

Rapport RSE 2024

CHANTELLE



3

Édito de
Guillaume Kretz

4

Faits Marquants

6

Notre Vision

7

Notre Gouvernance

8

Notre Modèle
d’Affaires

9

Nos Principaux
Risques Extra-Financiers

13

Nos Fournisseurs

14

Présence du Groupe

15

Matrice de Matérialité

16

Chantelle for Change

Nature

18

Minimiser notre
Impact Environnemental

25

Réduire notre
Empreinte Climatique

36

Créer des
Produits Durables

42

Agir en
Transparence

Culture

45

Servir et Représenter
Toutes les Féminités

48

S’engager Auprès
de nos Collaborateurs

54

Assurer Éthique et Respect
des Droits Humains

56

Développer nos
Actions Sociétales

59

Notes & Annexes

J'ai le plaisir de vous présenter notre rapport RSE pour l'année 2024, reflétant notre engagement pour des pratiques commerciales responsables.

Sa préparation a impliqué la collecte de données issues de nos activités (sites de production, entrepôts, magasins, sièges sociaux).

En 2024, notre stratégie de responsabilité environnementale et sociale a progressé ; nous avons accentué la transparence de l'impact des produits. L'affichage de l'éco-score sur les produits en ligne a été généralisé. Cet affichage, basé sur 16 catégories d'impact et calculé par Glimpact (méthodologies PEF/OEF), concernait 75% de la collection en septembre 2024. Des équivalences (ex: consommation électrique d'un foyer européen) facilitent sa compréhension. Son extension aux autres sites européens se poursuit.

La production locale et le savoir-faire (usine d'Épernay, France) sont importants ; nous souhaitons développer son rôle dans la circularité, au-delà de la fabrication. La circularité et l'éco-conception sont centrales. Inspirés par notre concept Chantelle One (lingerie 100 % recyclable, 2021), nous intégrons la fin de vie dès la conception en utilisant des fibres à impact réduit, en évaluant la durabilité (nous faisons parti du projet Durhabi, initiative unique au niveau mondial, portée par l'Institut Français du Textile et de l'Habillement, avec le soutien de l'ADEME et de Refashion, et dont l'objectif principal est de normaliser et fiabiliser l'évaluation de la durabilité physique des produits), et en réduisant les pertes de coupe, les emballages et le plastique d'expédition. La réparation des produits est développée, notamment à Épernay, avec l'industrialisation du service prévue en 2025. L'objectif est de rendre la réparation accessible aux magasins, clients e-commerce et grands magasins.

En 2024, nous avons renforcé la gestion de la chaîne d'approvisionnement et la traçabilité, via un projet pilote avec Trace for Good et la poursuite des audits fournisseurs (conformité sociale/environnementale). Les droits de l'homme et les conditions de travail sont prioritaires. Ceci inclut la collaboration avec la Fair Labor Association et l'intégration de coton Fairtrade. Nous avons participé à des discussions sur le Passeport Numérique de Produit (DPP) et l'utilisation de codes QR pour l'information produit.

La réduction de notre empreinte environnementale cible l'énergie et les émissions de gaz à effet de serre (GES). En 2024, nos objectifs de réduction GES ont été validés par SBTi ; ils sont alignés sur un réchauffement de 1,5°C avec des cibles pour 2029.

Sur le plan social, nous avons soutenu nos employés (plus de 7 500h de formation en France en 2024) et veillé au respect des droits humains. La santé et la sécurité sont prioritaires, via des évaluations des risques et des initiatives de bien-être. La représentation de la diversité (féminités, morphologies, âges) est essentielle pour nos marques Chantelle et Darjeeling. Nous avons poursuivi notre soutien aux associations par des dons et partenariats. Nous nous assurons des bonnes conditions de travail dans nos usines par des audits internes/externes et des certifications (ex: WRAP). La mobilité des employés a été évaluée afin de travailler pour réduire les émissions des trajets domicile-travail.

Ce rapport expose les décisions, actions et progrès de 2024. Malgré certains défis (notamment la collecte de données et l'incertitude du contexte réglementaire), notre engagement pour la transparence et l'amélioration continue persiste.

J'en profite pour remercier Grégory Darcy qui porte nos projets RSE, ainsi que l'ensemble de nos équipes pour leur travail, leur loyauté et leur passion. En cette année 2025, nous célébrons les 30 ans de notre enseigne Darjeeling et nous fêterons les 150 ans du groupe Chantelle en 2026. Ces anniversaires sont les leurs, ainsi que ceux de toutes les personnes qui les ont précédées et ont contribué à notre histoire. La transmission est au cœur de notre ADN : transmission de nos consommatrices à leurs filles, transmission des savoir-faire et transmission des valeurs qui nous guident.

Édito de Guillaume Kretz

Directeur Général du groupe CHANTELLÉ

Science Based Target

L'initiative Science Based Target a validé que les cibles de réduction des émissions de gaz à effet de serre fondées sur des données scientifiques présentées par le groupe CHANTELLE sont conformes aux critères et recommandations du SBTi (version 5.1).

Le groupe CHANTELLE s'engage à réduire les émissions de gaz à effet de serre des scopes 1 et 2 en valeur absolue d'au moins 47% à horizon 2029 par rapport à l'année de référence 2019.

Le groupe CHANTELLE s'engage également à réduire les émissions de gaz à effet de serre du scope 3 de 66% en valeur absolue dans le même délai.



Faits Marquants



Faits Marquants

Fibres à Impact Réduit

+45%* de fibres à impact réduit utilisées pour la production de nos collections.

* en poids en 2024 versus 2023 pour les références/coloris produites au sein de nos propres usines.

Traçabilité Renforcée

Grâce à la Pérennisation du partenariat avec la solution de traçabilité Trace for Good, plus de **90%** de nos produits finis à partir de la collection Printemps-Eté 2025 disposent d'une traçabilité renforcée*.

* La traçabilité renforcée s'entend sur un périmètre élargi par rapport à la traçabilité réglementaire.

Audit

99%* de nos partenaires de rang 1 et **80%*** de rang 2 nominés sont audités par un tiers indépendant selon un référentiel Social reconnu internationalement.

* en valeur d'achats.

Panneaux Photovoltaïques

Plus de **1 000 000 kw** d'électricité produits grâce aux panneaux photovoltaïques implantés sur le toit de nos propres usines au Vietnam et en Tunisie.

Équipe RSE

L'équipe RSE s'éttoffe : arrivée d'une cheffe de projet traçabilité et conformité sociale.

Index Égalité

Index égalité Femmes/Hommes* **89/100** sur Chantelle SA (Siège, entrepôts logistique en Picardie et usine à Epernay).

Sur le réseau de boutiques Chantelle et Darjeeling, les équipes sont à **100%** féminines.

* Périmètre réglementaire France.

Formation

350 collaborateurs formés à l'impact de l'être humain sur la Biodiversité et la responsabilité de l'industrie textile mondiale.

Nous croyons que notre mission est de créer de la lingerie de qualité exceptionnelle, et cela ne changera pas. Nous nous concentrons constamment sur l'innovation pour mettre en valeur la beauté des corps humains et contribuer au bien-être de nos consommateurs.

Nous croyons qu'il est nécessaire de développer une expertise dans tous les aspects, de la conception à la distribution, pour tous les produits que nous fabriquons, afin de devenir la société de lingerie la plus éthique, durable et avant-gardiste de l'industrie.

Nous croyons que nous devons fournir aux consommateurs suffisamment d'informations sur la qualité des produits pour les aider à se défaire de l'addiction à acheter des articles trop bon marché et rapidement jetés.

Nous croyons que nous devons offrir la meilleure expérience d'achat de lingerie centrée sur le consommateur.

Nous croyons au pouvoir des images pour créer un lien émotionnel avec les femmes, pour orienter la façon dont la lingerie est présentée et achetée par les consommateurs.

Nous sommes Chantelle – une entreprise familiale internationale et un studio de création basé à Paris qui conçoit de la lingerie depuis 1876.

À travers nos marques, fondées sur les principes de collaboration et d'innovation, nous souhaitons bousculer les manières conventionnelles de concevoir, représenter et penser la lingerie.

Depuis plus de 145 ans, nous chérissons notre liberté. Nous investissons dans nos capacités industrielles internes, afin de croître de manière indépendante et responsable, et d'établir des standards de haute qualité au sein de notre secteur.

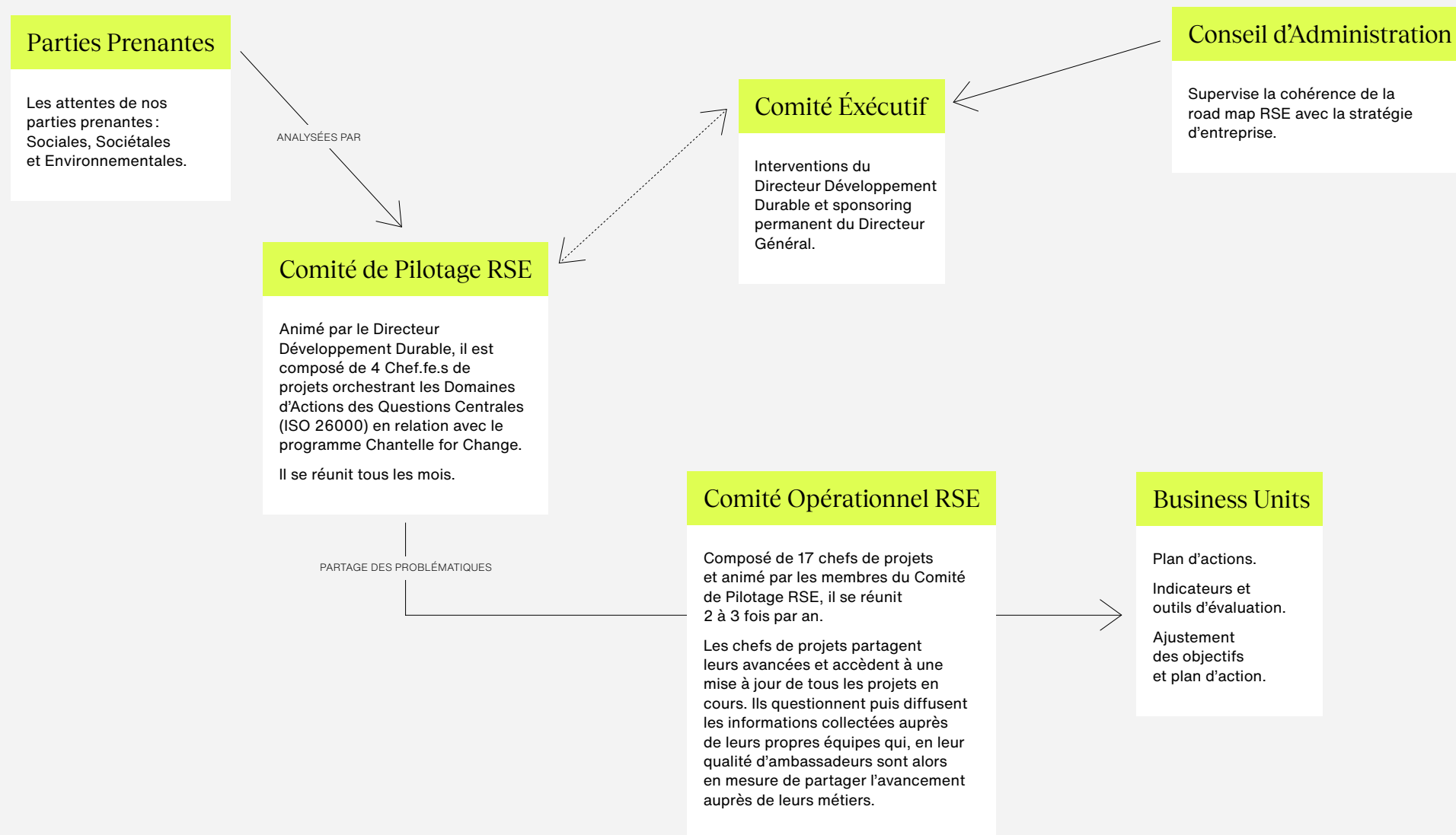
Guidé.e.s par le désir de valoriser et de servir toutes les féminités, nous travaillons quotidiennement à proposer des produits responsables et durables dans le temps, qui conviennent à toutes les morphologies et tous les besoins. Agir en faveur d'une société plus inclusive, équitable et respectueuse est primordial pour nous : nous façonnons nos propres images, des récits authentiques et significatifs, fidèles à nos valeurs, qui bousculent la manière dont les femmes et la lingerie étaient jusqu'alors représentées.

La beauté, sous toutes ses formes, est ce que nous souhaitons protéger : celle des êtres et de leur diversité, celle de la nature et de ses richesses, celle de notre savoir-faire et de son histoire. Nous aspirons à progresser continuellement et collaborons avec nos parties prenantes pour faire mieux et être, ensemble, acteur.rice.s du progrès. Nous accordons une grande importance à la transparence : nous nous engageons à mesurer et à partager régulièrement et de manière détaillée notre impact global.

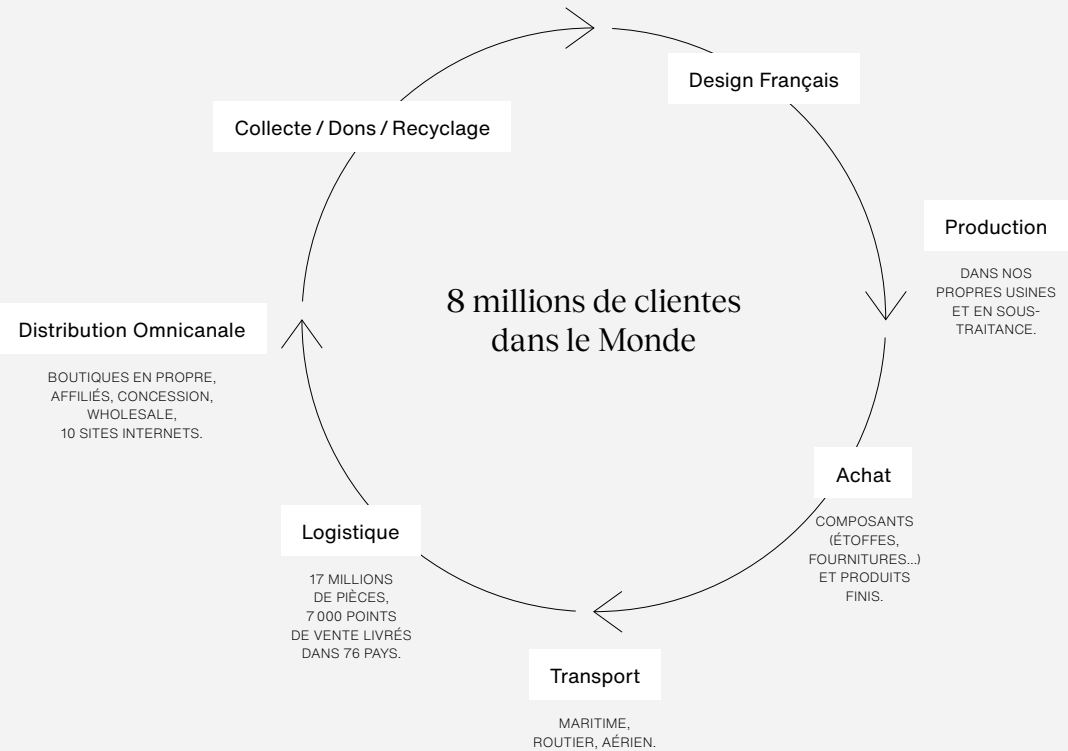
Nous sommes Chantelle, et nous sommes convaincu.e.s que nous avons le devoir de faire la différence. Ensemble, avec vous.

Le changement est une aventure collective.

Notre Vision



Notre Gouvernance



Notre Modèle d’Affaires

Nos engagements pour faire face aux défis environnementaux et sociétaux

- 01 Nature
- Agir pour préserver notre planète
- 02 Culture
- Agir pour une société plus juste

Nos Ressources	La Valeur Créée
RESSOURCES FINANCIÈRES Actionnariat familial. SAVOIR-FAIRE HISTORIQUE Entreprise fondée en 1876. COLLABORATEURS 3 989 collaborateurs dans le monde. FOURNISSEURS 122 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.	CHIFFRE D'AFFAIRES 331 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 <i>made in France</i>. Europe, États-Unis, Canada, Asie, Maghreb. LUTTE CONTRE LES MAUX DE NOTRE SOCIÉTÉ Soutien aux associations Ruban Rose, Odyssea, En Avant Toutes, Règles Élémentaires, Agence du don en Nature. INNOVATION Chantelle One, 1^{ère} lingerie 100 % recyclable, Pulpies.

Éthique	Risques Principaux	Opportunités	Plan D’actions (incluant les moyens mis en œuvre dont, l’organisation)	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 UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE	Assurer éthique et respect des droits humains.	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 UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE	Assurer éthique et respect des droits humains.	Enregistrement, suivi et point annuel sur les signalements.

SUITE DU TABLEAU ET AUTRES RISQUES EXTRA-FINANCIERS EXPRIMÉS PAGES SUIVANTES (10 À 13)

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 PLANÈTE	Minimiser notre impact environnemental.	Plateforme CITRON pour l’énergie, procédure de gestions des déchets et objectifs de réduction à la source, plateforme de traçabilité Trace for Good 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 PLANÈTE	Minimiser notre impact environnemental et créer des produits durables.	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 mettre en œuvre dans le cadre de l’initiative du Science Based Target.	AGIR POUR PRÉSERVER NOTRE PLANÈTE	Réduire notre empreinte climatique.	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 PLANÈTE	Minimiser notre impact environnemental.	Plateforme CITRON, Rapports d’audits. Suivi des consommations et facturation.
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 CHANTELLÉ ONE pour les appliquer à toutes les collections, travailler en filière pour innover.	AGIR POUR PRÉSERVER NOTRE PLANÈTE	Créer des produits durables.	Plateforme GLIMPACT.
BIODIVERSITÉ	Perte irréversible de biodiversité, dépendance vitale.	Valoriser, préserver et respecter la nature peut conférer un avantage concurrentiel.	Réduire notre impact participant au dérèglement climatique, maîtriser les risques de pollution, puis se questionner sur les autres facteurs de perte de biodiversité.	AGIR POUR PRÉSERVER NOTRE PLANÈTE	Minimiser notre impact environnemental et créer des produits durables.	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 et à la pollution de l’eau et des sols.

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, poursuivre la relation de proximité avec les CSSCT (analyse commune des risques), mise en place du travail hybride, temps partiel choisi.	AGIR POUR UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE	S'engager auprès de nos collaborateurs.	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 UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE	Assurer éthique et respect des droits humains.	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 UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE	Créer des produits durables.	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, mentoring, communication sur l'usage du CPF, comité mobilité.	AGIR POUR UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE	S'engager auprès de nos collaborateurs.	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 UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE	S'engager auprès de nos collaborateurs.	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 UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE	S’engager auprès de nos collaborateurs.	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 UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE	S’engager auprès de nos collaborateurs.	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 PRÉSERVER NOTRE PLANÈTE	Minimiser notre impact environnemental.	Durabilité normée NF EN (en cours) et incidence sur l’impact environnemental, et reconnaissance par le biais des éco-modulations de ReFashion (éco-organisme de la REP TLC).
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 opposables de nos engagements en terme d’éco-conception.	AGIR POUR PRÉSERVER NOTRE PLANÈTE	Agir en 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 opposables, utilisation d’outils digitaux.	AGIR POUR PRÉSERVER NOTRE PLANÈTE ET POUR UNE SOCIÉTÉ PLUS JUSTE	Minimiser notre impact environnemental et assurer éthique et respect des droits humains.	Trace For Good.



Nos Fournisseurs

Fournisseurs de Matières/Fournitures

Europe	20	Asie	55	Amérique	1
Autriche	1	Chine	25	États-Unis	1
Belgique	1	Madagascar	1		
Espagne	2	Sri Lanka	3		
France	6	Taiwan	5		
Italie	7	Thaïlande	18		
Roumanie	1	Vietnam	3		
Slovénie	1				
Turquie	1				

Fournisseurs de Produits Finis

Europe	12	Asie	34
France	3	Bangladesh	2
Italie	2	Cambodge	2
Portugal	1	Chine	19
Pologne	1	Inde	10
Turquie	5	Vietnam	1



Filiales Commerciales	
507 COLLABORATEURS	
Allemagne/Autriche	Grande Bretagne
Australie	Italie
Benelux	Mexique
Dubai	Pologne
Espagne-Portugal	Suède-Finlande
États-Unis	Suisse
Canada	Taiwan

Présence du Groupe

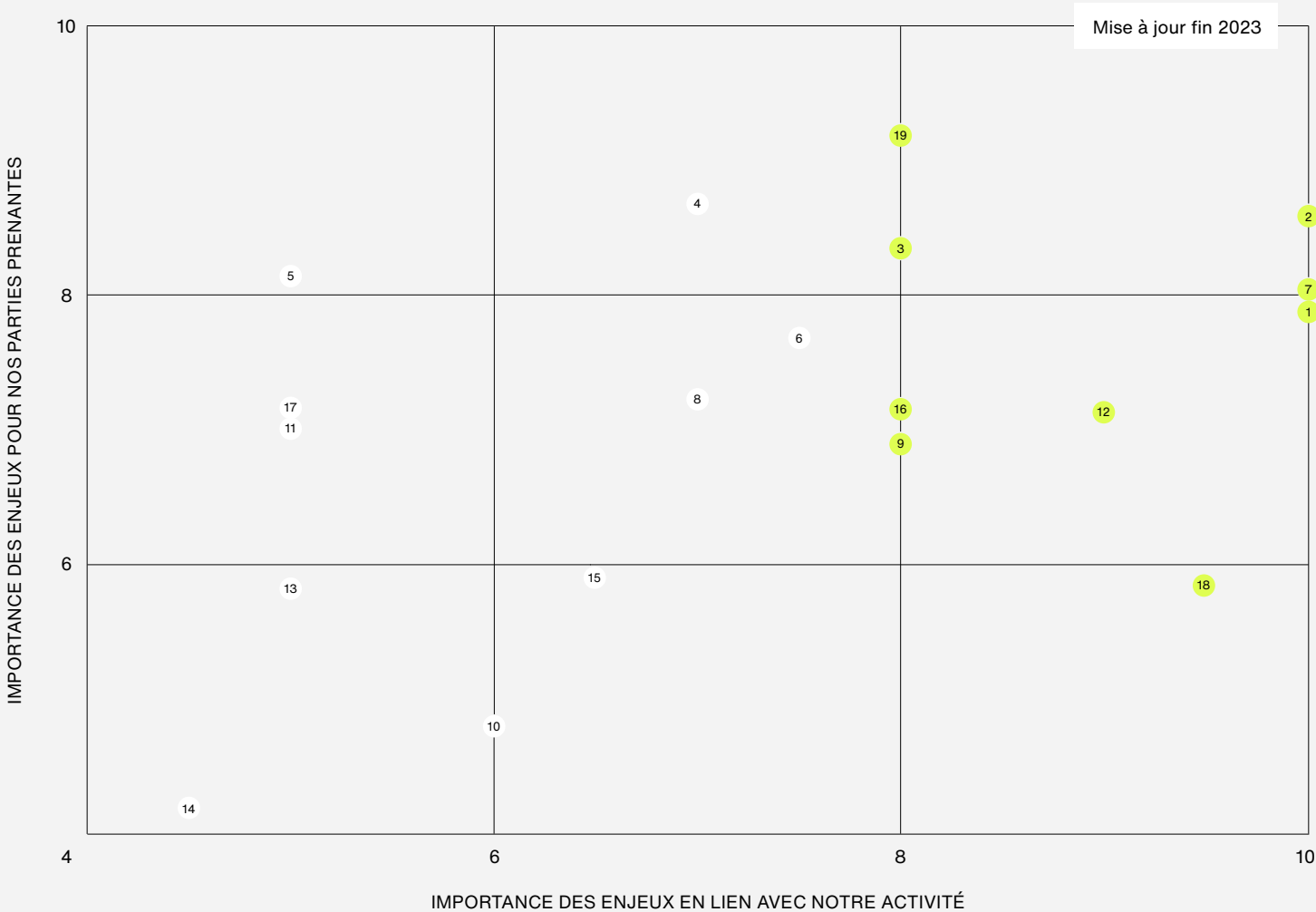
Notre stratégie Chantelle for Change est basée sur l'analyse de matérialité ci-contre. Elle repose sur 2 piliers :

Nature

- 6 Efficacité et sobriété énergétique
- 9 Impact environnemental
- 12 Impact sur le climat
- 17 Biodiversité
- 5 Économie circulaire, réutilisation et recyclage
- 7 Qualité et sécurité produits
- 10 Communication responsable et transparente sur nos produits
- 16 Traçabilité et transparence sur la chaîne de valeur
- 11 éco-conception de nos collections
- 15 Innovation et recherche

Culture

- 18 Offres inclusives et accessibles à tou.te.s
- 1 Éthique dans les relations commerciales
- 2 Droits humains et conditions de travail dans la chaîne d'approvisionnement
- 3 Santé, sécurité et bien-être au travail de nos collaborateurs
- 4 Communication sans stéréotype
- 8 Développement du savoir faire et du savoir être de nos collaborateurs
- 13 Dons et partage
- 14 Partage équitable de la valeur créée par l'entreprise
- 19 égalité, diversité et inclusion



À la date de rédaction de ce rapport, le groupe Chantelle devait être soumis à partir de l'exercice 2025 à la directive européenne de reporting extra-financier CSRD transcrite en droit français. Dans ce cadre, nous avons développé, avec l'accompagnement du cabinet KPMG, notre matrice de double matérialité qui sera rendue publique en 2026.

Afin de définir nos Impacts, Risques et Opportunités, nous nous sommes basés sur les enjeux identifiés au sein de notre matrice de matérialité ci-contre. Lesquels permettent de répondre à l'attendu de l'ensemble des ESRS de la directive.

Notre Matrice de Matérialité



Chantelle for Change

01

Nature

Agir pour préserver notre planète

- | | |
|--------------|--|
| Engagement 1 | Minimiser notre impact environnemental |
| Engagement 2 | Réduire notre empreinte climatique |
| Engagement 3 | Créer des produits durables |
| Engagement 4 | Agir en transparence |

02

Culture

Agir pour une société plus juste

- | | |
|--------------|---|
| Engagement 5 | Servir et représenter toutes les féminités |
| Engagement 6 | S'engager auprès de nos collaborateurs |
| Engagement 7 | Assurer éthique et respect des droits humains |
| Engagement 8 | Développer nos actions sociétales |

01 Nature

Agir pour préserver notre planète





Engagement 1

Minimiser notre Impact Environnemental

Nous avons mené une évaluation de notre empreinte environnementale pour l'année 2024 en collaboration avec notre partenaire, le bureau d'études Yukan - Glimpact, dans le prolongement des travaux engagés depuis 2022. Cette analyse s'inscrit dans une démarche comparative avec notre année de référence 2019 ainsi que l'année précédente, 2023.

Les évaluations ont été réalisées conformément à la méthode O.E.F (Organisation Environmental Footprint), en appliquant rigoureusement la méthodologie v.1.3 et en s'appuyant sur la base de données v.3.1.

Les activités prises en compte, les critères d'impact et les postes d'émissions sont détaillés en annexe (pages 62, 63 et 64).

6 757 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.

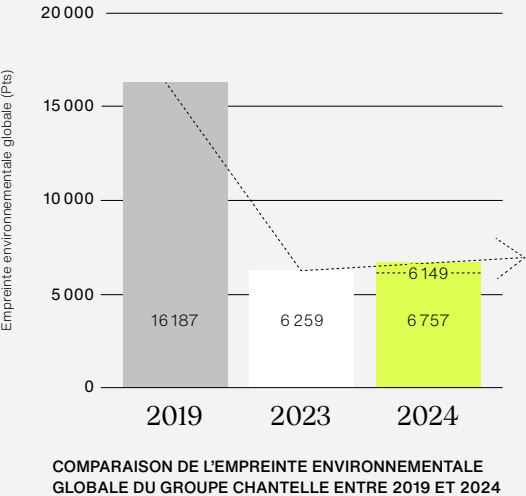
Les émissions de gaz à effet de serre, l'appauvrissement en ressources fossiles, les émissions de particules fines ainsi que l'acidification (sols et océans) et la formation photochimique d'ozone représentent 67 % de l'empreinte environnementale du groupe CHANTELLE.

CATÉGORIES D'IMPACT	SCORE (µPt)	%
Acidification	411 450 016	6 %
Changement Climatique	1 690 285 638	25 %
Toxicité Eau Douce	287 906 223	4 %
Eutrophisation Marine	180 656 358	3 %
Eutrophisation Eau Douce	61 714 096	1 %
Eutrophisation Terrestre	215 187 140	3 %
Toxicité Humaine Cancer	84 676 817	1 %
Toxicité Humaine	85 086 222	1 %
Radiations Ionisantes	51 072 982	1 %
Utilisation Des Sols	255 593 957	4 %
Appauvrissement Couche Ozone	9 038 345	0 %
Formation Ozone	270 493 814	4 %
Utilisation de Ressources Fossiles	1 063 899 890	16 %
Appauvrissement Minerais	758 506 462	11 %
Utilisation D'eau	284 138 207	4 %
Particules Fines	1 047 420 406	16 %
Empreinte Environnementale	6 757 126 572	

N°	POSTES D'ÉMISSIONS	SCORE (Pts)	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL
SCOPE 1 ÉMISSIONS DIRECTES DE GES	1 Émissions Directes des Sources Fixes de Combustion	40	0,59 %
	2 Émissions Directes des Sources Mobiles à Moteur Thermique	57	0,84 %
	3 Émissions Directes des Procédés Hors Énergie	5	0,07 %
	4 Émissions Directes Fugitives	17	0,26 %
	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	207	3,07 %
	7 Émissions Indirectes liées à La Consommation De Vapeur, Chaleur ou Froid	0	0 %
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 »	72	1,07 %
	9 Achats de Produits et de Services	3 473	51,40 %
	10 Immobilisation des Biens	608	9 %
	11 Déchets	-20	-0,30 %
	12 Transport de Marchandise Amont	834	12,35 %
	13 Déplacements Professionnels	17	0,26 %
	14 Actifs en Leasing Amont	0	0 %
	15 Investissements	0	0 %
	16 Transport des Visiteurs et des Clients	0	0 %
	17 Transport des Marchandises Aval	155	2,30 %
	18 Utilisation des Produits Vendus	789	11,67 %
	19 Fin des Produits Vendus	-32	-0,47 %
	20 Franchise Aval	0	0 %
	21 Leasing Aval	0	0 %
	22 Déplacement Domicile Travail	534	7,90 %
	23 Autres Émissions Indirectes	0	0 %
Total		6 757	

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 2024



COMPARAISON DE L'EMPREINTE GLOBALE

Les catégories d'impact représentant au moins 70% de notre empreinte globale sont interdépendantes et liées à notre consommation directe ou indirecte de ressources fossiles.

L'engagement que nous avons pris ces 3 dernières années d'agir pour réduire notre empreinte climatique (VOIR ENGAGEMENT 2 PAGE 25) reste le levier le plus efficace et cohérent pour réduire notre empreinte environnementale globale.

L'utilisation de la méthodologie européenne O.E.F pour évaluer notre trajectoire chaque année nous permet également d'anticiper et de prévenir tout risque de transfert d'impact pouvant résulter des décisions stratégiques que nous serons amenés à prendre.

Mise à Jour Méthodologique

À PARTIR DE L'O.E.F 2024, SUITE À L'INTÉGRATION DES RECOMMANDATIONS DU SBTi

POSTE 23. AUTRES ÉMISSIONS INDIRECTES

En 2023, il s'agissait de prendre en compte les dépenses de services estimées selon la recommandation de l'OEFSR Retail (pour x kg de produits vendus, dépenses de x k€ répartis dans différents services tels que les frais d'avocats, de marketing, etc.)

Dorénavant ces émissions sont intégrées au poste 9 « Achats de produits et de services ».

POSTE 20. FRANCHISE AVAL

En 2023, il prenait en compte les impacts liés à l'électricité et au gaz consommés dans les boutiques et les entrepôts n'appartenant pas à Chantelle. Ainsi que la part du transport entre nos entrepôts et les points de vente de nos clients BtoC mais aussi la part liée au stockage.

Dorénavant ces émissions sont réparties dans les impacts liés aux boutiques, en poste 17, au transport de marchandises aval, et pour les impacts liés aux entrepôts, en poste 12 « Transport de marchandise amont ».

POSTE 10. IMMOBILISATION DES BIENS

Les émissions dues à l'implantation de nos infrastructures (bâtiments exploités par nos activités) ont été comptabilisées selon les recommandations de la méthode BGES (amortissement sur la durée de vie des biens immobilisés).

L'augmentation en 2024 de 8% de l'empreinte environnementale globale résulte de la prise en compte de nos infrastructures dans le poste 10.

Afin d'être comparable, nous devrions mettre à jour les OEF des années précédentes. C'est ce qui devrait être réalisé en 2025 en même temps que la mise à jour permettant de prendre en compte la version méthodologique 3.1 du PEFCR Apparel & Footwear.

Cette hausse s'explique par l'augmentation de l'utilisation des sols ainsi que de l'utilisation de ressources métalliques dans les bâtiments (ressources minérales et métalliques).

En excluant l'impact de l'immobilisation des biens, l'empreinte environnementale en 2024 pourrait être évaluée à 6149 pts soit une réduction de 1,8%.

Elle s'explique principalement par la diminution de l'impact relatif aux consommations d'électricité décarbonée par nos infrastructures, par la finesse du suivi des modes de transport amont.

Le dérèglement climatique et les différentes formes de pollutions, comme l'acidification des sols et des océans, sont parmi les cinq principales causes d'érosion de la biodiversité.

Notre volonté d'agir pour réduire notre empreinte climatique se traduit donc aussi par la diminution de l'impact de nos activités sur la biodiversité.

Dans cette dynamique, nous développerons de nouvelles initiatives en faveur de la nature et des écosystèmes dans les années à venir.

En 2024, le cabinet **Des Enjeux & des Hommes** nous a permis de former, au travers d'une Fresque de la Biodiversité, notre Comité de Pilotage RSE ainsi que les chef.fe.s de projet participant à la réduction de notre empreinte environnementale et climatique.

Les conclusions de cet exercice ont servi à l'élaboration d'un support de sensibilisation présenté aux collaborateurs de notre siège social en France lors d'une session dédiée, en présentiel. Ce support, traduit en anglais, a permis d'élaborer deux modules de formation digitale mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs du groupe à l'international :

- 1 — Comprendre et préserver la biodiversité,
- 2 — L'industrie textile et la mode face à la biodiversité.

Nous y avons également développé nos engagements à court terme.

Au total, plus de 70 collaborateurs ont pu être sensibilisés au sein de notre siège social en France. À cela s'ajoutent près de 280 collaborateurs ayant pu être sensibilisés en format digital, en France et à l'étranger, au sein de nos filiales industrielles et commerciales.



COMPARAISON DE L'EMPREINTE GLOBALE

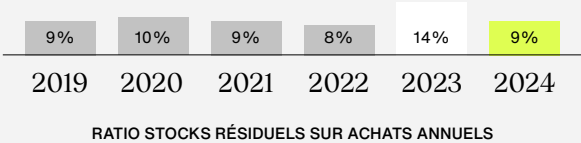
Optimiser le Cycle de Vie de nos Matières

Les matériaux des étoffes et fournitures utilisées pour la confection de nos collections représentaient 43% de notre empreinte environnementale globale en 2019, et encore 25% en 2023. Il est donc essentiel pour nous de les choisir et de les utiliser de manière optimale.

En 2024, nous avons acheté 1,8% de composants (étoffes et fournitures) de plus qu'en 2023, tout en gérant l'atterrissage des consommations liées à la fabrication des articles de la marque Passionata que nous avons vendue au 1^{er} semestre.

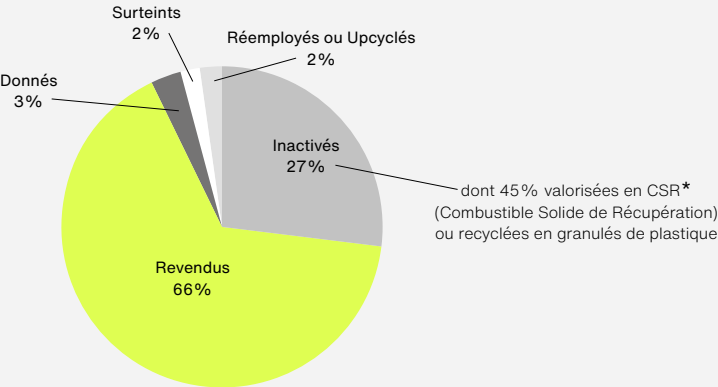
Malgré cela, nous avons réussi à optimiser notre consommation pour atteindre une réduction de presque 24 % sur nos bilans résiduels de fin d'année.

Concernant notre objectif de réduction du ratio 'stocks résiduels sur achats annuels', nous atteignons 9% contre 14% l'an dernier, avec un objectif à court terme de 8%.



En 2024, nous avons largement dépassé notre objectif de consommation des stocks, en atteignant un niveau de 73 % contre un objectif initial de 35 %. Cette performance s'explique principalement par l'inactivation des mailles stockées depuis 2020, qui avaient permis la fabrication de masques de protection lors de la pénurie liée à la COVID 19, et qui ont pu être revendues.

Même en excluant ces quantités, nous avons considérablement surpassé nos objectifs, avec 47 % des stocks résiduels consommés grâce à nos initiatives de vente, de dons, de surteinture, de réutilisation et d'upcycling.



RÉPARTITION DE LA CONSOMMATION DES STOCKS RÉSIDUELS

Cette année, nos dons sont estimés à plus de 72 000 €, très majoritairement adressés à des institutions de formation.

Plus de 1,7 tonnes de textile ont pu être surteintes, passant d'un coloris saisonnier à un coloris noir permanent permettant leur réutilisation au sein de nos productions récurrentes.

*La facturation relative à ces quantités valorisées, dont le mouvement de stock a eu lieu en 2024, peut intervenir en 2025.

TOTAL (en Tonnes)	2022	2023	2024	2024 VS 2022
Déchets produits	831,8	739,4	659	-20,8%
Déchets valorisés	346,2	429,1	501,2	44,8%
Déchets détruits	485,5	331,4	157,8	-67,5%

EVOLUTION DES DÉCHETS PAR TYPOLOGIE

La production de déchets est directement liée à notre activité groupe. Néanmoins notre reporting se concentre sur les activités industrielles en France et à l'étranger ainsi que sur celles de notre siège social français basé à Cachan en région parisienne.

Les activités commerciales (boutiques ou filiales) ne disposent pas de suivi car pris en charge par les bailleurs des locaux loués ou par les municipalités sans comptage possible.

TOTAL (en Tonnes)	DÉCHETS TEXTILE	DÉCHETS PAPIER/CARTON	DÉCHETS DIB	DÉCHETS PLASTIQUE
Déchets produits	242,5	223,7	167,2	21,1
Déchets valorisés	155,6	222,8	98,9	18,7
Déchets détruits	86,9	0,91	67,3	2,4

PRINCIPAUX DÉCHETS EN 2024

Les trois principaux types de déchets identifiés au sein du groupe sont les déchets textiles, les cartons et papiers, et les DIB (Déchets Industriels Banals).

Les DIB sont quantifiés chez Chantelle SA et non dans les entités industrielles à l'étranger, les organismes collectant ces déchets étant majoritairement des municipalités ne disposant pas d'une organisation pour la pesée de ceux-ci.

Les déchets textiles proviennent des opérations de coupe avant confection de matières livrées en laize (large ou étroite), et de matières inactives. Ces 2 typologies sont examinées au cœur des projets en cours concernant la réduction des pertes à la coupe (V. page 38) ainsi que l'optimisation du cycle de vie de nos matières. (V. page 21)

Dans le cadre du projet de Réduction de l'impact environnemental de nos activités internes, nous poursuivons nos efforts cette année avec des objectifs clairs et des actions mesurables.

Réduire, réutiliser, trier et traçer nos déchets : ces principes guident nos engagements, désormais intégrés à des politiques écrites.

Nous veillons aussi attentivement aux conditions d'hygiène et de sécurité appliquées par nos partenaires de collecte, tri et recyclage, en France comme à l'international.

Depuis deux ans, nous avons réduit de plus de 20% le poids des déchets générés par notre activité, tout en augmentant la part valorisée de presque 45%. Résultat : une réduction des quantités détruites de presque 68%.

En parallèle, depuis le mois d'avril 2024, au sein de notre siège social en France, nous collectons les bio-déchets issus de la restauration collective séparément afin qu'ils puissent être valorisés par compostage ou méthanisation. Cela représente, en neuf mois, 3600 kg soit 150 g par repas.

En 2025, nous devrions travailler main dans la main avec notre gestionnaire de restauration, afin de sensibiliser les équipes en cuisine et les salariés venant se restaurer pour réduire la part de déchet par repas et s'approcher d'un seuil de 120 g.

Réduire & Valoriser nos Déchets



Gestion de l'Eau

CONSUMMATION ANNUELLE D'EAU (en m³)	2023	2024	ÉVOLUTION
Tunisie : Sofam, Sotufam, Chantuni, BSC	5 495	4 363	-20,60%
Maroc : Atma, Famaco	4 313	3 989	-7,51%
Thaïlande : Chantasia, ASC	2 330	2 094	-10,13%
Thaïlande : Sigma	5 911	6 557	10,93%
Vietnam : Chantnam	4 848	6 944	43,23%
Chantelle SA : Cachan	2 377	1 868	-21,41%
Chantelle SA : Épernay	945	832	-11,96%
Chantelle SA : Corbie	1 454	2 209	51,92%
Chantelle SA : Villers	576	536	-6,94%
Chantelle SA : Péronne	1 517	1 084	-28,54%
Total	29 766	30 476	2,32%

En 2023, la consommation directe et indirecte d'eau constituait 3,8% de notre empreinte environnementale globale.

89% de cette empreinte sont liés à la production et à l'utilisation des articles intégrés dans nos collections. En détail :

- 35% proviennent directement de la culture de fibres naturelles,
- 25% des procédés d'ennoblissement,
- moins de 20% de l'entretien des articles par nos clientes
- 7% sont imputables à la production d'électricité consommée pour nos activités et celle de notre chaîne de valeur
- environ 2% proviennent de nos besoins sanitaires et de sécurité sur nos sites en propres

En concentrant nos efforts sur la réduction de notre consommation directe ou indirecte de ressources fossiles, à moyen terme, nous pourrions travailler avec nos fournisseurs, notamment teinturiers, et limiter l'usage de l'eau lors des processus de production.

La vigilance est également de mise quant aux pays et aux méthodes de culture ou d'élevage permettant d'obtenir des fibres naturelles.

Et ce, même si nous nous engageons déjà à utiliser un coton à 100% d'origine biologique d'ici fin 2026.

En attendant, nous poursuivons nos efforts pour maîtriser notre consommation d'eau sur nos sites en propre.

Si notre consommation est restée stable par rapport à l'année dernière, certains événements exceptionnels tels qu'une fuite sur le réseau de notre site logistique de Corbie, le remplissage des chillers pour la production de froid, ainsi que l'entretien du réservoir incendie au Vietnam, ont entraîné une augmentation significative de la consommation.

Les autres entités ont, quant à elles, significativement réduit leur consommation d'eau, à l'exception de notre usine de confection en Thaïlande, où, à la date de rédaction du rapport, nos investigations étaient toujours en cours.

Engagement 2

Réduire notre Empreinte Climatique

Notre bilan carbone établi sur les Scopes 1, 2 et 3 est extrait de l'évaluation de notre empreinte globale obtenue par application de la méthodologie européenne de l'O.E.F selon les bases de données 3.1 et calculée par notre partenaire Yukan - Glimpact.



Le 20 décembre 2024, le SBTi* a validé que les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre soumis par le groupe Chantelle étaient conformes à ses critères et recommandations (Version 5.1).

Le SBTi a notamment reconnu que les ambitions du groupe Chantelle concernant les scopes 1 et 2 s'alignaient sur la trajectoire 1,5°C (de réchauffement planétaire à la fin du siècle par comparaison à l'ère pré-industrielle).

Le groupe Chantelle s'engage ainsi à réduire en valeur absolue de 47,43 % ses émissions de gaz à effet de serre sur les scopes 1 et 2 en 2029, par rapport à l'année de référence 2019.

Il s'engage également à réduire de 66% en valeur absolue ses émissions sur le scope 3, selon le même calendrier.

*L'initiative Science Based Targets (SBTi) est une collaboration entre le CDP (Carbon Disclosure Project), le Pacte mondial des Nations Unies, le WRI (World Resource Institute) et le Fonds mondial pour la nature (WWF). Le SBTi définit et promeut les meilleures pratiques en matière de fixation d'objectifs fondés sur des données scientifiques et évalue de façon indépendante les objectifs des entreprises.

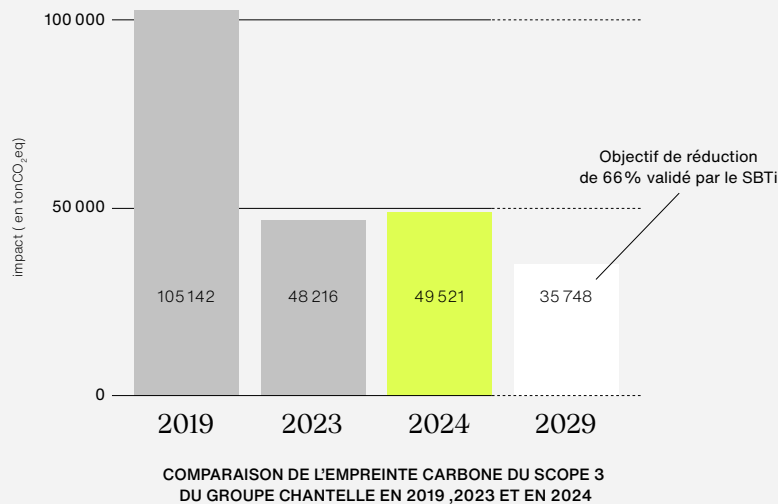
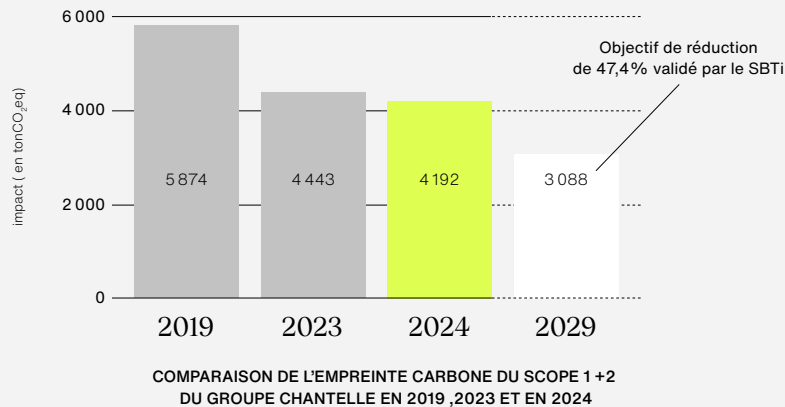
	N°	POSTES D'ÉMISSIONS	SCORE (tons CO ₂ Eq)	ÉMISSIONS OPTIONNELLES (tons CO ₂ Eq)	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL
SCOPE 1 ÉMISSIONS DIRECTES DE GES	1	Émissions Directes des Sources Fixes de Combustion	744,76		1,22%
	2	Émissions Directes des Sources Mobiles à Moteur Thermique	662,74		1,08%
	3	Émissions Directes des Procédés Hors Énergie	0		0%
	4	Émissions Directes Fugitives	388,40		0,64%
	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 (location based)	3040,59		4,98%
		Émissions Indirectes liées à la Consommation d'Électricité (market based)	2396*		3,92%
	7	Émissions Indirectes liées à La Consommation De Vapeur, Chaleur ou Froid	0		0%
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 »	553,64		0,91%
	9	Achats de Produits et de Services	25380,28		41,54%
	10	Immobilisation des Biens	2719,48		4,45%
	11	Déchets	226,56	-31,73	0,37%
	12	Transport de Marchandise Amont	11573,40		18,94%
	13	Déplacements Professionnels	235,18		0,38%
	14	Actifs en Leasing Amont	0		0%
	15	Investissements	0		0%
	16	Transport des Visiteurs et des Clients	0		0%
	17	Transport des Marchandises Aval	1912,06		3,13%
	18	Utilisation des Produits Vendus	0	7389,82	12,09%
	19	Fin des Produits Vendus	899,76	-449,23	1,47%
	20	Franchise Aval	0		0%
	21	Leasing Aval	0		0%
	22	Déplacement Domicile Travail	6020,30		9,85%
	23	Autres Émissions Indirectes	0		0%
		Total	53 713	6 908,85	
		Score avec les Émissions Optionnelles	60 621		

Périmètre Groupe

ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE EN 2024

sur les scopes 1 à 3

* Valeur retenue pour le score global



Note Méthodologique / GHG Protocol

APPLICATION DU GHG PROTOCOL REQUIS PAR LE SBTi

Concernant le **scope 2**, il existe deux méthodes permettant de prendre en compte les impacts des émissions indirectes liées à la consommation d'électricité : « Market-Based Method » et « Location-Based Method », qui doivent toutes les deux être calculées pour répondre aux exigences méthodologiques et par conséquent au SBTi.

La « Market-Based Method » permet de prendre en compte les sources d'électricité spécifiques utilisées par l'entreprise, notamment renouvelables et qui peuvent être justifiées (Par exemple les contrats d'approvisionnement en énergie renouvelable, etc.). Les impacts liés aux consommations d'électricité sont calculés sur base du pays, mais aussi de la source spécifique d'électricité consommée .

Dans le cas de la « Location-Based Method », les impacts sont quantifiés en utilisant des données moyennes, plus globales, à l'échelle d'une région, ou d'un pays.

Le processus retenu pour l'évaluation de notre empreinte environnementale et climatique est l'approche « Market-Based », correspondant à la réalité de notre production et consommation d'électricité. Il a donc été appliqué à l'ensemble des années évaluées depuis 2019, notre année de référence.

Concernant le **scope 3**, la méthodologie requise demande à ne pas comptabiliser les émissions de gaz à effet de serre générés par l'utilisation de nos produits par le client.

D'autre part, l'immobilisation des biens, c'est à dire l'impact des bâtiments que nous exploitons est pris en compte à partir de l'année 2024. C'est pourquoi notre empreinte carbone globale (somme des 3 scopes) n'a pas diminué entre 2023 et 2024 et ce, même si nous avons pris des mesures pour réduire nos émissions comme décrit dans les pages suivantes.

La méthode GHG Protocol diffère sur ce point de la méthode applicable à l'O.E.F puisque tous les impacts sont pris en compte l'année d'acquisition du bien. Ces bâtiments n'ont pas été acquis ou ne sont pas en exploitation depuis 2024, mais il nous a semblé plus cohérent de reporter leur impact sur cette année afin de les rendre visibles. Leur impact carbone ne devrait donc plus être pris en compte lors des prochaines itérations annuelles.

Nos Ambitions

Nos ambitions, en complément des choix stratégiques déployés dès 2020 sur le périmètre de notre offre, les segments de produits, ainsi que les marques réunies sous la méga-marque CHANTELLE, sont celles présentées dans notre DPEF 2023 et validées par le SBTi.

Scopes 1 + 2

Réduire notre consommation de gaz naturel en France, servant notamment à chauffer nos entrepôts logistiques en Picardie et notre usine située à Epernay.

DÉVELOPPEMENT EN PAGE 30

Réduire les fuites de fluides frigorigènes utilisés dans les climatisations, notamment au sein de nos usines au Maghreb et en Asie.
Nous avons débuté en 2023 et poursuivi en 2024 nos efforts de renouvellement des climatiseurs utilisés au sein de notre usine au Vietnam. Outre la réduction de consommation obtenue par l'exploitation de matériels plus efficaces, nous devons être vigilants aux types de fluides utilisés afin de maîtriser les risques liés à la perturbation de la couche d'ozone stratosphérique et au PRG (Pouvoir de réchauffement global) associé.
Sur Chantasia, notre entrepôt de composants en Thaïlande, nous nous sommes notamment équipés de matériels fonctionnant au R32 ayant un PRG presque 3 fois inférieur au fluide utilisé dans les installations historiques.

Réduire la consommation de carburant des véhicules de société en renouvelant la flotte et en électrifiant une partie de celle-ci, notamment en France.

Nous avons atteint notre objectif de -25% de consommation au Maroc et sommes quasiment à -10% en Tunisie. Ces réductions résultent d'actions telles que le regroupement de navettes inter-sites ou le covoiturage, l'utilisation du train entre nos usines situées à Casablanca et à Rabat, ou encore le renouvellement progressif du parc de véhicules selon un cahier des charges basé sur les exigences les plus strictes en France (Poids, Type de carburant, Consommation).

POUR LA FRANCE, LES ACTIONS SONT DÉCRITES EN PAGE 31

Exploiter pleinement le parc photovoltaïque déployé sur le toit de nos usines en Tunisie.
Installer un parc photovoltaïque au Vietnam

DÉVELOPPEMENT EN PAGE 34

DÉVELOPPEMENT EN PAGE 34

Scope 3

Privilégier des modes de transports moins polluants pour l'approvisionnement des matières et des fournitures livrées dans notre entrepôt en Thaïlande.

En 2024, nos livraisons, en poids, ont été opérées à 47 % par route, 26 % par bateau et 27 % par voie aérienne.

Depuis de longues années, nous nouons un véritable partenariat de confiance avec nos fournisseurs. Nous anticipons nos besoins en réservant nos fils et nos écrus à l'avance et partageons en toute transparence nos prévisions, établies à partir de nos propres estimations de vente et de nos calculs de besoin. En contrepartie, nous leur demandons la même transparence ainsi qu'une qualité de service excellente. Cette approche nous permet de mieux planifier nos approvisionnements et ainsi de réduire les situations d'urgence, contribuant à améliorer le ratio Route / Maritime / Aérien. Notre objectif pour les trois prochaines années : atteindre 50 % des livraisons par route, 35 % par bateau et réduire le transport aérien à 15 %.

Privilégier des modes de transports moins polluants pour l'approvisionnement des matières et des fournitures livrées de notre entrepôt en Thaïlande vers nos usines en Asie et au Maghreb

Notre usine en Thaïlande étant à proximité de notre site de stockage, elle est alimentée en matières et fournitures exclusivement par camion.

Notre site de production au Vietnam est alimenté à 72,5 % par bateau, 16,5 % par camion et 11 % par voie aérienne.

Quant à nos usines au Maghreb, elles reçoivent près de 50 % de leurs matières et fournitures, en poids, par ferry/camion depuis notre entrepôt en France. Le reste étant approvisionné par voie aérienne depuis notre entrepôt thaïlandais.

Grâce à 1/ l'augmentation progressive de notre capacité de production en Asie et 2/ le travail mené pour stabiliser notre chaîne d'approvisionnement, nous sommes en bonne voie pour atteindre nos objectifs.

Maintenir ou augmenter nos efforts d'anticipation permettant une livraison majoritairement par voie maritime des produits achetés à nos partenaires de production, confectionneurs notamment de nos collections d'Underwear ou de Lingerie de nuit.

En 2024, le transport terrestre ou maritime de ces catégories de vêtements représente 61 % de nos approvisionnements en poids.

Le Vietnam, où se trouve l'un de nos principaux partenaires de production, constitue un levier clé d'optimisation. Le projet TOM (Target Operating Model) pour la Supply Chain vise à offrir une vision plus stable et précise de nos besoins, à réduire les situations d'urgence, favorisant ainsi le transport maritime depuis le Vietnam.

Utiliser au moins 50 % de matériaux à impact réduit (recyclés, d'origine biologique ou éco-labellisés) sur le poids total de nos produits.

Un engagement, Créer des produits durables, est traité à part entière au sein de ce rapport. Un objectif d'éco-conception concerne spécifiquement les matériaux que nous utilisons. (CF PAGE 38)

Sensibiliser nos collaborateurs dans le monde entier aux mobilités bas carbone et réaliser lorsque nous en avons la possibilité, un plan de mobilité spécifique par établissement.

Une enquête portant sur la mobilité des collaborateurs a été réalisée en France auprès des équipes de Chantelle SA (Siège, Entrepôts, Usine), ainsi que sur les réseaux de boutiques Chantelle (Chantelle Retail) et Darjeeling (Delta SA). Elle a également été élargie aux filiales commerciales en Allemagne, au Benelux, en Espagne, en Italie et aux Pays-Bas, couvrant ainsi plus de 40 % des effectifs du groupe. Le taux de réponse élevé renforce la fiabilité des résultats, avec plus de 50 % sur la France et un taux variant entre près de 30 % et 60 % sur les filiales commerciales en Europe.

Concernant les usines hors Europe, regroupant environ 50 % de nos effectifs, nous avons dès 2023, élaboré un scénario moyen, qui a été appliqué de nouveau en 2024. La part de nos émissions en scope 3, sur ce facteur, est passée de 1,36 t par personne et par an en 2023 à 1,47 t en 2024.

À moyen terme, nous prévoyons de déployer des actions concrètes pour réduire l'impact de la mobilité de nos collaborateurs, en commençant par le siège social à Cachan, en France.

En complément de ces actions, et bien qu'elles n'aient pas encore été intégrées comme leviers de réduction de nos émissions de gaz à effet de serre dans le scénario validé par le SBTi, nous envisageons dès l'année prochaine de solliciter nos fournisseurs de rang 1 et 2 notamment, afin de collecter des données spécifiques aux processus utilisés pour la fabrication de nos matériaux ou produits finis. Cette démarche nous permettra d'accompagner nos partenaires dans la réduction de leur empreinte environnementale et climatique notamment, quand cela s'avèrera nécessaire et réalisable.

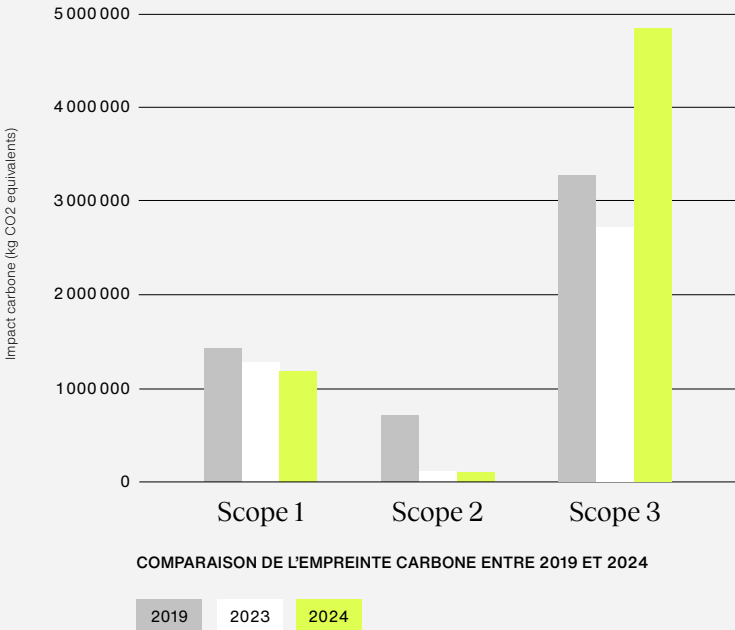
	N°	POSTES D'ÉMISSIONS	SCORE (tons CO ² Eq)	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL
SCOPE 1 ÉMISSIONS DIRECTES DE GES	1	Émissions Directes des Sources Fixes de Combustion	744,76	12,40 %
	2	Émissions Directes des Sources Mobiles à Moteur Thermique	402,33	6,70 %
	3	Émissions Directes des Procédés Hors Énergie	0	0 %
	4	Émissions Directes Fugitives	0	0 %
	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	13,30	0,22 %
	7	Émissions Indirectes liées à La Consommation De Vapeur, Chaleur ou Froid	0	0 %
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 »	223,44	3,72 %
	9	Achats de Produits et de Services	192,47	3,20 %
	10	Immobilisation des Biens*	1585,86	26,39 %
	11	Déchets	-49,35	-0,82 %
	12	Transport de Marchandise Amont	42,16	0,70 %
	13	Déplacements Professionnels	187,29	3,12 %
	14	Actifs en Leasing Amont	0	0 %
	15	Investissements	0	0 %
	16	Transport des Visiteurs et des Clients	0	0 %
	17	Transport des Marchandises Aval	0	0 %
	18	Utilisation des Produits Vendus	0	0 %
	19	Fin des Produits Vendus	0	0 %
	20	Franchise Aval	0	0 %
	21	Leasing Aval	0	0 %
	22	Déplacement Domicile Travail	2666,15	44,37 %
	23	Autres Émissions Indirectes	0	0 %
		Total	6008	

Périmètre France

ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE EN 2024

sur les scopes 1 à 3

* Intégration en immobilisation de l'ensemble des bâtiments, siège social, entrepôts, usine et boutiques, exploités par CHANTELLE.



Périmètre France

COMPARAISON DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE ENTRE 2019 ET 2024

Scopes 1 + 2

Depuis 2022, nous agissons pour réduire nos consommations d'énergie.
(CF. PAGES 32 À 35)

Nous avons acté la réalisation en 2025 d'un audit complet de nos installations de production de chaleur sur notre principal site logistique en Picardie. D'ici fin 2025, cette analyse nous permettra d'identifier les moyens à mettre en œuvre pour atteindre nos engagements en matière de réduction des émissions sur les scopes 1 + 2.

En 2024, notre parc de véhicules de société a augmenté de 3,8%. Nous avons renouvelé 17% des véhicules en privilégiant les modèles roulant à l'éthanol. Bien que notre consommation d'essence (E10) ait augmenté de 5% par rapport à 2023, nous avons réduit celle de gasoil de 31%, réduisant ainsi d'autres types d'impacts environnementaux. Parallèlement, nous avons accru la part de l'éthanol de 50% sur la même période. D'autre part, en 2025, nous avons l'ambition de renouveler 6% supplémentaires de notre flotte avec des véhicules électriques dédiés à nos sites logistiques en Picardie. Fin 2025, notre parc ne devrait plus compter de véhicules roulant au gasoil.

Nous nous étions fixé une réduction de 25% de notre consommation de carburant entre 2019 et 2029, et avons déjà atteint une baisse cumulée de 28%. Étant donné que le facteur d'émissions en équivalent CO2 de l'essence est légèrement inférieur à celui du gasoil routier et que celui de l'éthanol est trois fois plus faible que celui de l'essence, cette baisse équivaut à une réduction de 11,5% des émissions. Nous restons activement engagés dans la maîtrise de notre consommation et la poursuite de cette baisse d'ici 2029, notamment en remplaçant 90% des véhicules de fonction roulant à l'essence par des véhicules électriques.

Scope 3

L'étude portant sur la mobilité de nos collaborateurs dans le monde, particulièrement en France, nous a permis de mieux évaluer cet impact. Il représente en 2024 2666 t.e.CO2.

Des actions devraient pouvoir être entreprises à moyen terme afin de promouvoir des solutions alternatives aux moyens de transport les plus carbonés et ce, notamment au niveau de notre siège social.

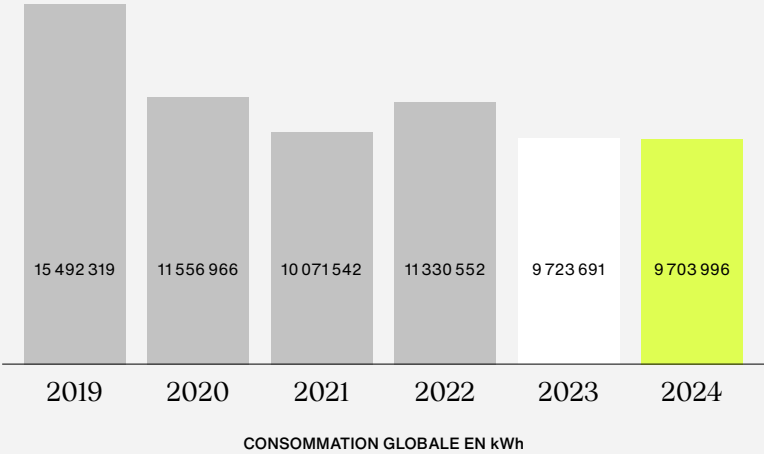


Réduire notre Consommation Énergétique

En 2024, nous poursuivons nos engagements en faveur de la sobriété et de l'efficacité énergétique, afin de réduire nos émissions sur les scopes 1 + 2.

Dans cette continuité, nous renforçons également notre capacité de production d'électricité décarbonée sur nos sites industriels à l'international. Après la Tunisie en 2023, c'est désormais le cas au Vietnam.

SITE			2019	2023	2023 (détail)	2024	2024 (détail)	2024 vs 2023	2024 vs 2019
FRANCE	DELTA LINGERIE	Réseau Boutiques Darjeeling	3 312 139	2 209 073	2 209 073	2 262 263	2 262 263	2,41%	-31,70%
	CHANTELLE RETAIL	Réseau Boutiques Chantelle	0	443 778	443 778	439 713	439 713	-0,92%	-82,30%
	ROUAFI	Réseau Boutiques Orcanta	2 484 138	N.A	0	N.A	N.A	N.A	N.A
	CACHAN	Siège Social			1 134 856		1 040 490	-8,32%	
	CORBIE	Entrepôt logistique			971 950		959 940	-1,24%	
	VILLIERS	Entrepôt logistique	3 454 506	2 653 780	144 942	2 504 502	133 161	-8,13%	-27,50%
	PÉRONNE	Entrepôt logistique			168 467		156 216	-7,27%	
	ÉPERNAY	Usine de confection			233 565		214 695	-8,08%	
MAGHREB	SOTUFAM	Usine de confection			729 305*		825 945	13,25%	
	SOFAM	Usine de confection			243 977*		299 631	22,81%	
	CHANTUNI	Usine de confection	2 610 822	1 692 182	194 767*	1 708 516	41 760	-78,56%	-34,56%
	FAMACO	Usine de confection			320 585		337 861	5,39%	
	ATMA	Usine de confection			203 548		203 319	-0,11%	
ASIE	SIGMA	Usine de confection			1 173 348		1 207 440	2,91%	
	CHANTNAM	Usine de confection			1 253 700		1 287 328	2,68%	
	CHANTASIA	Entrepôt logistique	3 630 714	2 724 878	202 384	2 789 002	194 600	-3,85%	-23,18%
	ASC	Bureau développement produits			95 446		99 634	4,39%	
			15 492 319	9 723 691	9 723 691	9 703 996	9 703 996	-0,20%	-37,36%



*Mise à jour méthodologique par rapport à la DPEF 2023 : la consommation 2023 des sites de production en Tunisie tient maintenant compte de la part produite à l'aide des panneaux photovoltaïques dont sont équipées chacune des usines.

CONSOMMATION ÉLECTRIQUE EN kWh



En 2024, notre consommation d'électricité est restée stable par rapport à 2023, maintenant une réduction de 37,4 % par rapport à 2019, l'année de référence.

Sur nos sites de production à l'international, la consommation électrique est restée plutôt constante, malgré une légère baisse des volumes de production en comparaison à 2023. Cela s'explique par le fait que plus de la moitié de l'énergie est dédiée à des besoins structurels (éclairage, climatisation, parc informatique...), rendant l'intensité de la production moins déterminante.

Sur ce même périmètre, nous avons déjà atteint l'objectif de réduction de 20 % fixé dans le cadre de notre programme de réduction des émissions de gaz à effet de serre, validé par l'initiative SBT.

En mai 2024, notre usine au Vietnam s'est équipée, après les sites de production tunisiens en 2023, de panneaux photovoltaïques mis en service dès le mois suivant. Leur production nous a permis de couvrir près de 20 % de nos besoins annuels.

En Tunisie, la part d'électricité produite par panneaux photovoltaïques est passée d'un peu plus de 20 % de notre consommation annuelle en 2023 à près de 38 % en 2024, avec une consommation globale stable.

La réorganisation de nos sites de production tunisiens a engendré une augmentation de la consommation sur Sotufam et Sofam et une baisse sur Chantuni. Suite à des onduleurs défectueux sur Sotufam et Sofam, nous n'avons pas pu produire d'électricité décarbonée pendant quasiment 3 mois sur Sotufam, le site le plus consommateur en Tunisie, et plus de 5 mois sur Sofam.

En 2025, l'adoption d'un modèle d'organisation inspiré de celui mis en place au sein de notre usine au Vietnam devrait nous permettre de réduire significativement notre consommation.

En Thaïlande, notre entrepôt logistique de composants Chantasia a vu sa consommation diminuer grâce aux investissements dans un nouvel ensemble de climatisation et au passage à un éclairage LED.

Notre activité en France est responsable de 56 % de notre consommation d'électricité et de 100 % de notre consommation de gaz naturel.

En 2024 le parc de boutiques Delta exploitant la marque Darjeeling est resté stable avec une fermeture et une ouverture. Nous avons remplacé la climatisation de la boutique située à Annemasse ainsi que l'éclairage par des ampoules LED sur la boutique de Vannes.

De son côté, le réseau Chantelle Retail a également connu un réajustement de son parc de boutiques.

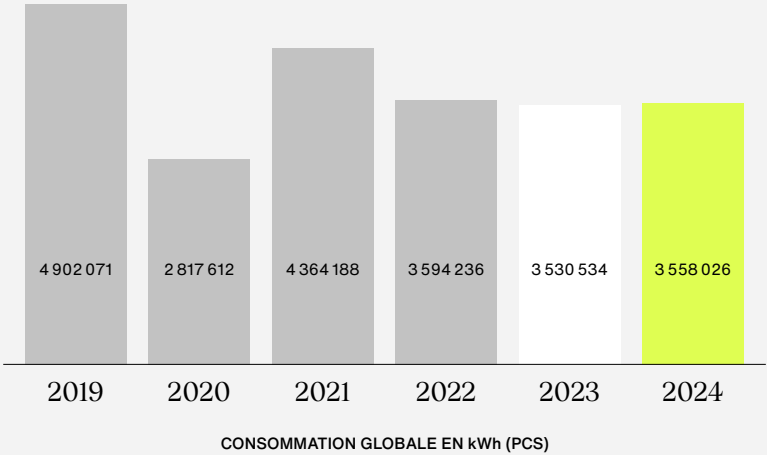
Au niveau de notre siège, sur les 2 bâtiments exploités, ainsi qu'au niveau des entrepôts en Picardie, les optimisations ont principalement concerné le déploiement d'éclairages LED complémentaires.

Les investissements visant à réduire notre consommation de gaz – utilisé exclusivement pour le chauffage des entrepôts et de notre usine d'Épernay – ont été reportés à 2025. Cela concerne notamment l'installation de centrales GTB (Gestion Technique du Bâtiment) permettant de piloter nos chaufferies.

Une étude pour le remplacement de la chaudière de l'entrepôt de Corbie est également programmée en 2025.

Enfin, en 2025, l'activité de notre siège sera recentrée sur 2 bâtiments contre 3 en 2024 ce qui génèrera mécaniquement une réduction de notre consommation de fond.

SITE		2019	2023	2024	2024 vs 2019	2024 vs 2023	
FRANCE	CORBIE	Entrepôt logistique	2 524 277	1756 520	1688 766	-33,10%	-3,86%
	VILLIERS	Entrepôt logistique	1030 507	741 609	812 787	-21,13%	9,60%
	PÉRONNE	Entrepôt logistique	822 000	710 613	718 704	-12,57%	1,14%
	ÉPERNAY	Usine de confection	525 287	321 792	337 769	-35,70%	4,97%
			4 902 071	3 530 534	3 558 026	-27,42%	0,78%



En 2024, notre consommation a été stable par rapport à l'année précédente (+0,7 %) malgré une rigueur climatique en hausse de 2,7 %.

Elle reste néanmoins bien inférieure à celle de notre année de référence avec une réduction de -27,4 %. Les raisons principales de cette baisse ont déjà été expliquées au sein des précédentes déclarations.

CONSOMMATION DE GAZ EN kWh (PCS)



Engagement 3

Créer des Produits Durables

En 2019, les produits confectionnés au sein de nos propres usines ainsi que par nos partenaires de production représentaient près de 92% de notre empreinte environnementale et un peu plus de 89% de notre empreinte climatique, sur l'ensemble de leur cycle de vie.

En 2022, les évaluations précises d'impact de la collection Automne-Hiver ont permis de confirmer les hotspots et ainsi renforcer nos actions :

- au niveau de la **durabilité intrinsèque** (*qualité et durée de vie*), afin d'être en capacité de mesurer, comparer puis optimiser la conception de nos produits pour assurer un haut niveau de qualité, un élément historique de l'ADN des marques du groupe Chantelle.

- au niveau des **matériaux des étoffes et fournitures**.

- au niveau de la **consommation des matières et fournitures**, spécifiquement sur les articles produits dans nos propres usines, où nous maîtrisons l'ensemble du processus industriel de confection.

- au niveau du **poids de certains composants** en assurant strictement la même fonctionnalité et le même niveau de qualité.

Les actions sur les articles en collection portent également sur le transport (voir engagements 1 et 2) et sur un projet de réparation permettant d'allonger la durée de vie de nos articles, qui est en cours de déploiement sur nos réseaux Chantelle et Darjeeling en France depuis fin 2024.

En complément de ces actions, d'ici 2026, nous avons l'intention de solliciter nos fournisseurs de rang 1 et 2 pour collecter les données spécifiques des processus utilisés pour la fabrication de nos matériaux et produits finis. Cela nous permettra de travailler main dans la main avec nos partenaires et de réduire leur empreinte environnementale et climatique, lorsque cela sera nécessaire et réalisable. Ce projet devrait être facilité par l'optimisation des processus de traçabilité appliqués à notre chaîne d'approvisionnement.

(VOIR PAGE 42, ENGAGEMENT 4)

La qualité de fabrication et la durabilité intrinsèque demeurent au cœur de notre ADN.

Dans la continuité des travaux menés en 2023 (cf. Rapport extra-financier 2023), nous avons maintenu notre participation au projet DURHABI. Plus de 36h ont été investies en comités techniques et autres commissions de marques sur les 6 à 9 premiers mois de l'année 2024.

La méthodologie DURHABI a ainsi été validée fin novembre 2024.

Au Niveau Européen

Un vote par le Secrétariat Technique du PEF (Product Environmental Footprint) est prévu en mars 2025 afin de choisir la méthodologie de mesure de la durabilité intrinsèque des produits sur le marché européen. À ce jour, le référentiel PEF repose déjà à plus de 80% sur les référentiels DURHABI.

Au Niveau Normatif

Le BNITH (Bureau de Normalisation de l'Industrie du Textile et Habillement) et l'AFNOR (Agence Française de Normalisation) élaborent une norme française destinée à définir les principes et la méthodologie de caractérisation de la durabilité intrinsèque pour chaque catégorie de produit (corseterie, bain,etc.). En parallèle, des travaux sont en cours entre le CEN (Comité Européen de Normalisation) et le BNITH afin de promouvoir cette norme à l'échelle européenne.

Au Niveau REP en France

En 2024, nous avons pu qualifier les produits de notre ligne SoftStrech en répondant aux exigences du cahier des charges de l'éco-modulation durabilité de l'éco-organisme Refashion. Nous attendons début 2025 la mise à jour du référentiel qui devrait s'appuyer sur les travaux de DURHABI et être applicable dès 2026.

Au Niveau du Groupe Chantelle*

Plusieurs actions sont prévues dès 2025 :

- la mise à jour de nos Cahiers des Charges qualité en intégrant les spécificités de la méthodologie DURHABI,
- l'application de cette méthodologie au sein de notre laboratoire interne en Thaïlande, après obtention de l'accréditation ISO 17025.

Découvrez en images l'initiative DURHABI à travers la vidéo accessible via ce lien:

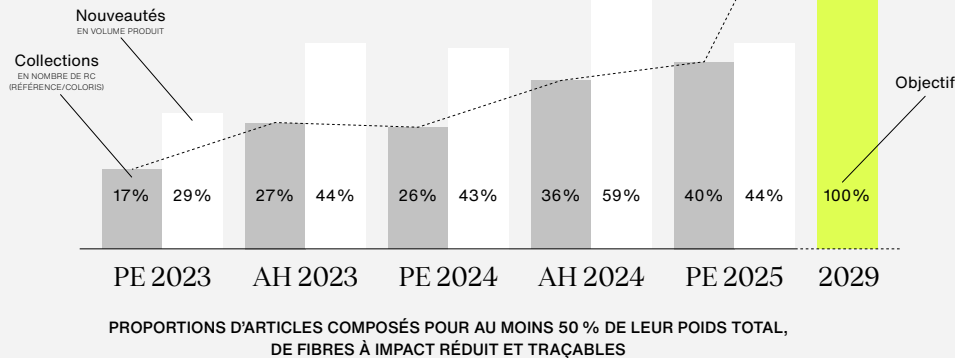
Témoignage d'Édith Nowé, Responsable Qualité Produit

*Hors production Livera

En 2019, les matériaux - principalement, mais pas exclusivement les fibres utilisées dans nos étoffes et fournitures textiles - représentaient près de 43% de l'empreinte environnementale globale du groupe. En 2023, leur part s'élevait encore à 25% de notre empreinte environnementale et 15% de notre empreinte climatique.

En 2024, nous avons donc poursuivi nos efforts pour atteindre notre objectif :

— d'ici 2030, 100% des articles en collection devront être composés d'au moins 50% de fibres à impact réduit et traçables.



Nous continuons à investir régulièrement depuis la collection Printemps-Été (PE) 2023 produite en 2022.

Le léger décrochage à la hausse concernant le volume de nouveautés éco-conçues sur la collection Automne-Hiver (AH) 2024 s'explique en partie par la taille de l'offre par rapport à une collection PE intégrant notamment des références de bain et de beachwear.

En 2024, les références - coloris permanentes ou reconduites représentent plus de 50% de l'offre et 58% des volumes produits, que ce soit par nos propres usines ou par nos partenaires de production.

Cette même année, 48% des volumes produits ont été fabriqués au sein de nos ateliers, avec 95% des références issues des catégories corseterie, lingerie et underwear.

Depuis le début de nos engagements, nous avons concentrés nos efforts sur l'éco-conception de nos articles permanents de corseterie produits en interne. Un immense travail de recherche et développement, mené en collaboration avec nos partenaires de production vise à dupliquer ces matières en intégrant des matériaux à impact réduit tout en préservant la durabilité intrinsèque et le bien-être.

Ainsi, les matières et fournitures achetées en 2024 pour la production au sein de nos propres usines sont composées, en poids, à près de 40% de fibres à impact réduit, soit une progression de 45% entre 2023 et 2024.

Au-delà de leur intégration dans nos produits permanents, les fournitures et doublures ainsi développées sont également utilisées dans la conception de nos produits de corseterie saisonniers.

COLLECTION PRÊT-À-PORTER PRINTEMPS-ÉTÉ 2025 (LIFEWEAR, BEACHWEAR, NIGHTWEAR...)

Actuellement, 58% des articles de la collection sont composés de plus de 80% de fibres à impact réduit, en poids. Ces pièces, souvent plus lourdes que celles de corseterie, influencent significativement la réduction de notre empreinte environnementale. Notre objectif pour cette catégorie est de porter cette proportion à 95% de la collection d'ici 2030.

Par ailleurs, 66% de ces références sont mono-matière, et 96% d'entre elles contiennent au maximum 5% d'élasthanne, garantissant sans compromis le confort au porter pour nos clientes. Ces 2 critères d'éco-conception permettent de faciliter la circularité en rendant possible le recyclage.

Enfin, 85% des articles en coton intègrent un coton d'origine biologique traçable. Ce choix contribue notamment de réduire la pression sur les écosystèmes, à améliorer les conditions de travail des agriculteurs et à limiter les risques sanitaires pour les populations locales.

INITIATIVE LOGISTIQUE

En complément, bien que le conditionnement de nos articles ne représentait que 3% de notre empreinte environnementale globale en 2023, nous avons décidé d'agir. Près de la moitié de cet impact est dû au packaging secondaire (cartons, enveloppes e-commerce...), nous avons donc mené un état des lieux qui nous a permis de composer un cahier des charges applicable à nos achats de ce type d'emballage dès 2025.

Notre principal entrepôt en Picardie est confronté à certaines demandes de nos clients BtoB, qui requièrent l'utilisation d'un film plastique pour sécuriser les palettes de cartons. Afin d'optimiser cette consommation, nous avons investi dans des solutions permettant de réduire le poids de ce film plastique, notamment en diminuant son épaisseur. Grâce à ces actions, à volume d'expédition équivalent, nous avons réduit de presque 60% le poids du plastique employé. Passant de près de 2,2t en 2021 à 0,9t de film plastique étirable consommés en 2024.

HORS PRODUCTION DE LA MARQUE LIVERA

Éco-Conception: Matériaux

Dans la continuité des travaux menés en 2023, nos équipes pluridisciplinaire – stylistes, modélistes, bureaux d'études ont finalisé un guide référentiel destiné à anticiper les pertes engendrées par la coupe des étoffes étroites.

Déjà intégré au quotidien des équipes de conception de Darjeeling, cet outil efficace deviendra également un standard pour celles de Chantelle dès 2025.

Il s'agit, dès la phase de conception des articles de corseterie intégrant des bandes ou galons en dentelle ou en broderie, d'évaluer les parties non utilisées sur les soutien-gorges, slips, strings ou tangas, etc. de nos collections.

Ce projet permet aussi de rationaliser nos stocks et devrait contribuer à limiter les transferts partiels de lots de production devenus inutilisables en fin de saison.

Nous devrions être en mesure d'évaluer, à moyen terme, la réduction d'impact générée par ce projet sur les collections des différentes marques de la méga-marque Chantelle.

Par ailleurs, fin 2024, nous avons initié une étude avec notre partenaire, le bureau d'études Glimpact, visant à évaluer le proxi « perte à la coupe » appliqué par la méthode du PEFCR Apparel & Footwear par comparaison avec les pertes réelles observées lors du développement des collections fabriquées au sein de nos propres usines. Depuis la collection Printemps-Eté 2024, ces données spécifiques ont remplacé le proxi appliqué à l'évaluation de l'empreinte environnementale multifactorielle de nos collections.

Les résultats de cette analyse sont attendus au 1^{er} trimestre 2025.

Enfin, rester attentifs au bien fondé de nos processus de travail, en tant que groupe plus que centenaire, est essentiel pour nous. C'est pourquoi nous avons remis en cause certaines méthodes de calcul de consommation qui devraient être mises à jour au 1^{er} semestre 2025. Il s'agit, par exemple, de mieux évaluer la consommation réelle de maille coton utilisée pour la fabrication des goussets de nos bas de corseterie.

Éco-Conception: Pertes à la Coupe



Sur l'ensemble des lignes permanentes de corseterie fabriquées au sein de nos propres usines, les complexes contrecollés et les coques utilisés notamment au niveau des bonnets des soutien-gorges, représentent 30 à 40 % du poids total. Les matières principales de recouvrement telles que dentelles ou mailles peuvent atteindre la même proportion. Ensuite, les armatures métalliques et les sanglages associés, lorsqu'ils sont employés, figurent également parmi les composants les plus lourds et donc les plus impactants. Enfin, nous retrouvons des composants tels que certaines doublures ou autres bijoux d'ornement.

Parmi les nombreuses pistes étudiées par notre équipe projet composée de représentants des départements Style, Marketing, Achats, Développement, Innovation et Qualité, l'introduction de pads amovibles en spacer utilisant des matériaux à impact réduit a été retenue et mise en collection à partir du Printemps-Été 2025 au sein de nos lignes de maillots de bain.



PADS AMOVIBLES UTILISANT DES MATÉRIEAUX À IMPACT RÉDUIT.

Les armatures en acier peuvent peser de 8 à 10 g. Sur certains soutien-gorges de notre ligne circulaire Chantelle One, les armatures sont en mélange de polyamide recyclable ce qui réduit le poids de 25 % mais également l'impact. Cependant, l'axe de réduction du poids le plus prometteur repose sur la suppression du sanglage et des armatures grâce à une conception différente de nos produits. L'objectif est d'offrir un maintien identique à nos clientes, tout en préservant l'esthétique du produit. Un soutien-gorge sans armature, à bénéfice produit identique, permet une réduction d'impact de 10 %.

Nos équipes projet ont également développé un outil de modélisation innovant facilitant la conception de produits sans doublure sans compromettre le bien-être et le confort. Cette approche réduit non seulement la consommation de matières, mais aussi le temps nécessaire à la conception de nos gabarits. L'efficacité de cette innovation pourra être évaluée à partir de la collection Printemps-Été 2026.

Concernant les bijoux d'ornements, nous avons pu évaluer l'impact de leur utilisation sur un bas de maillot de bain. Une boucle métallique peut représenter 25 % de l'impact du produit complet sur son cycle de vie, contre seulement 1,3 % pour une boucle en matériaux synthétiques idéalement issus du recyclage. En complément, et afin de faciliter la fin de vie de nos produits, nous avons opté pour l'utilisation exclusive de bijoux d'ornement amovibles sur les futures collections.

En 2025, nos efforts se poursuivront avec une réduction ciblée des doublures et le développement accru de soutien-gorges sans armature. Si cette option n'est pas réalisable pour certaines pièces, nous privilégierons des armatures à impact réduit, voire elles aussi amovibles.

Éco-Conception: Poids des Articles

Afin de rendre notre activité toujours plus circulaire, nous avons défini quatre axes de développement.

Augmenter l'utilisation de matériaux issus du recyclage

En 2024, 90 % des produits de nos collections, en volume, sont composés majoritairement de fibres synthétiques, choisies pour leur technicité. Pour atteindre notre ambition d'ici 2030 – une collection composée d'au moins 50 % de fibres à impact réduit et traçables – nous misons sur les matériaux recyclés.

Ainsi, sur la collection Printemps-Été 2025, 75 % des références coloris intègrent des matériaux recyclés, et plus de 35 % de nos collections sont composées d'au moins 50 % de fibres recyclées.

Participer à la collecte de vêtements en fin de vie

En partenariat avec l'entreprise I:CO, Darjeeling a collecté, en boutique, auprès de ses clientes, des maillots de bain (été 2024) et des soutiens-gorge (octobre 2024), totalisant près de 3.600 kg d'articles. Après tri, 82 % d'entre eux pourront être réemployés directement ou après des remises en état minimales. Le reste sera recyclé en boucle ouverte ou incinéré avec valorisation énergétique.

De son côté, Livera a collecté près 600 kg de vêtements avec son partenaire Drop & Loop, leur offrant ainsi une nouvelle vie.

Proposer un service de réparation

La réparation permet d'allonger la durée de vie et limite la nécessité de produire à nouveau.

Au premier semestre 2024, nous avons lancé un service de réparation au sein du réseau de boutiques de la marque Chantelle. Testé sur un premier point de vente dans un premier temps, nous l'avons étendu à une dizaine d'adresses au second semestre. Les réparations étaient réalisées au sein de notre atelier de prototypage à Cachan, en région parisienne. Notre objectif pour 2025 : étendre ce dispositif de réparation à l'ensemble de nos points de vente et à notre site e-commerce.

Pour Darjeeling, nous comptons nous adresser à des partenaires retoucheurs locaux, à proximité de nos points de vente, afin de répondre dans les meilleures conditions et délais à l'attente de nos client.e.s. Ces partenaires pourront être formés aux spécificités de la corseterie et devraient être éligibles au Bonus réparation de l'organisme Refashion, ouvert aux articles de lingerie-corseterie dès le premier trimestre 2025.

Lors du *Black Friday*, notre marque hollandaise Livera a offert un service de réparation dans plusieurs de ses boutiques. Cette campagne a été l'occasion de sensibiliser les consommatrices au bien fondé de la réparation pour accroître la durée de vie des produits textile.

En parallèle, les réparations sont déjà possibles dans 60 % des boutiques Livera, avec pour ambition d'atteindre 100 % du réseau à court terme.

Construire des solutions collectives

En 2024 en France, nous avons participé à un collectif de marques composé d'enseignes de lingerie ou de grandes enseignes généralistes de prêt-à-porter, piloté par Refashion, animé par l'équipe du cabinet Bluequest et accompagné par la Fédération de la Maille, de la Lingerie et du Balnéaire ainsi que par l'Institut du Textile Habillement.

Pendant un an, nous avons enquêté auprès de nos client.e.s, de certains réseaux de retouche-réparation, analysé les données collectées par Refashion dans le cadre de sa mission et nous avons abouti à plusieurs constats : Les articles complexes de lingerie (soutiens-gorge, corsets, bodys...) devraient être réparables afin d'allonger leur durée de vie. C'est une attente forte de nos clientes, notamment des plus jeunes.

Le Bonus réparation initié en 2023 par Refashion pour les articles de prêt-à-porter devrait être étendu aux articles de corseterie et balnéaire.

Les autres typologies d'articles étudiées (slips, strings, tanguas, maillots de bain, collants...) devraient être recyclables. Avec nos confrères, nous souhaitons en 2025 poursuivre le projet afin d'étudier la possibilité de créer une filière de collecte, tri et recyclage de ces produits composés majoritairement de polyamide, une fibre synthétique technique et à forte valeur ajoutée.

Contribuer à l'Économie Circulaire

Engagement 4

Agir en Transparence

Les objectifs que nous nous étions fixés pour l'année 2024 et que nous avons partagés dans notre précédente déclaration extra-financière ont tous été atteints.

Dès mars 2024, nous avons renforcé notre équipe RSE avec l'arrivée d'une cheffe de projet dédiée à la traçabilité et conformité sociale. En parallèle, nous avons testé la plateforme de traçabilité SaaS Trace for Good sur la collection Automne-Hiver 2024, tout en optimisant nos processus internes et ceux de notre prestataire pour automatiser la collecte et la consolidation des données.

Grâce à l'industrialisation de l'outil Trace for Good, nous avons pu assurer la traçabilité réglementaire de l'intégralité des produits de la collection Printemps-Été 2025 fabriqués par nos partenaires de confection de la méga-marque Chantelle et de Darjeeling. Plus de 90 % de ces produits ont bénéficié d'une traçabilité renforcée*.

Nous poursuivons nos efforts avec de nouvelles intégrations dès la collection Automne-Hiver 25 :

- nos marques Livera et Femilet rejoindront le dispositif de traçabilité
- les fournisseurs de matières nominées seront intégrés au processus
- nous collecterons les données nécessaires au calcul de l'impact environnemental multi-factoriel selon le P.E.F.C.R Apparel & Footwear, pour l'intégralité des références produites par nos partenaires de confection sur l'ensemble du périmètre de la méga-marque Chantelle et Darjeeling
- nous renforcerons la fiabilisation des données intégrées en mettant en place des stress tests aléatoires pour vérifier la cohérence des preuves fournies par le fournisseur (factures, bons de commandes...)

*Traçabilité renforcée chez Chantelle, signifie que le nom, l'adresse, le pays des sites des tiers 1 à 3 (confection/tricotage/tissage et teinture) à minima ont été identifiés, cela pour les composants considérés comme principaux (Présents sur l'étiquette d'entretien, et pouvant aller jusqu'à 5).

Dès la collection Printemps-Été 2026, soit d'ici le second semestre 2025, nous inclurons également nos partenaires de production de rang 2 (tricoteurs, dentelliers, brodeurs...), qui approvisionnent nos propres usines de confection. Cela nous permettra de couvrir 100% des références mises en vente par le groupe Chantelle, anticipant ainsi les futures réglementations, notamment européennes, et renforçant notre vigilance sur l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement.

Nous pourrions alors affiner notre calcul d'empreinte environnementale pour 2025 et amorcer une nouvelle étape : la collecte de données sur les processus industriels de nos fournisseurs pour la fabrication des composants qu'ils nous livrent. Ces données nous aideront à mieux évaluer leur impact et à les accompagner dans la réduction de leur consommation énergétique, la gestion des ressources en eau, produits de teinture ou auxiliaires, etc.

À partir de 2025, nous partagerons chaque année nos avancées en termes de réduction des émissions de gaz à effet de serre, en ligne avec les engagements validés fin 2024 par l'initiative SBT et extraits de l'évaluation de notre empreinte environnementale multi-factorielle selon la méthodologie européenne O.E.F.

Nous restons intransigeants avec la sécurité de nos produits, allant bien au-delà des normes réglementaires européennes ou internationales. Ainsi, 99,6% des collections de la méga-brand Chantelle et de Darjeeling, en volume, sont certifiées Oeko-tex Standard 100. Un gage de qualité reposant sur une parfaite maîtrise de notre chaîne d'approvisionnement.

Enfin, notre démarche améliore également l'identification des risques liés aux droits humains, notamment au sein de notre sphère d'influence directe. (VOIR PILIER CULTURE ENGAGEMENT 7

- ASSURER ÉTHIQUE ET RESPECT DES DROITS HUMAINS).

Dans la continuité des actions menées en 2023, nous affichons désormais l'impact environnemental de la majorité des articles en collection sur nos sites e-commerce en Italie, en Espagne, en Belgique, au Danemark et en Allemagne.

02 Culture

Agir pour une société plus juste





Engagement 5

Servir et Représenter Toutes les Féminités

Marque aux multiples facettes, Chantelle incarne les féminités avec une vision contemporaine. À l'écoute, Chantelle élargit son portefeuille afin de répondre aux demandes des clientes, et valorise les femmes au lieu de les objectiver.

Les femmes brisent les archétypes de la virilité masculine pour réclamer le pouvoir féminin, imprégné de la nouvelle charge érotique et sensuelle d'une féminité en mutation.

Ni princesses ni sorcières, mais chevalières ou cyber-héroïnes, avatars de réalités parallèles ou lointaines, elles revêtent les costumes de héros « virtuels » encore trop souvent masculins.

Notre vocation est d'offrir un large choix de produits répondant à des besoins et envies variés.

La Megabrand Chantelle regroupe des produits quotidiens avec Easyfeel, et des produits plus exceptionnels avec Chantelle X. Chantelle, notre marque emblème, propose des produits invisibles, quotidiens mais aussi de la fine lingerie. Un exemple parfait de l'équilibre des besoins recherché.

La variété des coupes est un élément supplémentaire pour servir la diversité des morphologies et des portés. Nos équipes techniques travaillent quotidiennement à garantir un confort inégalé, procurant bien-être et confiance à chacune. La taille de référence est en général bonnet E, ce qui assure l'expertise fit. Notre savoir-faire en matière de coupe et notre capacité d'innovation sont des caractéristiques distinctives du groupe. Nous innovons via Chantelle Lab, pour répondre à une diversité de besoins spécifiques et soutenir les femmes dans des moments de vie particuliers : maternité, post-opératoire, sport, shapewear, culottes menstruelles etc.

Chantelle s'engage à soutenir les femmes à chaque étape de leur vie, et explorer continuellement des façons innovantes de le faire, à la fois à travers nos collections et collaborations stratégiques avec des marques spécialisées.

Chantelle

2024 a été marquée par le lancement de Chantelle Pulp à l'automne-hiver. Cette offre a vocation à mieux servir les attentes des femmes avec un fit sexy et inclusif : il est clair pour nous que les attentes des femmes en grandes tailles vont au delà du maintien traditionnel et d'un fit ajusté. Dès le lancement nous offrons donc des soutiens-gorge allant du bonnet A au bonnet H, et du dos 65 au dos 100 Europe. Nous renforçons l'offre en dos 65 avec des profondeurs E à I. Et tout cela à des prix attractifs, environ 25 % moins cher que la marque Chantelle originelle.

Par ailleurs, nous continuons à offrir plus de tailles à nos clientes, notamment sur des bests sellers. À chaque saison, nous interrogeons les filiales. Celles-ci nous font part d'attentes venant du terrain, et de détaillantes spécialisées en particulier : ainsi la ligne Norah, la plus vendue, est proposée du bonnet B à J.

Ces offres de tailles sont avant tout des offres de service et ne représentent pas le cœur de notre offre, mais elles s'inscrivent dans notre engagement à servir toutes les féminités.

Cet engagement s'inscrit dans la durée, ajout du bonnet G en 2005, bonnet H en 2010, bonnet I en 2016 et bonnet J en 2023...et nous nous apprêtons à ajouter le bonnet K.

Sur le Bain, 2024 a été marqué par le lancement d'une offre One size avec Chantelle Pulp. Nous reprenons le principe à succès de Softstretch, et nous offrons des maillots très confortables qui s'adaptent facilement à nos évolutions de tailles (du 34 au 44 europe).

D'un point de vue marque, nous continuons à représenter différentes morphologies et âges pour sortir des injonctions classiques de représentation des femmes et sortir de l'invisibilisation :

— collaboration entre Chantelle X avec Ester Manas sur 2024, marque créateur et sexy, avec défilé à la fashion week, qui s'attache à servir les grandes tailles (tour de dos 90 sur les bonnets C & D, XL sur le soutien-gorge sans armature et le body, taille 46 sur la culotte haute par exemple.



Darjeeling

Dans nos boutiques, sur notre site, sur nos réseaux sociaux, la diversité est au cœur de l'image Darjeeling. Fidèle à son ADN et aux valeurs du groupe Chantelle, Darjeeling a la volonté de représenter le plus grand nombre de femmes, pour que toutes puissent se reconnaître et se sentir accueillies telles qu'elles sont. C'est ainsi que notre campagne de communication « Darjeeling soutient les femmes » exprimant l'accessibilité prix de Darjeeling, en mai et Septembre a mis en valeur tous types de décolleté, tous types d'origine et d'âge.

En 2025, pour ses 30 ans, Darjeeling poursuivra en ce sens en exprimant clairement « Darjeeling soutient les femmes depuis 30 ans » au travers de visuels nouveaux, illustrant la diversité et sororité, avec douceur, grâce à notre photographe Luna.





Engagement 6

S’engager auprès de nos Collaborateurs

Nos collaborateurs restent au cœur de notre histoire et de nos priorités. Afin de nous adapter à un environnement en constante mutation, nous accompagnons la transition engagée par l’arrivée d’une nouvelle direction générale en 2023 avec agilité et engagement, pour répondre aux enjeux internes comme externes et poser les bases d’un nouveau cycle de performance et de croissance durable.

Un état des lieux de nos pratiques de travail et de nos outils a été initié pour améliorer l’efficacité et les conditions de travail. Le projet Colibri a été lancé à la suite d’une mission d’audit et nourri par une soixantaine d’entretiens menés avant l’été. Porté par les retours de nos collaborateurs, il vise à optimiser nos processus pour plus d’efficacité et de fluidité.

Nous renforçons également notre accompagnement en formation avec My Chantelle School, notre plateforme d’e-learning. Conçue pour favoriser la montée en compétences, elle propose des modules adaptés aux besoins des équipes, des savoir-faire aux soft skills. L’équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle étant un enjeu clé, nous travaillons notamment sur le lancement en 2025 d’un module dédié à la parentalité, afin d’accompagner au mieux les jeunes parents.

Enfin, le Groupe reste fidèle à ses engagements et poursuit les chantiers RH déjà engagés.

Au 31/12/2024, les effectifs sont répartis comme le montre le tableau ci-dessous.

SITES	NB FEMMES	NB HOMMES
Tunisie (Sofam + Sotufam + Chantuni)	552	91
Maroc (Atma + Famaco)	360	71
Thaïlande (Sigma + Chantasia + ASC)	395	60
Vietnam	423	40
Chantelle SA	581	122
Delta	464	0
Chantelle Retail	94	0
TOTAL	2 869	384
Répartition F/H	88,2%	11,8%
ÉVOLUTION 2024 vs 2023	-2,49%	-4,96%

RÉPARTITION DES EFFECTIFS

CDI

91,12%

CDD

5,08%

Sur le périmètre France
– hors apprentis

Turn-Over

Le turn-over reste un enjeu majeur.

Dans le retail, il demeure structurellement élevé, notamment sur les postes de conseiller.e, mais, les actions de proximité du management, d'amélioration de l'intégration et de certains avantages sociaux, contribuent à sa stabilisation, voire à sa baisse.

Au siège social, l'attractivité et la rétention restent des priorités. Nous poursuivons un plan d'actions concrètes :

1 — Donner du sens : aligner missions et objectifs du groupe via une communication ciblée, mieux corrélér les objectifs annuels des salariés à ceux de l'entreprise et créer un référentiel métier pour accompagner leur évolution.

2 — Clarifier les rôles : définir ou structurer certaines organisations, lever les zones floues avec des process partagés et former les managers aux bonnes pratiques de management.

3 — Renforcer notre attractivité : renforcer les parcours de formation en y dédiant du temps, favoriser l'employabilité (ex. montée en compétence sur l'IA) et cultiver la culture d'entreprise et le lien entre collaborateurs via des événements internes (café RH, vie ma vie, rencontres d'équipe).

SOCIÉTÉ	NOMBRE DE SALARIÉS < ET = 25 ANS	NOMBRE DE SALARIÉS ENTRE 25 ET 34 ANS	NOMBRE DE SALARIÉS ENTRE 35 ET 45 ANS	NOMBRE DE SALARIÉS > 45 ANS
Famaco SA	1	28	125	59
Atma SA	0	5	84	129
Chantasia SA	2	24	17	17
Chantelle SA Cachan	38	125	89	189
Chantelle SA Corbie	2	8	23	89
Chantelle SA Peronne	0	4	5	15
Chantelle SA Villers	3	2	9	13
Chantelle SA Epernay	8	6	7	68
Sofam SA	18	49	104	76
Sotufam SA	4	62	191	136
Delta	115	125	89	135
Chantelle Retail	37	25	13	19
Chantuni SA	0	0	0	3
Sigma SA	5	24	142	193
Channtnam Sa	19	126	270	48
Asc	1	7	10	13
TOTAL (%)	8%	19%	36%	37%

RÉPARTITION DE L'EFFECTIF GLOBAL PAR CATEGORIE D'ÂGES

CHIFFRES CLÉS

Le Groupe Chantelle se montre intransigeant avec la sécurité de ses collaborateurs.rices. La prévention des risques physiques et psychiques est un enjeu majeur et la vigilance apportée y est primordiale.

Au niveau du périmètre France, le nombre de maladies professionnelles a légèrement augmenté : 6 maladies professionnelles ont été déclarées en 2024 contre 3 en 2023. Le nombre d'accidents du travail a également légèrement augmenté avec 19 accidents déclarés en 2024 contre 18 en 2023. Sur le reste des périmètres, les maladies professionnelles et les accidents du travail sont en baisse.

Persuadés que les enjeux de santé sécurité se font au plus proche du terrain, nous avons mis en place en 2024 des « causeries sécurité » sur les établissements français de Chantelle SA afin de sensibiliser les managers. Ces réunions informelles de quelques minutes permettent de sensibiliser en présentant les risques d'un contexte particulier et valorisent les bonnes pratiques.

Autre évolution en 2024, les indicateurs « santé-sécurité » tels que les AT/MP de courte ou longue durée ont fait l'objet de reportings précis sur nos filiales industrielles.

Les différentes évolutions de l'entreprise nécessitent l'adaptation de tous et font l'objet d'une attention particulière attachée aux problématiques locales.

C'est dans ce cadre que les COPIL(s) « QVCT »*, instaurés initialement en 2019 sous le nom de COPIL(s) « RPS »** sont régulièrement tenus et,

depuis 2023, intégrés dans nos modes de travail sur différents projets, parfois en concertation avec les services de santé au travail.

Ces COPIL(s) concernent l'ensemble des établissements de Chantelle SA France et permettent d'avoir une revue objective des risques physiques comme psychiques, avec l'aide d'une équipe pluridisciplinaire. En 2024, ils ont été lancés avec 4 étapes prévues sur l'année :

1 — Introduction de la démarche et état des lieux

2 — Atelier de travail sur les méthodes de recueil des données (questionnaires, diagnostics, enquêtes terrain, etc.)

3 — Analyse des données recueillies

4 — Proposition d'un plan d'action

La finalisation des deux dernières étapes est prévue cours 2025, ainsi que la mise en place des actions retenues par chaque établissement.

Au siège, afin de répondre au besoin croissant des salariés de mieux gérer les moments de tension et d'améliorer leur qualité de vie, nous avons proposé trois conférences « Chantelle en conscience », axées sur des pratiques de pleine conscience. Nous renforçons également les moments de convivialité avec des animations telles que des repas, goûters ou autres, autour des fêtes (Noël, Chandeleur...).

Enfin, le siège met à disposition une offre annuelle de vaccin contre la grippe, sur site.

Nous poursuivons les initiatives bien-être sur notre site d'Épernay. Une communication dédiée a permis aux salariés de s'inscrire aux ateliers proposés entre janvier et juin, avec six sessions ouvertes à douze participants chacune. Au programme : Découverte du Pilates, du Yoga, Apprendre à se relaxer et Prendre soin de son dos.

Un accompagnement psychologique du travail est également mis en place pour soutenir les équipes face aux difficultés (gestion de conflits, départs de l'entreprise...). Dans cette dynamique, des actions d'amélioration du climat social, incluant des formations collectives et un diagnostic « QVCT » mené par une psychologue du travail, ont été initiées.

En 2025, ces actions seront progressivement déployées sur nos sites logistiques.

*QVCT : qualité de vie et conditions de travail

**RPS : risques psycho-sociaux



Alternance

Le Groupe Chantelle porte une attention particulière à la transmission des savoirs et à l'accessibilité d'une première expérience professionnelle par le biais de l'alternance.

L'alternance est un véritable atout, à la fois pour l'entreprise, l'alternant et son tuteur. C'est une opportunité de transmettre un savoir-faire, de former un futur talent et d'intégrer un regard neuf au sein des équipes. Pour l'alternant, c'est une immersion concrète dans le monde professionnel, favorisant l'apprentissage et la montée en compétences. Quant au tuteur, il joue un rôle clé dans cette transmission, développant ses compétences en management tout en prenant du recul sur ses pratiques.

En 2024, 28 alternants ont été recrutés sur la société Chantelle SA, portant leur nombre à 37 au total, fin 2024. Une augmentation par rapport à 2023 : les alternants représentaient 4,7% de l'effectif, pour plus de 5,4% en 2024.

Cette réussite est en partie due à nos partenariats forts avec des écoles comme Mod'art et des actions communes (business case, jury de fin d'année etc.). nous souhaitons poursuivre nos efforts et fixons comme objectif un minimum de 5% à partir de 2025.

LA TRANSMISSION DES SAVOIRS EST AU CŒUR DE NOTRE ADN.

L'intégration d'alternants et de stagiaires s'inscrit dans une démarche de transmission et de développement des talents. Si certains pays comme l'Italie, la Suisse, le Vietnam et la Thaïlande ne sont pas concernés, d'autres, comme la Péninsule Ibérique, l'Allemagne et le Bénélux, renforcent leurs partenariats avec écoles et universités. En parallèle, la zone Maghreb mise sur des initiatives immersives et des programmes de formation pour favoriser l'employabilité. Ces actions traduisent une ambition commune : préparer les jeunes générations tout en enrichissant l'expertise des équipes.

Intégration

Le processus d'intégration s'enrichit pour mieux accompagner chaque collaborateur, en boutique comme au siège.

Concernant le retail, dès leur arrivée, les nouvelles collaboratrices suivent un parcours d'intégration structuré, incluant un livret d'accueil couvrant l'histoire de la marque, le quotidien en boutique, les avantages sociaux et les contacts clés. Un webinar mensuel « Chantelle & nous » leur permet également de mieux connaître le groupe.

En France (bureaux & wholesale) : chaque mois désormais, une présentation en plénière « Welcome day » (histoire, chiffres clés, marques, objectifs) est suivie d'une visite de l'atelier pour découvrir la conception produit (nouveau 2024) et d'une journée en magasin intitulée « On the floor ».

À l'international, un programme d'intégration adapté a été mis en place dans chaque zone. En Italie et en Suisse, des réunions avec les managers facilitent la prise de poste. Au Vietnam et en Thaïlande, un accompagnement structuré est assuré par les responsables. En Péninsule Ibérique, au Bénélux et en Allemagne, un plan spécifique permet aux nouveaux employés de s'immerger dans leur environnement de travail. Pour les collaborateurs en bureau, un webinar en anglais intitulé « Welcome on board », organisé deux fois par an, présente l'entreprise et son fonctionnement.

Formation Continue

Le Groupe Chantelle accompagne les collaborateurs tout au long de leur carrière pour développer leur expertise et leur employabilité. Cela se traduit par plus de 7 505 heures de formation sur le périmètre France en 2024.

Pour accompagner le développement professionnel de chacun, un entretien professionnel annuel permet de faire le point sur les parcours, les évolutions possibles et les besoins en formation. En complément, tous les salariés peuvent exprimer leurs demandes de formation continue à tout moment.

La sécurité reste une priorité, avec des formations rigoureusement suivies. Par exemple, au siège, deux exercices d'évacuation incendie sont organisés chaque année, ainsi qu'une session de pratique sur l'utilisation des extincteurs.

Enfin, une plateforme de formation « My Chantelle School » est accessible en libre accès en France aux salariés bureau et boutiques, et à l'international aux salariés commerciaux bureau.

Dans la péninsule Ibérique, les équipes, au siège comme en boutique, bénéficient de formations régulières. Une formation produit a lieu à chaque nouvelle campagne, et chaque nouvel arrivant suit un parcours d'intégration avec une formation initiale portant sur l'entreprise, les produits etc.

Au Bénélux et en Allemagne, les formations sont adaptées aux besoins individuels en concertation avec les managers. Deux sessions annuelles sont dédiées aux produits, tandis que « My Chantelle School » propose des modules digitaux. Chaque année, l'équipe du bureau suit une formation commune (ex. communication), et un programme « Welcome on Board » accompagne les nouvelles recrues. Des webinaires sont également organisés pour les vendeuses et des formations en sécurité (ex. prévention incendie) sont accessibles en ligne.

Formation & Compétences

Des collaborateurs épanouis sont la clé d'un Groupe performant. La qualité de vie au travail reste un axe majeur d'attention.

Outre les COPIL(s) QVCT, nous sommes toujours extrêmement attachés à notre enquête d'engagement. Les derniers résultats sont en hausse, avec un niveau d'engagement apprécié à 8,96/10 pour un taux de participation à 73 % des collaborateurs « bureau » en France et à l'international. Cette enquête s'étend aux réseaux Darjeeling et Chantelle retail, pour renforcer le dialogue et l'engagement.

En octobre 2024, un sondage anonyme a évalué la compréhension et l'adhésion des collaborateurs « bureau » en France à la stratégie du Groupe, avec 58% de taux de participation. Pour encourager la transparence et l'implication, des réunions trimestrielles sont organisées au siège et animées par le COMEX. En 2025, ces initiatives seront déployées sur les sites industriels français.

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.

Cultiver le Travailler Ensemble: Diversité / Inclusion



Égalité F/H

Concernant Delta et Chantelle Retail, l'index n'est pas calculable car l'effectif est exclusivement féminin.

Pour Chantelle SA, en 2023, la note obtenue était de 88/100, marquant une progression de 8 points par rapport à 2022 (80/100). En 2024, elle atteint 89/100, poursuivant cette dynamique positive.

Depuis deux ans, l'analyse intègre les catégories socioprofessionnelles pour refléter la réalité de l'entreprise au plus juste. Nous poursuivons nos actions pour réduire les écarts de rémunération et veillons à la représentation des femmes parmi les dix plus hautes rémunérations. Les engagements définis dans notre accord de 2022 sur l'égalité femmes-hommes, conclu avec nos partenaires sociaux, demeurent également notre priorité.

Personnes en Situation de Handicap

En 2024, et sur le périmètre de Chantelle SA, 51 personnes sont reconnues travailleurs handicapés ou bénéficient d'une invalidité ou incapacité.

Dans le cadre de notre engagement en faveur de l'inclusion, un plan d'action a été élaboré en collaboration avec l'AGEFIPH, notamment pour le retail, un secteur historiquement moins impliqué dans ces initiatives :

FORMATION OBLIGATOIRE
Un module e-learning sur le handicap est intégré aux parcours de formation obligatoires.

SENSIBILISATION
Des campagnes de communication (vidéos, affiches) seront déployées pour mieux appréhender les différents types de handicap.

RECRUTEMENT INCLUSIF
Toutes nos annonces précisent désormais que les postes sont ouverts aux personnes en situation de handicap.

RECONNAISSANCE DU HANDICAP
Une vidéo informative a été réalisée pour encourager les collaborateurs à faire reconnaître leur RQTH. Elle détaille les démarches, les contacts clés et garantit la confidentialité des informations. Elle présente également la référente handicap au sein de l'entreprise, qui est à l'écoute des collaborateurs

SUIVI DES SALARIÉS CONCERNÉS
Un tableau de suivi permet d'identifier et de mieux répondre aux besoins des collaborateurs en situation de handicap.

Bien que l'inclusion soit déjà plus développée au sein de Chantelle SA, une enquête similaire à celle menée pour le retail est prévue au second semestre 2025 sur le site de Cachan et les sites industriels, en partenariat avec l'AGEFIPH.

Des actions complémentaires dans la continuité de l'engagement du Groupe ont été menées :

DUODAY
Le 21 novembre 2024, dans le cadre de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées (SEEPH), nous avons participé à DuoDay. Cette initiative permet à une personne en situation de handicap d'être accueillie en entreprise aux côtés d'un collaborateur volontaire, favorisant ainsi l'inclusion et la sensibilisation des équipes. Pour cette première édition, dix stagiaires ont été accueillis entre le réseau et le siège. Cette expérience enrichissante, marquée par la bienveillance et l'échange, sera reconduite en 2025.

ENGAGEMENT SOCIAL
Un accord spécifique sur le handicap sera négocié en 2025 pour Chantelle SA avec nos partenaires sociaux.

NOMINATION D'UNE RÉFÉRENTE HANDICAP
Une référente handicap a été désignée en France pour accompagner et conseiller les collaborateurs concernés. Son rôle inclut ainsi l'accompagnement des salariés en situation de handicap, la sensibilisation et la formation des équipes, la mise en place d'actions concrètes pour favoriser l'inclusion, et une veille active sur les évolutions légales et les meilleures pratiques.

MAINTIEN DANS L'EMPLOI
Des actions ciblées sont mises en place pour garantir l'adaptation des postes et le maintien en emploi, telles que l'accompagnement dans la reconnaissance de la RQTH et les demandes d'invalidité; l'aménagement du temps et du poste de travail avec l'AGEFIPH, par exemple, sur nos sites logistiques, cela a permis d'accompagner une salariée dans la réduction de son temps de travail à 50% (nous avons aménagé un siège adapté à sa pathologie aux prestations spécifiques, et nous avons créé une polyvalence avec le poste administratif du poste de garde exclusivement avec des salariées ayant des restrictions médicales et ne pouvant pas faire de polyvalence au Picking.

Grâce à ces initiatives, nous renforçons notre engagement en faveur d'un environnement de travail plus inclusif et respectueux des différences.

Parentalité

Un guide parentalité à destination des salariés et managers du siège a été développé et sera prochainement décliné sur les sites industriels, en complément de celui déjà existant pour le retail.

Au siège, une salle de repos et d'allaitement a été mise en place pour accompagner les jeunes parents. Enfin, des conférences sur la parentalité sont organisées pour les équipes du siège et du retail (Chantelle et Darjeeling), afin de soutenir un meilleur équilibre entre vie professionnelle et personnelle.

Traitant de la diversité et l'inclusion au global, un module e-learning bilingue (français/anglais) sur la diversité et l'inclusion a été déployé en septembre 2024 pour l'ensemble des collaborateurs du groupe. Conçu en 7 modules interactifs, il permet de mieux comprendre les enjeux de la diversité en entreprise, d'identifier les différentes formes de discrimination et d'adopter des actions concrètes en faveur de l'inclusion.

À ce jour, 237 collaborateurs ont complété la formation, tandis que des actions de relance sont prévues en 2025 pour encourager ceux qui ne l'ont pas encore finalisée.



Engagement 7

Assurer Éthique & Respect des Droits Humains

Nous sommes convaincus qu'assurer Éthique et Respect des Droits Humains au sein de nos activités repose sur l'intégration d'une politique de diligence raisonnable concernant tous les acteurs de notre chaîne d'approvisionnement.

En 2023, avec cette exigence et une conscience accrue des risques sociaux et environnementaux liés à notre chaîne de valeur, nous avons sollicité l'accompagnement du cabinet Bluequest. Ensemble, nous avons redéfini notre approche de la compliance fournisseurs pour l'ensemble des entités du groupe, dont les marques Livera et Femilet distribuées respectivement aux Pays Bas et au Danemark.

En 2024, une cheffe de projet conformité sociale a rejoint nos équipes. Sa mission principale : identifier, prévenir et atténuer les risques sociaux dans notre chaîne d'approvisionnement.

Un état des lieux a ainsi été mené concernant le niveau d'engagement social de nos partenaires de production – confectionneurs, fabricants d'étoffes ou de fournitures – avec lesquels nous avons un lien d'affaire direct. Au total, 98 sites de production à travers le monde sont concernés.

Tous avaient préalablement signé notre code de conduite, aligné sur les chartes internationales telles que les principes directeurs des Nations Unies, les conventions de l'Organisation Internationale du Travail (O.I.T) et les principes directeurs de l'Organisation de Coopération et de Développement Économique (O.C.D.E).

90 % de nos partenaires confectionneurs, représentant 99 % de nos achats en valeur dans cette catégorie, sont soumis à des audits sociaux annuels. Près de 40 % d'entre eux ont obtenu un résultat Satisfaisant¹.

Pour les partenaires de production fabriquant nos étoffes ou nos fournitures, le principe de vigilance opéré au travers des audits sociaux n'était pas partie intégrante et systématique des pratiques mises en œuvre.

1 RÉSULTAT SATISFAISANT

Considéré lorsque les pratiques sont conformes aux réglementations locales et aux valeurs requises par notre code de conduite. Des non conformités mineures non systémiques pouvant être présentes.

À partir de ce constat, et afin de minimiser les risques sociaux sur notre chaîne d'approvisionnement, nous avons fixé comme objectif à moyen terme : 100% de nos partenaires de production devront être audités avec un résultat Satisfaisant.

Pour ce faire, quatre axes de travail ont été définis et mis en œuvre en 2024:

- 1 — Sensibiliser nos équipes internes et nos partenaires aux pratiques d'achat et de production responsables, en les accompagnant avec bienveillance dans la mise en œuvre de notre politique d'audits.
- 2 — Évaluer les risques et opportunités de nos partenaires afin de prioriser les audits.
Nos partenaires préalablement audités et dont les rapports sont considérés comme recevables (*datant de moins d'un an et reposant sur un référentiel social international reconnu par Chantelle*²) ont été minutieusement étudiés. Les non-conformités identifiées nous ont permis de leur attribuer un score selon notre barème interne. Cela afin de disposer d'une notation équitable, quelque soit le référentiel d'audit auquel il a été soumis. Nous avons ensuite identifié les partenaires à auditer selon le référentiel SMETA by SEDEX. Ceux ne disposant pas de rapport d'audit valide et localisé dans un pays à risque élevé³ étant automatiquement sélectionnés.
- 3 — Accompagner les fournisseurs audités dans le traitement des non-conformités.
- 4 — Exiger les même standards pour nos propres usines, dont celles à l'international, systématiquement auditées selon le référentiel SMETA by SEDEX

Grâce à l'ensemble des actions menées, plus de 60% de nos partenaires de rang 2 – fabricants d'étoffes et de fournitures nominés, notamment pour la production au sein de nos propres usines – disposent désormais d'un rapport d'audit valide⁴, soit près du double de l'année passée. Cela représente plus de 80% de la valeur de nos achats dans cette catégorie. Aucune non conformité critique n'a été identifiée.

Désormais, l'ensemble de ces partenaires bénéficient d'un accompagnement attentif dans le but d'intensifier leur autonomie en matière de vigilance sociale.

Cette approche nous permet d'évaluer l'engagement social fournisseur, un critère pris plus largement en compte au moment de l'évaluation annuelle fournisseur réalisée en partenariat avec toutes les équipes de notre chaîne de production dont les équipes achat et conformité sociale. Le système de notation, initialement basé sur les performances en matière de créativité, délais de production, qualité des produits et relation commerciale, intègre désormais la maturité sociale et plus globalement son engagement et ses actions sociales et environnementales.

En 2025, nous renforçons cette démarche en actualisant la cartographie des risques fournisseurs avec l'intégration des fournisseurs de biens non-marchands ainsi que les matières premières non nominées⁵, identifiés grâce à *Trace for Good*, l'outil de traçabilité que nous utilisons depuis la saison PE25.

Cette plateforme nous permet d'assurer la traçabilité de notre chaîne de valeur au-delà du cadre réglementaire français. C'est également un outil clé dans la collecte de données spécifiques nécessaires à l'évaluation de l'impact environnemental multi-factoriel de nos collections, selon la méthodologie PEFCR Apparel & Footwear. Cette analyse débutera avec nos produits confectionnés par des partenaires externes, avant d'être étendue aux composants de nos collections de corseterie, confectionnées au sein de nos propres usines.

(CF ENGAGEMENT 4: AGIR EN TRANSPARENCE).

Notre code de conduite, mis à jour par nos équipes juridiques et révisé par un cabinet de conseil spécialisé, sera diffusé au cours du premier semestre 2025 – quelques mois en retard sur notre engagement initial – auprès de nos fournisseurs et en interne sur l'ensemble du périmètre groupe.

Il s'accompagne du déploiement d'un nouvel outil de signalement en ligne, accessible par un lien sécurisé à l'ensemble des collaborateurs du groupe ainsi qu'à nos parties prenantes externes, pour signaler toute dérive en matière de droits humains.

Dans une démarche d'amélioration continue, nous renforçons également la conformité de nos propres usines. Déjà auditées selon le référentiel SMETA by Sedex, à l'exception de notre site français, qui le sera en 2026, elles suivront progressivement un processus de certification WRAP pour leur garantir un niveau de conformité maximal.

Notre site de production au Vietnam a initié ce processus au second trimestre 2024. Ceci devrait nous permettre de maintenir un haut niveau de conformité sociale sur le long terme.

Enfin, nous devons formaliser notre politique de diligence raisonnable, accompagnée de procédures claires, afin de garantir des pratiques toujours plus exigeantes.

2 PAYS À RISQUE ÉLEVÉ Pays où le respect des normes internationales n'est pas garanti, avec une fréquence significative de non-conformités aux principaux standards sociaux et environnementaux, selon https://www.statista.com/statistics/1498331/selected-countries-by-esg-ranking-in-europe/
3 RÉFÉRENTIEL SOCIAL INTERNATIONAL RECONNU PAR CHANTELLE SMETA, BSCI, ICS, WCA, HIGG FSLM, WRAP, SA8000, BLUESIGN, OEKO-TEX STEP
4 AUDIT VALIDE Datant de moins d'1 an et réalisé selon un des standards reconnu par Chantelle.
5 MATIÈRES PREMIÈRES NON NOMINÉES Matières non sélectionnées par Chantelle, sourcées par notre partenaire, confectionneur.



Engagement 8

Développer nos Actions Sociétales

Parce que les femmes sont au cœur de notre histoire, c'est tout naturellement que l'engagement sociétal du groupe Chantelle s'articule autour de la lutte contre les maladies et les maux de la société les impactant. Nous œuvrons également en faveur de l'inclusion et contre la précarité, avec la volonté d'apporter un impact concret et durable.

En Avant Toutes

Depuis 2022, le réseau de boutiques françaises, Chantelle Retail, soutient En Avant Toutes, une association engagée dans la lutte contre les violences sexistes et sexuelles à travers des actions de prévention et l'accompagnement des victimes et des témoins.

Tout au long de l'année, un dispositif d'arrondi solidaire est proposé dans les boutiques Chantelle, permettant à nos clientes d'ajouter un don lors de leurs paiements par carte bancaire. L'intégralité des sommes récoltées est reversée à l'association.

Une seconde opération de collecte est organisée chaque année à l'occasion des Journées VIP dans les boutiques Chantelle et sur le site e-commerce. En 2024, cette initiative a permis de récolter 3 500 €.

Pour compléter ces actions sur le terrain, un dispositif de sensibilisation a été installé à l'année dans les cabines d'essayage de nos boutiques pour permettre aux clientes de se rendre sur le site d'En Avant Toutes et apprendre à réagir en étant témoin ou victime d'une agression dans un espace public.

Par ailleurs, Chantelle propose chaque année à ses collaborateurs, en France, une conférence animée par les équipes d'En Avant Toutes, autour d'une thématique précise. En 2024, nos salariés ont ainsi eu l'opportunité d'échanger et de débattre sur la question des stéréotypes de genre en entreprise.

IMI (Institut de la Mode Inclusive)

Darjeeling poursuit son soutien financier à l'IMI et ses initiatives en matière de sensibilisation au handicap dans le secteur du prêt-à-porter.

Ruban Rose

Depuis 5 ans, Chantelle s'engage aux côtés de l'association Ruban Rose pour lutter collectivement contre le cancer du sein. Durant Octobre rose, une opération dans les boutiques Chantelle, sur le site e-commerce de la marque et dans les corners des grands magasins en France a été mise en place proposant ainsi de reverser 2€ à l'association pour tout achat d'un produit issu d'une sélection de notre ligne SoftStretch.

Une collaboration pérenne nous ayant permise de reverser à l'association plus de 90 000€ sur les 5 dernières années.

Pour compléter ces actions, nous nous engageons annuellement à sensibiliser nos collaborateurs sur la prévention du cancer du sein : mode d'emploi de l'autopalpation, premiers signes du cancer du sein, vers qui se tourner etc. et ce sur l'ensemble de nos sites français soit plus de 50 % de nos effectifs dans le monde.

Odyssea

Pour la onzième année consécutive, Chantelle renouvelle son soutien à Odyssea, une association engagée dans la prévention et la lutte contre le cancer du sein à travers toute la France.

Chaque mois d'octobre, Odyssea organise des défis sportifs sous différents formats, invitant particuliers et entreprises à soutenir la cause en marchant ou en courant.

En 2024, Chantelle a battu son record de participation avec près de 90 collaborateurs de Chantelle SA et Darjeeling inscrits à un défi, en présentiel ou à distance.

Cette année a également marqué un record pour l'édition parisienne d'Odyssea : 45 000 participants rassemblés au Château de Vincennes ont permis de récolter 1 000 000 d'euros. Au total, 347 117 kilomètres ont été parcourus.

Les fonds récoltés ont été distribués comme suit : 935 000 € à l'hôpital Gustave Roussy et 65 000 € à l'association Prolific.

Partenariat TLMC

Pour la 2ème année consécutive, Darjeeling s'est associée à Tout le monde contre le cancer pour soutenir la 9ème édition de l'Échappée Rose, le premier institut de bien-être itinérant créé en 2017 qui offre des instants de relaxation et une bulle de bien-être aux femmes atteintes de cancer. Dans une caravane airstream aménagée qui fait le tour de la France, les bénéficiaires peuvent profiter de soins et de moments de partage et d'évasion avec 7 socio-esthéticiennes. En 2023, ce sont 661 patients, accompagnants et soignants qui ont participé à l'Échappée Rose. L'association peut compter sur le soutien d'une dizaine de marques de secteurs variés : la dermo cosmétique avec Eau Thermale Avène, le fooding avec Palais des Thés, ou encore la santé avec le laboratoire Gilead Sciences.

Cette année, 18 boutiques Darjeeling sélectionnées sur la base du volontariat et en fonction des villes étapes de l'Echappée Rose, ont été privatisées le temps d'une session shopping pour accueillir 153 patientes soutenues par l'association. À 10 jours du premier shopping, une présentation a été faite aux équipes des boutiques afin de les préparer aux shoppings privés, répondre aux questions et permettre aux équipes ayant participé l'année précédente de partager leur expérience.

Le jour J, les patientes ont été accueillies et accompagnées par nos conseillères de vente qui leur ont remis une carte cadeau de 80€. Elles ont ainsi pu profiter de ce moment pour se reconnecter à leur corps et à leur féminité. Ce moment d'échange et de partage, riche en émotions, a touché les clientes et a été de nouveau très apprécié par les équipes qui pourront renouveler l'opération en 2025 à l'occasion de la fête des mères et d'octobre rose.

Une opération produit partage visant à reverser 1€ à l'association pour l'achat d'un produit parmi 6 lignes Darjeeling a également été mise en place. Ce sont 7000€ qui ont ainsi pu être récoltés auxquels s'ajoutent les 14400€ qui ont été offerts sous forme de cartes cadeaux aux patientes de l'association.



SHOPPING PRIVÉ À TOULOUSE



SHOPPING PRIVÉ À LA ROCHELLE

Sénopôle de l'Hôpital Saint-Louis

Pour la première fois, les marques françaises du groupe, Chantelle et Darjeeling, se sont engagées directement auprès d'une structure hospitalière. C'est par un soutien à la marche organisée dans le cadre d'Octobre Rose, que notre collaboration a débuté.

Alignées avec notre mission de soutien à toutes les femmes, nos marques ont répondu présent en offrant plusieurs centaines de produits de nos collections aux participantes, patientes et soignantes.

Face aux retours positifs et à la relation de confiance nouvellement établie, Darjeeling a renouvelé son engagement en décembre avec un don plus conséquent encore.

Une initiative de proximité qui illustre nos valeurs de solidarité et d'engagement présentes dans toutes les actions menées par Darjeeling.



MARCHE ORGANISÉE PAR LE SÉNOPÔLE DE L'HÔPITAL SAINT-LOUIS À PARIS

Au Tambour !

C'est dans le cadre d'un appel aux dons lancé par Au Tambour !, association créée en 2019 à Lyon (France) que Darjeeling s'est à nouveau mobilisée.

Ses objectifs :

- accueillir 100 femmes victimes de précarité, d'isolement et de violence dans un lieu sécurisant et non mixte,
- favoriser leur accès à l'hygiène, au soin et à la santé,
- les informer et les orienter vers les dispositifs d'accès aux droits et
- lutter contre la perte de confiance et d'estime de soi.

Leur foyer a des besoins réguliers en sous vêtements (culottes, soutiens-gorge et chaussettes) et en produits d'hygiène.

Grâce aux 600 pièces qui ont été offertes par Darjeeling, l'association a pu préparer des kits de sous vêtements distribués aux femmes accueillies par l'association.

« Les dons de sous vêtements sont pour nous très précieux et font partie des services de qualité que nous tentons d'apporter aux femmes. Ils sont pour nous un moyen très efficace d'inciter les dames à renouer avec leur intimité et aussi permettre la réconciliation avec leurs corps. »

Agnès Poncet, Administratrice de l'association

Agence du Don en Nature (ADN)

L'Agence du Don en Nature collecte et redistribue des produits neufs non alimentaires pour lutter contre l'exclusion en France.

1 français.e sur 6 est en situation de précarité matérielle. 54% déclarent d'ailleurs que la consommation d'un produit neuf est un acte symbolique avant d'être un gage de qualité. 36% des français.e.s ont vu leur situation se dégrader ces 4 dernières années.

ADN collabore avec 250 entreprises mécènes et 1500 associations partenaires.

Les entreprises livrent leur don à l'entrepôt-école, le don est stocké et mis en ligne sur un catalogue, les dons sont redistribués aux associations en fonction de leurs besoins.

En 2024 ce sont près de 16 000 produits issus de nos collections, SoftStrech, Culottes Menstruelles (...) qui ont été attribués.

Plus de 9 000 pièces ont pu être adressées à 87 associations bénéficiaires : Entreprises Sociales et Solidaires. Ces organisations couvrent 22 départements, partout en France, du Nord à la région parisienne en passant par les Alpes-Maritimes ou encore le Bas-Rhin ou les Côtes-d'Armor.

Notes & Annexes

Périmètre de Reporting

- Le périmètre de reporting DÉCLARATION DE PERFORMANCE EXTRA-FINANCIERE 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 % des effectifs. Les activités commerciales en France qui représentent environ 46 % des effectifs sur le territoire français sont incluses.
 - L'empreinte environnementale du groupe depuis 2022 est calculée en incluant l'intégralité des collaborateurs du groupe : soit, 3 989 personnes au 31 décembre 2024.

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.

Période de Reporting

- Les données collectées couvrent l'exercice comptable arrêté au 31 décembre 2024. La remontée des données s'effectue à une fréquence annuelle avec un point à mi-année.
- 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 12 % des effectifs du groupe ne font pas l'objet du reporting.

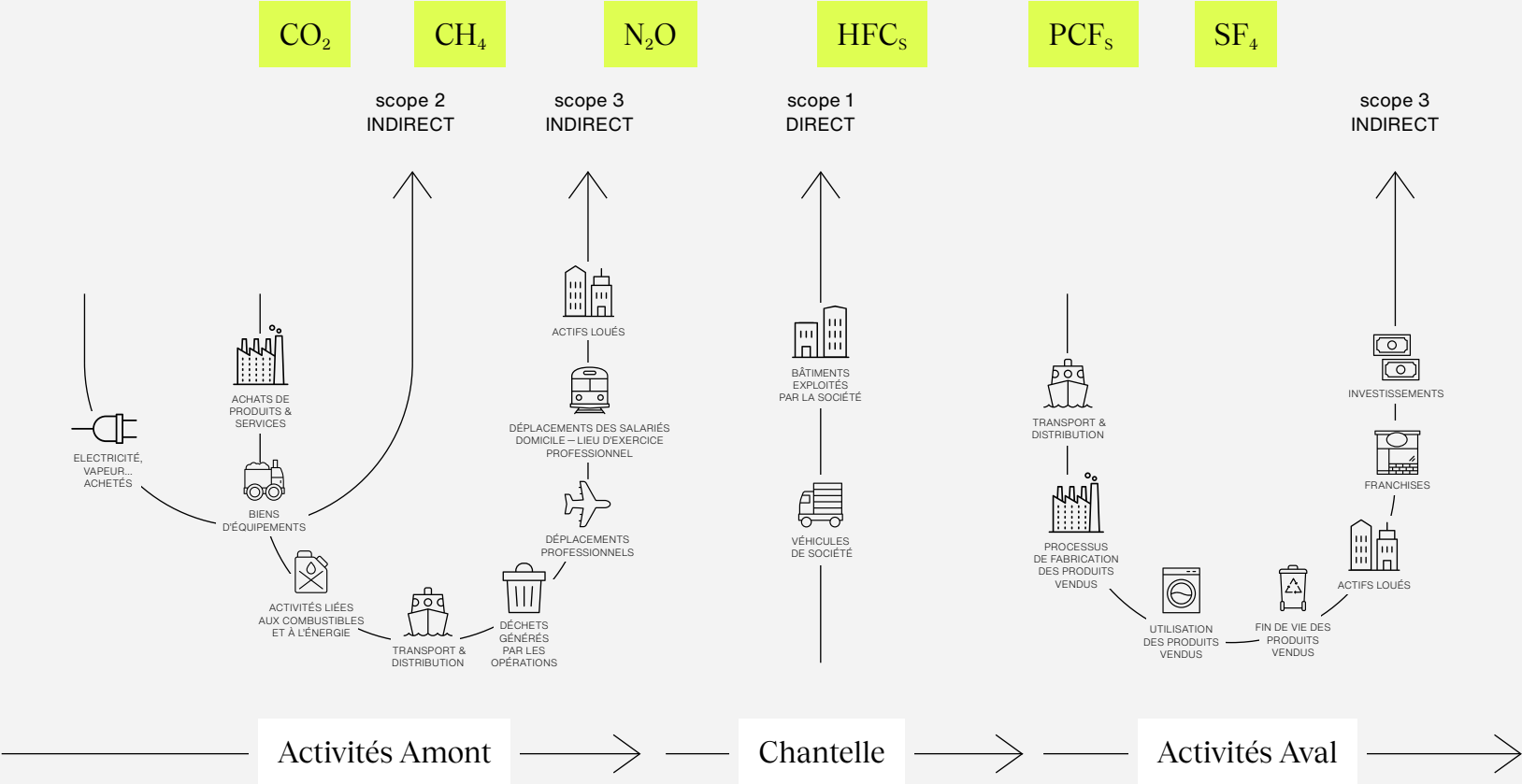
Les Entités Relevant du Périmètre de Reporting

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

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

Du point de vue de notre activité, nous ne sommes pas concernés par des rubriques telles que la « lutte contre le gaspillage alimentaire », la « lutte contre la précarité alimentaire », le « respect du bien-être animal », « l'alimentation responsable, équitable et durable », ainsi que les « actions visant à promouvoir le lien national-armée et à soutenir l'engagement dans la réserve ».

NOTES MÉTHODOLOGIQUES



ACTIVITÉS PRISES EN COMPTE POUR L'ÉVALUATION
DE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE GLOBALE

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. Elle est le résultat de la formule de normalisation et de pondération des différents résultats par catégorie d'impact.

Climat  Changement Climatique	Biodiversité  Acidification  Eutrophisation Terrestre  Eutrophisation Eau Douce  Eutrophisation Marine  Toxicité Eau Douce  Utilisation Des Sols	Santé Environnementale  Appauvrissement Couche Ozone  Radiations Ionisantes  Formation Ozone  Toxicité Humaine  Toxicité Humaine Cancer  Particules Fines
Ressources  Ressource Eau  Appauvrissement Minerais  Appauvrissement Énergies Non Renouvelables		

	N°	POSTES D'ÉMISSIONS	APPLICATION À CHANTELLE
SCOPE 1 ÉMISSIONS DIRECTES DE GES	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 ÉMISSIONS INDIRECTES ASSOCIÉES À L'ÉNERGIE	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 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 »	Émissions Liées à l'énergie Non Incluse dans les Scopes 1 & 2 <i>ex : production de gaz</i>
	9	Achats de Produits et de Services	Produits finis (impact des matières premières et de la fabrication) / Autres achats
	10	Immobilisation des Biens	Inclus depuis 2024
	11	Déchets	Déchets & Eaux Usées
	12	Transport de Marchandise Amont	Transport de Marchandises (Coût Supporté par Chantelle) <i>(Non pris en Compte dans les Catégories Émissions Directes & Émissions Indirectes Associées à L'énergie)</i>
	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 <i>(Coût Non Supporté par Chantelle)</i>
	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 & Fuites de Réfrigérants

DÉTAILS DES POSTES D'ÉMISSION