISSEURS DE MATIÈRE PREMIÈRE

### EUROPE

|           |    |
|-----------|----|
| FRANCE    | 12 |
| ROUMANIE  | 1  |
| ITALIE    | 1  |
| SUISSE    | 2  |
| TURQUIE   | 1  |
| SLOVÉNIE  | 1  |
| BELGIQUE  | 1  |
| ESPAGNE   | 2  |
| TUNISIE   | 1  |
| ALLEMAGNE | 1  |

### ASIE

|           |    |
|-----------|----|
| CHINE     | 30 |
| THAÏLANDE | 19 |
| SRI LANKA | 3  |
| TAÏWAN    | 3  |
| VIETNAM   | 1  |
| INDE      | 1  |

## FOURNISSEURS DE PRODUITS FINIS

### EUROPE

|          |   |
|----------|---|
| FRANCE   | 1 |
| ITALIE   | 2 |
| PORTUGAL | 1 |
| TURQUIE  | 1 |

### ASIE

|            |    |
|------------|----|
| CHINE      | 14 |
| CAMBODGE   | 2  |
| VIETNAM    | 1  |
| BANGLADESH | 1  |

## FOURNISSEURS DE PRODUITS FINIS CERTIFIÉS OEKOTEX STANDARD 100

|                  |       |
|------------------|-------|
| CORSETERIE       | 100 % |
| LINGERIE DE NUIT | 54 %  |
| UNDERWEAR        | 100 % |
| MAILLOTS         | 78 %  |
| ACCESSOIRES      | 57 %  |

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.

La crise sanitaire inédite vécue depuis 2020 a manifestement et probablement durablement modifié les comportements, le rapport au monde, et renforcé le besoin de proximité et de quête de sens.

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



Nous sommes Chantelle — un studio de création international basé 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-RESPONSABLES

#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

GARANTIR LA SÉCURITÉ ET  
LE BIEN-ÊTRE DE NOS EMPLOYÉS

#8

DÉVELOPPER NOTRE  
ENGAGEMENT SOCIÉTAL

Chantelle  
for Change

**Mettre notre savoir-faire  
au service de toutes les féminités,  
c'est réinventer les codes de la  
lingerie pour révéler toutes les  
beautés en proposant une lingerie  
de haute qualité et des expériences  
de marque inspirante.**

# O1

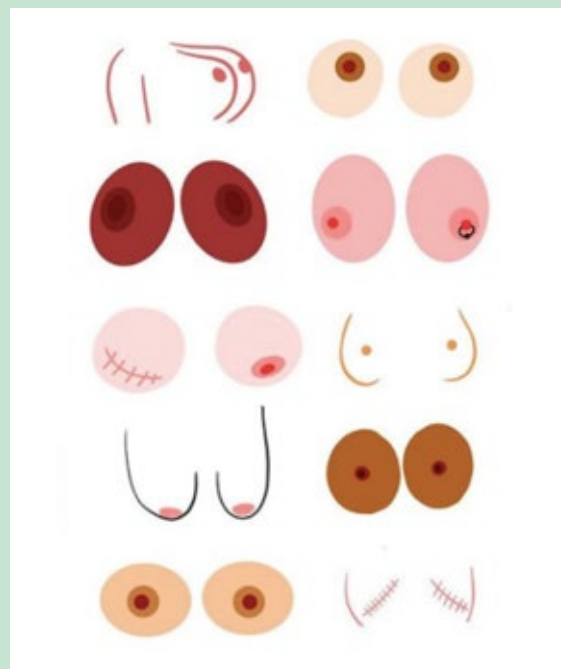
# Inclusivité

**Agir pour une société qui veille  
notamment à représenter et servir  
toutes les féminités.**

## **#engagement 1:**

Représenter  
toutes  
les féminités

En tant qu'entreprise de lingerie, le groupe Chantelle a à cœur de promouvoir une vision inclusive des femmes et lutter contre les stéréotypes en les incarnant dans leur diversité. En 2021, plus que les saisons passées, nos campagnes ont encouragé et valorisé toutes les féminités.





## #engagement 2:

### Servir toutes les féminités

Servir toutes les féminités, c'est mettre encore et toujours notre savoir-faire au service de toutes les femmes, en proposant des collections du bonnet A à I, de la taille 38 à 54, en innovant sans cesse, grâce à notre Tech Lab, pour répondre aux attentes quotidiennes des femmes. (Lignes Sofstretch ou les culottes M)

Grâce à la co-construction avec l'association Bien-à-porter, nous proposons des articles adaptés aux besoins des personnes à mobilité réduite ou souffrant de maladies affectant leur sensibilité cutanée, tel que le syndrome d'Ehlers-Danlos.

#### 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.

#### DÉMARCHE ACCESSIBILITÉ

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

## ENJEUX

## 2021 / RÉALISATIONS

## 2025 / AMBITIONS

## # engagement 1

Représenter  
toutes  
les féminités

VISION INCLUSIVE  
DES FEMMES  
ET LUTTE CONTRE  
LES STÉRÉOTYPES

Communication inclusive :

- Campagne Chantelle
- Campagne Darjeeling #commejesuis
- Podcast « ceci est mon corps »
- BonjourmoncorpsX Darjeeling

L'inclusivité : une évidence pour  
toutes les marques de lingerie.

## # engagement 2

Servir toutes  
les féminités

LINGERIE DE QUALITÉ  
POUR TOUTES,  
MÊME LES PLUS DÉMUNIES  
ET LES PLUS FRAGILES

Du bonnet A à I.

Ateliers Softstretch pour aider  
les personnes souffrant du SED  
(Syndrome d'Ehlers-Danlos).

Plus d'innovation au service  
de toutes les morphologies.

Toujours plus de dons.

Plus d'innovation au service  
des maux des femmes.

# Nos engagements pour 2025

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

**L'acte d'achat devient un acte sociétal, les consommateurs donnent de plus en plus d'importance à l'impact environnemental et à la traçabilité des produits.**

A large, bold, black graphic of the number '2022' in a sans-serif font, positioned on the right side of the page.

# Circularité



**Agir pour une planète meilleure.**

## **#engagement 3:**

Minimiser notre  
impact sur  
l'environnement

### **L'EAU**

L'eau n'est pas utilisée dans nos processus industriels au sein de nos usines. Elle se limite aux consommations sanitaires et fontaines à eau. L'approvisionnement en eau ne présente pas de difficultés particulières puisque les sites sont implantés dans des zones d'activités. Pour autant, un suivi attentif est apporté à la consommation d'eau au Maroc et au Vietnam, pays les plus concernés par la pénurie d'eau, alors que les autres sites, soit 70% des sites industriels du groupe sont implantés dans des zones faiblement confrontées au problème d'épuisement des ressources hydriques. Nos sites traitent par ailleurs les eaux usées.

## RÉDUIRE NOS ÉMISSIONS DE GAZ A EFFET DE SERRE

Notre ambition est de nous engager progressivement dans une stratégie bas carbone et de fixer une cible réaliste pour 2025 et à horizon 2030, en établissant en 2022 la cartographie de l'empreinte Carbone de l'ensemble de notre chaîne de valeur, sur les scopes 1, 2 et 3.

Nous nous efforçons de réduire nos émissions de GES liées aux transports de nos collaborateurs (véhicules de société, location) et de nos marchandises.

**Notre priorité est de réduire nos flux aériens et nous amorçons les réflexions logistiques à même d'y parvenir.**

### RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DE CO<sup>2</sup>

|                                                                                                                                                           | 2021           | 2020           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|
| Part des transports aériens (flux industriels et flux distribution) sur le total des scopes 1,2 et 3                                                      | <b>59,96 %</b> | <b>59,52 %</b> |
| Part de l'électricité sur le total des scopes 1,2 et 3                                                                                                    | <b>24,27 %</b> | <b>25,63 %</b> |
| Part du fuel domestique sur le total des scopes 1,2 et 3                                                                                                  | 0,04 %         | 0,02 %         |
| Part des transports professionnels des personnes en voitures particulières ou de location (scope 3) et en voitures appartenant à la société ou en leasing | 3,55 %         | 3,53 %         |
| Part des déplacement professionnels en ferroviaire et en avion                                                                                            | 0,63 %         | 1,09 %         |
| Autres                                                                                                                                                    | 11,57 %        | 10,22 %        |

|                                      |                                                    | ÉMISSIONS DE GES PAR POSTES (en Tonnes eqCO2) |       |      |           |       |                 | ÉMISSIONS ÉVITÉES<br>DE GES EN % |
|--------------------------------------|----------------------------------------------------|-----------------------------------------------|-------|------|-----------|-------|-----------------|----------------------------------|
|                                      |                                                    | 2021                                          |       |      | DPEF 2020 |       |                 | ENTRE 2021 ET 2020               |
| SCOPE 1                              | TOTAL                                              | 1,212                                         |       | 12 % | 1,139     |       | 11 %            | -6 %                             |
| poste 4/scope 1                      | Émissions directes fugitives                       | 81,1                                          | 81    |      | 210       | 210   |                 | 61 %                             |
| poste 1/scope 1                      | Gaz naturel                                        | 779,9                                         |       |      | 578       |       |                 |                                  |
| poste 1/scope 1                      | Fuel domestique                                    | 4                                             |       |      | 2         |       |                 |                                  |
| poste 1/scope 1                      | Gazole pur                                         | 0                                             | 784   |      | 0         | 580   |                 | -35 %                            |
| poste 2/scope 1                      | Voitures (appartenant à la société ou en leasing)  |                                               |       |      |           |       |                 |                                  |
|                                      | essence pompe                                      | 146                                           |       |      | 135       |       |                 |                                  |
|                                      | gazole pur                                         | 201                                           | 347   |      | 214       | 349   |                 | 1 %                              |
| SCOPE 2                              | TOTAL                                              | 2,465                                         |       | 24 % | 2,716     |       | 26 %            | 9 %                              |
| poste 6/scope 2                      | Électricité                                        | 2,465                                         | 2,465 |      | 2,716     | 2,716 |                 | 9 %                              |
| SCOPE 3                              | TOTAL                                              | 6,480                                         |       | 64 % | 6,744     |       | 64 %            | 4 %                              |
|                                      | DÉPLACEMENTS PROFESSIONNELS                        |                                               |       |      |           |       |                 |                                  |
| poste 13/scope 3                     | Ferroviaire et aérien à Cachan                     | 43                                            |       |      | 74        |       |                 |                                  |
| poste 13/scope 3                     | Ferroviaire et aérien hors Cachan                  | 22                                            |       |      | 42        |       |                 |                                  |
| poste 13/scope 3                     | Voitures particulières ou de location              |                                               |       |      |           |       |                 |                                  |
|                                      | essence pompe                                      |                                               |       |      |           |       |                 |                                  |
|                                      | gazole pur                                         | 12                                            | 76    |      | 25        | 141   |                 | 46 %                             |
| poste 12/scope 3                     | FLUX INDUSTRIEL (MP et PF) et FLUX ACHATS PRODUITS |                                               |       |      |           |       |                 |                                  |
|                                      | Air / Avion                                        | 5,059                                         |       |      | 5,526     |       |                 |                                  |
|                                      | Route (hors trajet plateformes vers aéroport)      | 187                                           |       |      | 168       |       |                 |                                  |
|                                      | Mer                                                | 63                                            | 5,308 |      | 60        | 5,753 |                 | 8 %                              |
| poste 18/scope 3                     | FLUX DISTRIBUTION                                  |                                               |       |      |           |       |                 |                                  |
|                                      | Air / Avion                                        | 1,032                                         |       |      | 782       |       |                 |                                  |
|                                      | Route / Messagerie                                 | 64                                            | 1,096 |      | 68        | 850   |                 | -29 %                            |
| TOTAL SCOPE 1, 2 et 3                |                                                    | 10,158                                        |       |      | 10,599    |       |                 | 4 %                              |
| Nombre de produits vendus            |                                                    | 17 147                                        |       |      | 19 798    |       |                 |                                  |
| Nombre de Teq CO2 par 1000 p vendues |                                                    | 0,59                                          |       |      | 0,54      |       | ÉVOLUTION RATIO | 11 %                             |

# Émissions de gaz a effet de serre

ÉMISSIONS DIRECTES FUGITIVES  
GAZ NATUREL (EN KWH/PCS)  
GAZOLE PUR (EN L)  
FLUX INDUSTRIEL (MP ET PF) ET FLUX ACHATS PRODUITS  
FLUX DISTRIBUTION

LIQUIDE DE REFROIDISSEMENT DES CLIMATISEURS  
(PCS POUR LA FRANCE ET PAR DÉFAUT POUR TOUTS LES AUTRES PAYS (CAR MANQUE D'INFORMATION PCS OU PCI)  
(POUR LA COMBUSTION DES CHAUDIÈRES, GROUPESELECTROGENES,...)  
(AMONT CORBIE, VILLERS ET CHAMPLAN) (HORS TRAJET AÉROPORTS/PLATEFORMES)  
(AVAL CORBIE, VILLERS ET CHAMPLAN) (DONT 5,8 % MAXIMUM DES TONNES DISTRIBUÉES (73T) NON DÉTAILLÉES,  
HORS LIVRAISON DES ACHATS SUR LE E-COMMERCE À LA CONSOMMATRICE ET HORS TRAJET «AÉROPORT»/PLATEFORME OU CLIENT

L'EXERCICE 2021 PRÉSENTE UN SCOPE 3 PARTIEL DES ÉMISSIONS INDIRECTE DE GES, SEULEMENT ÉMISSIONS LIÉES AU TRANSPORT.

## RÉDUIRE NOTRE CONSOMMATION ÉLECTRIQUE

Pour réduire nos émissions de gaz à effet de serre (GES) liées à notre consommation électrique, nous nous engageons dans la transition énergétique, en systématisant le recours à des solutions moins énergivores, comme le relamping LED dans nos magasins, aux énergies renouvelables au siège et sur nos sites français, en poursuivant le programme Low digital Carbone Company (LDCC) pour une écologie digitale.

**On observe ainsi  
déjà -3,8 % de  
consommation  
électrique en Kwh  
entre 2021 et 2020.**

Nous équiperons, en 2022 nos sites de Tunisie de panneaux photovoltaïques. Ces projets initialement en partie envisagés en 2021 ont été décalés en raison de la crise sanitaire.

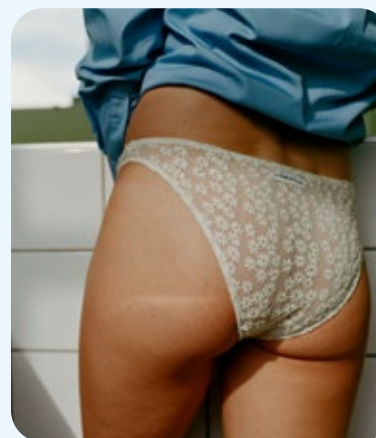
| CONSOMMATION<br>ÉLECTRIQUE EN KW/H | 2020                 | 2021                 | ÉVOLUTION       |
|------------------------------------|----------------------|----------------------|-----------------|
| Delta                              | 2 701 626            | 2 410 564            | <b>-10,77 %</b> |
| Chantelle retail                   | 5 157 09             | 4 97 185             | <b>-3,59 %</b>  |
| Sites en Tunisie                   | 1 317 418            | 1 461 560            | <b>10,94 %</b>  |
| Sites au Maroc                     | 613 031              | 402 767              | <b>-34,30 %</b> |
| Sites en Thaïlande                 | 1 451 726,98         | 1 414 201,24         | <b>-2,58 %</b>  |
| Sites au Vietnam                   | 1 160 000            | 986 300              | <b>-14,97 %</b> |
| Chantelle SA hors Siege            | 1 412 501            | 1 529 753            | <b>8,3 %</b>    |
| CHANTELLE SA : Siege               | 1 295 271            | 1 369 212            | <b>5,7 %</b>    |
| <b>TOTAL SITES</b>                 | <b>10 467 282,98</b> | <b>10 071 542,24</b> | <b>-3,8 %</b>   |

## LE MADE IN FRANCE

**En 2021, comme l'année précédente nous avons encouragé le Made in France.**

Notre site historique d'Epernay met ainsi notre savoir-faire à disposition des marques désireuses de valoriser une production locale et confectionne notre innovation Chantelle One, première gamme de sous-vêtements totalement recyclables.

**Le mobilier de nos boutiques Chantelle et Darjeeling est dorénavant fabriqué à Chartres.**



### LA CHATTE DE FRANÇOISE

Collaboration avec Marine Neuilly, la créatrice de la marque La Chatte de Françoise. L'usine d'Epernay met son savoir-faire au service de jeunes créateurs.

**ZÉRO DÉCHET**  
*Slow fashion,*  
fabriqué en France.

Nous ne pourrons pas atteindre les objectifs climatiques par la seule transition énergétique ; le rôle de l'économie circulaire devient essentiel. C'est dans cette logique que nous gérons nos stocks résiduels de matière et nos déchets.

## NOS STOCKS RÉSIDUELS DE MATIÈRES

Le groupe Chantelle s'engage dans les logiques d'upcycling permanentes pour nos propres collections ou par la mise à disposition de nos matières non utilisées à d'autres acteurs du marché



### LES JOLIS UPCYCLÉS

Collection Edition limitée des bests Darjeeling "les jolis upcyclés", des chouchous, des serviettes hygiéniques.



### CHANTELLE X LES RÉCUPÉRABLES

Créée en 2016 par Anaïs Dautais, la marque Les Récupérables s'inscrit dans une logique d'upcycling et crée ses vêtements en ré-utilisant des matières textiles de qualité. En 2021, les boutiques Darjeeling et Chantelle ont accueilli les créations de sous-vêtements Les Récupérables, créés à partir des matières endormies du groupe Chantelle.

## NOS CONSOMMABLES

EN 2021, grâce à la mobilisation forte de nos équipes industrielles, nous avons concentré nos efforts sur le recours à des plastiques plus vertueux en matière recyclée, et moins épais (35 microns au lieu de 40 microns) et à la réduction des plastiques, destinés, soit aux emballages primaires, soit à nos usages industriels (emballages plastiques et films plastique). Ces efforts se liront en 2022 et nous visons en 2025 une réduction de 50 % du poids de nos plastiques vs 2019, soit 15, 810 tonnes vs 31,620 tonnes en 2019, et 17,711 tonnes en 2020 dans un contexte d'activité réduite par le Covid 19.

## NOS DÉCHETS

Réduire l'impact environnemental de nos consommables est une des priorités de 2021, pour être conforme en 2022 à la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC). Ce qui implique d'une part de réduire nos déchets et d'autre part de recycler les déchets générés.

**Nos déchets principaux sont les déchets textiles davantage revalorisés en 2021 vs 2020, à 26 % vs 21 %, et le carton et le papier, revalorisés à 98 % en 2021.**

### TOTAL PAR TYPE DE DÉCHETS (EN TONNES)

| DÉCHETS TEXTILE                                | 2021    | 2020    | 2021        | 2020        |
|------------------------------------------------|---------|---------|-------------|-------------|
|                                                |         |         | % VALORISÉS | % VALORISÉS |
| Quantités produites                            | 258,094 | 243,739 |             |             |
| Quantités valorisées (don, revente, recyclage) | 67,437  | 51,579  | 26,13 %     | 21,16 %     |
| Quantités détruites                            | 190,657 | 192,16  |             |             |
| DÉCHETS CARTONS ET PAPIER                      |         |         |             |             |
|                                                |         |         | % VALORISÉS | % VALORISÉS |
| Quantités produites                            | 221,559 | 253,525 |             |             |
| Quantités valorisées (don, revente, recyclage) | 218,839 | 246,025 | 98,77 %     | 97,04 %     |
| Quantités détruites                            | 0       | 7,5     |             |             |

# #engagement 4:

## Développer des collections éco-responsables

La démarche engagée en 2019 de formation régulière de nos équipes à l'éco-conception et de collaboration avec nos fournisseurs nous a permis de proposer en 2021 une offre plus éco-responsable.

**Notre approche se veut robuste et progressive. Nous avons entrepris de considérer le poids de chaque élément de nos articles pour retenir qu'un article du groupe Chantelle est éco-conçu dès lors qu'il comporte 15% de son poids total en matières éco-responsables.**

15% cela peut sembler faible au regard du marché... qui a souvent fait le choix de considérer seulement la matière principale des articles et d'omettre les potentiels effets non-vertueux des matières secondaires. Ainsi en 2021 9% des références couleur des collections corseterie,

19% des références coloris des collections Lifewear, et 12% des références couleurs du bain utilisent des matières plus responsables. fibres recyclées, coton biologique... matière économes en eau comme le tencel.

**Notre ambition est d'éco-concevoir 70% de nos collections en 2025.**

Concevoir de manière responsable, c'est également garantir la longévité de nos produits, au travers de nos tests qualité tout au long de leur développement et au travers de questionnaires qualité adressés à nos clientes, même 3 ans après leur achat.

Nous participons également au projet de norme sur la durabilité, au travers d'un groupe de travail dirigé par le BNITH (Bureau de Normalisation des Industries Textiles et Habillement). Chaque participant / metteur en marché est chargé de proposer les causes principales à l'origine de la fin de vie des produits finis dans le cadre de la norme française.

Pour accompagner nos collections, nous utilisons des packagings, étiquettes responsables, issus de matières recyclées et recyclables, avec un sourcing proche, Italien et nous achetons du papier PEFC, issu de forêts gérées durablement et des encres végétales.

## CO-CONSTRUIRE AVEC NOS PARTENAIRES POUR UNE ÉVOLUTION POSITIVE DE LA FILIÈRE TEXTILE...

### **C'est participer aux réflexions animées par l'Ademe, relatives à l'affichage environnemental.**

Chantelle participe ainsi aux Supporting Studies. Il s'agit d'une « Évaluation comparative des impacts environnementaux d'un article d'habillement selon le socle technique français de l'Affichage environnemental et selon le PEFCR Apparel & Footwear en cours de développement »

Par ailleurs nous avons entrepris de calculer, afficher, réduire l'empreinte environnementale de nos produits au travers de premiers tests et d'Analyses de Cycle de Vie, selon la méthode PEF (Product Environmental Footprint), pour une 'évaluation globale, multicritères des impacts environnementaux.

La méthode PEF rendue accessible par Glimpact, plateforme digitale française nous a amené à mieux comprendre les facteurs d'impacts et à les intégrer dès la conception des produits.

Ces enseignements progressifs nous permettent de viser 70 % de collections éco-conçues en 2025, avec une approche robuste et fiable, répondant aux attentes de nos clientes et aux enjeux climatiques.

La méthode PEF définit un cadre clair et scientifiquement robuste de mesure de l'empreinte environnementale globale en prenant en compte 16 critères d'impact de l'activité humaine sur la planète, notamment l'empreinte carbone, mais aussi l'utilisation des ressources naturelles fossiles ou minérales, l'utilisation des ressources en eau, l'eutrophisation des rivières et des océans, les émissions de particules fines, l'utilisation des terres agricoles ou encore la toxicité.

### **Co-construire, c'est échanger entre retailers, en adhérant au Club Génération Responsable, le collectif des enseignes engagées.**

Cette association qui réunit 75 enseignes, soit plus de 35 000 points de ventes, a pour objet de promouvoir, dans une perspective de développement durable, l'amélioration de la qualité environnementale et sociale des enseignes et réseaux de distribution.

### **C'est aussi partager les bests practices, les succès et les échecs entre acteurs textile pour accélérer l'éco-conception des collections.**

(Rouge gorge, Kiabi, Chantelle, Décathlon, Kiabi, Auchan, Etam, Art Martin, Noyon)

### **Et amorcer les réflexions pour permettre le recyclage des soutiens-gorge.**



## #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, zéro déchet. Nous souhaitons avec cette innovation initier une vraie consommation circulaire et responsable.

**Notre souhait le plus cher est  
de parvenir à transformer nos  
articles en fil et reconditionner  
intégralement de nouveaux sous-  
vêtements.**

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

La gamme Chantelle One utilise une fibre innovante, libre de solvant et recyclable même lorsqu'elle est mélangée avec d'autres fibres, remplaçant l'élasthanne communément utilisé.

Comment ça marche ?

- Nous gardons les déchets de coupe issus de la production.
- Nous collectons les produits Chantelle One après usage pour recyclage, et nous offrons des crédits € en échange.
- Nous les recyclons : ils sont entièrement fondus et transformés en microbilles, qui sont ensuite utilisées pour la fabrication de nouveaux soutiens-gorge Chantelle One (armatures, fermoirs, boucles des bretelles...).

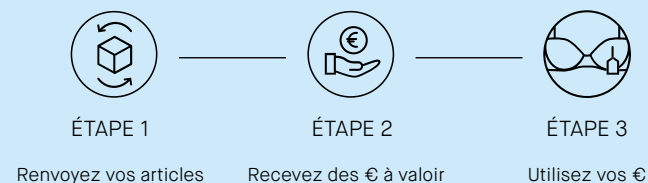
**Les produits Chantelle One  
sont 100% recyclables  
et génèrent 0 déchet.**

# Chantelle One

## Innovation technologique



## Modèle vertueux



## ENJEUX

## 2021 / RÉALISATIONS

## 2025 / AMBITIONS

## # engagement 3

### Minimiser notre impact sur l'environnement



## RÉDUCTION DE GES

4% de GES évités au global des scopes 1, 2 et 3 entre 2021 et 2020.

10% de GES évités grâce à moins de consommation électrique.

**-40% d'émissions de GES vs 2019**

**Flux aérien réduit.**

## APPROCHE CIRCULAIRE DE NOS STOCKS MATIÈRES ET PRODUITS

Upcycling - Les récupérables X Chantelle.  
Les Jolis upcyclés Darjeeling .

**50 % de nos matières résiduelles revalorisées, en interne ou en externe.**

## MOINS DE CONSOMMABLES

Constitution de groupes de réflexion pour limiter les consommables.

**Réduction de 50% de nos consommables vs 2019.**

# Nos engagements pour 2025

## ENJEUX

## 2021 / RÉALISATIONS

## 2025 / AMBITIONS

## # engagement 4

Développer  
des collections  
éco-responsables



DES COLLECTIONS  
ÉCO-CONÇUES

3% de la corseterie du groupe  
éco-conçue.

70% de nos collections  
éco-conçues en 2025.

Bibliothèque de matières responsables.

CONSOMMATION  
RESPONSABLE

2 collections/an + service de réparation.

Augmenter la part de nos matières  
résiduelles revalorisées, en interne  
ou en externe.

Durabilité produits.

Projet BINTH.

## # engagement 5

Contribuer  
à l'économie  
circulaire



SENSIBILISER NOS CLIENTES AU  
RÉEMPLOI VOIRE AU RECYCLAGE

Soutien RRR.

Développer les logiques de  
collecte et solutions au recyclage.

Collecte par I:CO.

RESOUDRE LE RECYCLAGE  
DES SOUTIENS-GORGE

Chantelle One: 100% recyclable,  
zéro déchet.

Gamme Chantelle One corseterie,  
bain, lifewear.

**Participer à la beauté du monde, c'est agir pour une société plus positive et plus juste. C'est être un acteur toujours plus engagé pour la sécurité et le bien-être de tous, de nos clientes, de nos collaborateurs, de nos partenaires et des générations futures.**

# 03

# Responsabilité



## Le Groupe Chantelle a toujours porté et favorisé le développement d'une culture de la conformité, de l'éthique et de l'intégrité.

Le positionnement de ces valeurs dans la matrice de matérialité démontre que cette culture est essentielle pour les Collaborateurs .

Un code de conduite s'adressant à chaque salarié du Groupe, dépassant les contraintes légales de lutte contre le blanchiment et la corruption, définit les comportements attendus dans les relations de travail et bien sur les comportements proscrits (dont toute forme de harcèlement et de discrimination). Les mécanismes d'alerte sont accessibles en interne mais également depuis le site groupe.

Chantelle ne s'engage pas seulement sur le respect de ces dispositions au sein de ses propres établissements mais exige de ses fournisseurs le même respect de ses engagements. Ainsi, la prise en compte des enjeux sociaux et environnementaux dans notre politique d'achat est effective dès le démarrage d'une relation commerciale avec les fournisseurs.

**Le suivi de la documentation Achats Responsables (recueil des attestations et audits extérieurs) a été mis en place dès 2019, et a été complété par la signature en 2021 de notre Charte Achats Responsables détaillée, par nos fournisseurs.**

Nous avons par ailleurs acté que dès 2022, tout nouveau collaborateur exposé à l'intégrité de la vie économique sera formé, à la transparence et à la lutte contre la corruption, via un module de formation en ligne "Doing business without bribery" proposée par l'ONG Transparency international.

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

## #engagement 6:

### Garantir des produits sûrs pour nos clientes

Garantir des produits sûrs pour nos clientes, 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 logistique 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 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 70% de nos collections corseterie dans nos 7 usines, réparties dans 4 pays, pour garantir une maîtrise parfaite de notre chaîne de production.

Ces sites feront l'objet d'audit sociaux, tel que le référentiel SMETA, offrant une ligne de conduite commune aux entreprises désireuses de progresser, en complément des audits légaux. Les perturbations liées à la crise sanitaire, nous ont amené à décaler à 2022 les audits sociaux de nos sites thaïlandais et vietnamiens.

**Certifier nos produits par l'organisation gérant le label 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 2021, 100% de nos collections corseterie et 91 % de nos collections lingerie de nuit, bain et accessoires vendus sont certifiés OEKO-TEX(R) standard 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.

C'est pourquoi nous avons amorcé la consolidation dans un seul et même outil, en interne, de l'ensemble des informations relatives à notre supply chain et nos activités. Nous souhaitons ainsi pouvoir attester de la conformité de nos pratiques et engagements.

# #engagement 7:

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

| PAYS                      | NOMBRE DE FEMMES 2021 | NOMBRE D'HOMMES 2021 | TOTAL EFFECTIFS | ACCIDENTS DU TRAVAIL 2021 | MALADIES PROFESSIONNELLES 2021 |
|---------------------------|-----------------------|----------------------|-----------------|---------------------------|--------------------------------|
| Tunisie                   | 722                   | 110                  | -3,35 %         | 7                         | 21                             |
| Maroc                     | 403                   | 71                   | -6,32 %         | 3                         | 0                              |
| Thaïlande Sigma           | 311                   | 40                   | -5,39 %         | 4                         | 0                              |
| Thaïlande Chantasia ASC   | 69                    | 25                   | -6,82 %         | 0                         | 0                              |
| Vietnam                   | 363                   | 31                   | -1,25 %         | 0                         | 0                              |
| Chantelle SA              | 610                   | 128                  | -4,28 %         | 15                        | 1                              |
| Delta                     | 516                   | 0                    | -5,15 %         | 7                         | 0                              |
| Chantelle Retail          | 120                   | 0                    | -5,51 %         | 0                         | 0                              |
| <b>TOTAL</b>              | <b>3 114</b>          | <b>405</b>           | <b>3519</b>     | <b>36</b>                 | <b>22</b>                      |
| Répartition hommes/femmes | <b>88,49 %</b>        | <b>11,51 %</b>       |                 |                           |                                |
| Évolution 2020/2021       | <b>-2,60 %</b>        | <b>-2,17 %</b>       | <b>-2,55 %</b>  | <b>80 %</b>               | <b>-4,35 %</b>                 |

Effectif fin de mois: effectif présent au 31 du mois en cours quel que soit le type de contrat (CDD ou CDI - hors stagiaire).



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

Au 31 décembre 2021, l'effectif du périmètre groupe DPEF s'élevait à 3 519 salariés (-2,55 % par rapport au périmètre 2020 corrigé de OCP). Si l'on ajoute les filiales commerciales internationales, l'effectif total au 31 décembre 2021 est de 4 225 salariés (versus 4 525 salariés en 2020).

## La protection de nos collaborateurs est notre priorité.

Comme en 2020, nous nous sommes attachés à mettre en place et faire respecter les protocoles sanitaires recommandés par le ministère du travail pour lutter contre la crise COVID 19.

Assurer leur santé et sécurité nous amène à poursuivre notre politique volontariste de prévention des accidents du travail et des troubles musculo-squelettiques sur nos sites et nos points de vente.

En 2021, nous avons renforcé notre démarche de prévention des risques psycho-sociaux en développant un module de formation digital mis en ligne début 2022 pour tous et en mettant en place des comités de pilotage au sein de nos différents établissements.

Le savoir-faire du groupe Chantelle se perpétue par les femmes et les hommes qui participent chaque jour à la création de notre lingerie Ainsi, concilier l'épanouissement de nos collaborateurs dans leur vie professionnelle et la performance globale de notre groupe est un enjeu majeur dans un environnement en évolution, accéléré par la crise Covid 19.

## **Nous veillons à l'employabilité constante de nos collaborateurs en lien avec nos orientations stratégiques en dispensant des formations adaptées à leurs besoins.**

Nos collaborateurs ont ainsi la possibilité de développer leurs compétences avec My Chantelle School et My Digital Workplace. Notre objectif est que chacun devienne acteur de son développement professionnel !

**Nous sommes attentifs à leur équilibre vie privée/vie professionnelle en proposant et ajustant les modes de travail à l'évolution des modes de vie et aux aléas des crises qui nous affectent, crise sanitaire, cyberattaque: nos collaborateurs ont ainsi eu recours au télétravail en France et dès que cela était possible à l'étranger.**

L'équilibre vie privée/vie professionnelle est un levier de motivation choisi par 42 % des répondants avec une note de 7,5 sur 10.

## **LA FORMATION DE NOS COLLABORATEURS**

992 collaborateurs formés en France, soit 7 649 heures dédiées à des formations essentielles comme la santé/sécurité et bien-être au travail, management, savoir-faire métier, aux outils groupe, à la relation clients.,

### **LA CULTURE RSE UNE PRIORITÉ EN 2021**

599 collaborateurs (soit 249 heures) ont suivi les formations les bases de la RSE et 510 collaborateurs (soit 87 heures) ont approfondi leurs connaissances avec **Chantelle for Change** et 334 (soit 53 heures) avec « la RSE nos clients et nous », et 205 apprenants (soit 156 heures) ont suivi le module « Fibres et matières ».

# Insuffler une culture d'entreprise bienveillante, c'est encourager le dialogue, promouvoir l'inclusivité, en cohérence avec les prises de paroles de nos marques.

Nous proposons ainsi à chaque nouvel arrivant dans le groupe de participer à un programme d'intégration, pour se familiariser avec notre culture d'entreprise. Nous accordons une importance toute particulière à la pratique du feed back, au travers de My CL experience et du module RH « conversation continue », pour favoriser la cohésion, la collaboration au sein de nos équipes, pour construire l'avenir.

## MY CL EXPERIENCE UN QUESTIONNAIRE POUR :

- Mesurer régulièrement l'engagement de nos collaborateurs, leur satisfaction et leur bien-être au travail.
- Aider les managers à développer leurs équipes et à s'approprier le rôle de manager coach.
- Faire vivre nos nouvelles valeurs, développer la culture du feedback, de la transparence et de la collaboration (les réponses sont individuelles et non anonymes).
- Définir des plans d'actions par équipe ou au niveau de l'entreprise pour maintenir ce qui fonctionne et apporter des réponses sur ce qui est mal noté.

En 2021, avec un taux de participation élevé de 74 %, notre score d'engagement de 7,6/10\* nous place dans les entreprises où il fait bon travailler ! Notre objectif : atteindre au moins la note de 8/10 pour faire partie des meilleures.

\*RÉSULTATS POPULATION BUREAU FRANCE

**Promouvoir l'égalité femmes/hommes est un enjeu important, d'autant que 89% de nos collaborateurs sont des femmes (hors effectifs filiales étrangères).**

Nous disposons d'un accord d'entreprise en faveur de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes et de la parentalité, au sein de la société Chantelle SA.

**Nous sensibilisons nos managers à la non-discrimination, pour développer un management responsable.**

Un module d'elearning sur le sujet a été adressé à tous en 2021 et est obligatoire pour tout nouvel arrivant.

**Enfin, nous renforçons notre politique volontariste de maintien dans l'emploi et/ou d'intégration de salariés ou étudiants en situation de handicap**, pour l'ensemble de nos sites en publiant dès 2022, toutes nos offres sur le site Handicap.fr.

**Nous adhérons par ailleurs en 2022 à l'AFMD (agence française du management de la diversité) pour apprendre à construire notre politique diversité/inclusion et définir sa mise en œuvre.**



### MANIFESTE DE L'AFMD

Nous, adhérent-e-s de l'Association Française des Managers de la Diversité, agissons depuis maintenant dix ans, pour rendre nos organisations et notre écosystème plus inclusifs, nos collaborateurs plus respectueux-ses et respecté-e-s. Alors que la société française évolue, que les façons de travailler et les relations professionnelles se transforment, nous avons voulu anticiper les futurs développements du management de la diversité dans nos organisations.



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

## **#engagement 8:**

### Développer notre engagement sociétal

**Parce que le groupe Chantelle accompagne les femmes dans tous leurs moments de vie, nous nous engageons dans la lutte contre les maladies affectant les femmes.**

En participant aux campagnes de prévention du cancer du sein. Nous sommes partenaires d'Odyssea depuis 2013 et depuis 2019 de l'association Ruban Rose et l'opération Octobre Rose, grâce au versement des profits liés à la vente d'une sélection de produits. En 2021, nous avons remis 30 618 euros à l'association Ruban Rose.

En animant des workshop autour du SED – Syndrôme Edher Denlos.

En soutenant les voix s'élevant pour faire connaître l'endométriose au travers d'un podcast « Mon endométriose » : portraits de femmes dépeint par la journaliste Cécile Togni.

En poursuivant notre implication dans la lutte contre la Covid 19 par le don de 235 780 masques.

## Le groupe Chantelle s'investit également dans la lutte contre la précarité des femmes.

En soutenant l'action de l'association Joséphine, du groupe SOS, qui aide les femmes à retrouver confiance, à être regardée autrement, grâce au développement de salons de beauté en France

Et accompagnant le projet Ecolibree, initié par l'association Wallah We Can, en Tunisie, pour lutter contre la précarité menstruelle des jeunes filles. L'association Wallah We Can est une association à but non lucratif œuvrant pour l'enfance et l'éducation en Tunisie.

**Fort de son savoir-faire, Chantelle assure la production à marge nulle de culottes menstruelles, pour Wallah We can, qui fera don d'une partie de ces produits aux jeunes tunisiennes et qui revendra une partie aux ONG demandeuses dans le monde.**

La précarité menstruelle a des effets négatifs sur la santé, sur l'estime de soi et perturbe les études et également l'insertion professionnelle des femmes qui n'ont pas les moyens d'acheter des protections hygiéniques.



## ENJEUX

## 2021 / RÉALISATIONS

## 2025 / AMBITIONS

## # engagement 6

Garantir des  
produits sûrs  
pour nos clientes

TRAÇABILITÉ  
DE NOS PRODUITS

Charte achats responsables signée  
par 95 % de nos fournisseurs de matières  
premières et par 68 % de nos fournisseurs  
de produits finis.

Code de conduite signé par 97 % de nos  
fournisseurs de matières premières et par  
70 % de nos fournisseurs de produits finis.

Ébauche de la cartographie de nos  
risques et structure de notre démarche  
*devoir de vigilance*.

Production de 70% de nos collections  
dans nos propres usines.

**Adhésion aux initiatives  
et certifications pertinentes.**

INNOCUITÉ  
DE NOS PRODUITS

99 % de produits vendus  
certifiés OEKOTEX standard 100.

**100% de nos produits certifiés  
OEKOTEX standard 100**

COMMUNICATION  
TRANSPARENTE

Consolidation de nos données  
RSE dans un seul outil.

**Vers plus d'open source.**

# Nos engagements pour 2025

## ENJEUX

## 2021 / RÉALISATIONS

## 2025 / AMBITIONS

## # engagement 7

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



#### SANTÉ ET SÉCURITÉ DE NOS COLLABORATEURS

#### EQUILIBRE VIE PRIVÉE / VIE PROFESSIONNELLE

#### CULTURE D'ENTREPRISE INCLUSIVE

#### CULTURE D'ENTREPRISE APPRENANTE ET COLLABORATIVE

Mise en place du travail hybride.

CHANTELLE  
Séniors 55 et plus : 157 personnes  
soit 21,27 % de la population totale.  
Apprentis : 27 soit 3,66 %  
de la population totale.  
Handicapés : 36, soit 4,88 %.

DELTA  
Séniors 55 et plus : 37 personnes,  
soit 7,17 % de la population totale.  
Apprentis : 12, soit 2,33 %  
de la population totale.  
Handicapés : 6, soit 1,16 %  
de la population totale.

Pratique de l'échange et du feedback  
régulier.

Score d'engagement de 7,6/10  
en France et population bureau.

Formations : 7 649 heures.

Intégrité de nos collaborateurs  
reconnue. Toujours moins  
d'accidents du travail.

Harmonisation des approches  
au sein du groupe.

Part des travailleurs  
handicapés en progression.

Adhésion AMFD.

8/10 pour être parmi les entreprises  
les plus performantes

Vers toujours plus de dialogue.

## ENJEUX

## 2021 / RÉALISATIONS

## 2025 / AMBITIONS

### # engagement 8

Développer  
notre  
engagement  
sociétal



**LUTTER CONTRE LES MALADIES  
ET LA PRÉCARITÉ**

**ASSOCIER NOTRE SAVOIR-FAIRE  
À DES MARQUES ÉMERGENTES**

**FAIRE FACE AUX DÉFIS  
DE NOTRE SOCIÉTÉ, DÈS QUE  
NOTRE SAVOIR-FAIRE LE PERMET**

30 618 € offert à Ruban rose

La chatte de Françoise  
Les Récupérables

Projet Ecolibree en Tunisie pour lutter  
contre la précarité menstruelle des jeunes  
filles.

**Soutien croissant aux associations  
accompagnées.**

**Soutien régulier aux marques.**

**Recherche & Développement  
accrus au service de la société.**

## PÉRIODE DE REPORTING

Les données collectées couvrent l'exercice comptable arrêté au 31 décembre 2021. 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 12,5% des effectifs. Les activités commerciales en France qui représentent environ 23 % de effectifs sont incluses. Le reporting Environnement intègre depuis 2017 Delta lingerie. En 2021 nous avons supprimé Rouafi du périmètre de la DPEF et retraité les données 2020 sans Rouafi.

## 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 Thaïlande          | Thaïlande | 100       | Industrielle (logistique)         |
| ATMA LINGERIE          | Z.I. Takadoum Lot N°26 RABAT           | Maroc     | 99,9      | Industrielle                      |
| SIGMA Lingerie Co, LTD | Samutsakhon, 74130 Thaïlande           | Thaïlande | 49        | Industrielle                      |

# Notes méthodologiques

En terme de lisibilité, les sous-périmètres DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIÈRE 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.**

« **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 13% 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 78 % 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-FINANCIÈRE 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 DÉCLARATION 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-FINANCIÈRE 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 DÉCLARATION 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 &lt;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                                                                                                                                                                                                                                                                                           | CONSOLIDATION ET CONTRÔLE INTERNE                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| CONSOMMATION D'EAU     | Désigne la consommation d'eau mesurée des sites du Périmètre Etranger et du Périmètre France à l'exception du Périmètre Retail pour lequel une estimation est réalisée, relevée sur l'année et sur la base des factures ramenées au prorata de la période de reporting.                               | Les informations environnementales apportées dans le cadre du présent rapport ont été actualisés 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. |
| CONSOMMATION D'ÉNERGIE | Désigne, sur la base des factures ramenées au prorata de la période de reporting, la consommation d'électricité et de gaz mesurées sur les sites du Périmètre France à l'exception du Périmètre Retail pour lequel une estimation est réalisée ainsi que sur les sites du Périmètre étranger, en kWh. | 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 .                                                                                                                                                                                                                          |
| DÉCHETS                | Désigne l'ensemble des déchets mesurés sur le Périmètre France à l'exception du Périmètre Retail pour lequel une estimation est réalisée. 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.               |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |

# Indicateurs des informations environnementales

# ANNEXES

**ASSOCIATIONS**

RELAIS  
DONNONS LEUR  
UNE CHANCE  
SECOURS POPULAIRE  
BIEN-À-PORTER  
(COVERDRESSING)  
JOSÉPHINE  
RUBAN ROSE

**FOURNISSEURS**

MATIÈRES  
PRODUITS FINIS  
CONSOMMABLES

**ORGANISMES  
PROFESSIONNELS**

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

**PARTENAIRES  
UPCYCLING**

I:CO  
LES RÉCUPÉRABLES

**COLLABORATEURS****PRESTATAIRES**

UPS  
LA POSTE

**MARQUES  
PARTENAIRES**

LE SLIP FRANÇAIS  
LA CHATTE DE FRANÇOISE

**AUTORITÉS  
LOCALES**

COMITÉ DE SOLIDARITÉ  
DE BENI HASSEN  
MUTUELLE DE LA PROTECTION  
CIVILE DE BENI HASSEN

**ÉCOLE ET  
GROUPE SPORTIF**

ÉCOLE HACHED  
DE BENI HASSEN  
CLUB DE HAND BALL  
CORBIE

**CLIENTS**

# Nos parties prenantes

**CONSOMMATION ANNUELLE D'EAU EN M<sup>3</sup>**

|                                      | 2020  | 2021  |
|--------------------------------------|-------|-------|
| Cumul des magasins Darjeeling        | NS    | NS    |
| Cumul des magasins Passionata, CL    | NS    | NS    |
| Sites en Tunisie                     | 5 179 | 5 583 |
| Sites au Maroc                       | 3 902 | 4 134 |
| Site en Thaïlande : Chantasia et ASC | 1 884 | 1 612 |
| Sites en Thaïlande : Sigma           | 0     | 0     |
| Sites au Vietnam                     | 5 065 | 5 487 |
| Chantelle SA : Siège                 | 2 710 | 1 816 |
| Chantelle SA : Epernay               | 5 344 | 607   |
| Chantelle SA : Corbie                | 1 488 | 1 997 |
| Chantelle SA : Villers               | 357   | 463   |
| Chantelle SA : Peronne               | 894   | 808   |

**EAU FRANCE & INTERNATIONAL**

|                                                                                 | 2020   | 2021   | ÉVOLUTION<br>ENTRE 2020 & 2021 |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------|--------|--------------------------------|
| Consommation annuelle d'eau en m <sup>3</sup> des sites industriels et du siège | 26 823 | 22 507 | -16 %                          |
| Effectifs total des sites industriels, du siège, Delta et Chantelle retail      | 3 611  | 3 519  | -3 %                           |
| Consommation annuelle d'eau en m <sup>3</sup> par personne                      | 7,4    | 6,4    | -14 %                          |

# Consommation d'eau en m<sup>3</sup> annuel

PÉRIMÈTRE HORS ROUAFI 2020 ET 2021