

Rapport RSE 2025

CHANTELLE



3 Édito de
Guillaume Kretz

5 Faits Marquants

6 Notre Vision

7 Notre Gouvernance

8 Notre Modèle
d'Affaires

9 Nos Fournisseurs

10 Présence du Groupe

11 Double Matérialité
& Méthodologie

12 Définition des
IROs matériels

15 Matrice de
Double Matérialité

16 Chantelle
for Change

17 Minimiser notre
Impact Environnemental

27 Réduire notre
Empreinte Climatique

38 Créer des
Produits Durables

Nature

49 Agir en
Transparence

52 Servir et Représenter
Toutes les Féminités

60 S'engager Auprès
de nos Collaborateurs

63 Assurer Éthique et Respect
des Droits Humains

Culture

71 Notes &
Annexes

Sommaire

Le présent rapport RSE est un rapport volontaire, répondant aux attendus anciennement de la DPEF et complété de l'analyse de double matérialité. Le rapport est globalement structuré selon les normes ESRS. Il ne constitue pas un « État de durabilité » au sens de la Directive CSRD mais une publication sur la base d'un référentiel ad hoc défini par Chantelle. Une liste d'indicateurs a été sélectionnée et auditée par le cabinet KPMG. Elle est présentée en annexe du rapport des commissaires aux comptes, joint à notre rapport RSE.

L'année 2025 a été marquée par une double symbolique pour le Groupe Chantelle : la célébration des 30 ans de notre enseigne Darjeeling et l'approche de notre 150^e anniversaire en 2026.

Ces étapes illustrent notre capacité de réinvention constante, tout en restant fidèles à notre mission fondamentale : accompagner les femmes à chaque moment de leur vie.

Chantelle se trouve aujourd'hui au confluent de défis majeurs. Notre groupe incarne le rayonnement de la France dans le monde, avec une distribution s'étendant à 80 pays. Chantelle est, par exemple, la seule marque de lingerie européenne dans le top 10 des marques américaines. Dans un contexte géopolitique perturbé, nous portons ce message d'universalisme et cette conviction qu'un commerce international raisonné et régulé est un puissant moteur de richesse et de paix.

Parallèlement, nous nous joignons à ceux qui souhaitent protéger le commerce de proximité. Avec 180 boutiques, notamment sous l'enseigne Darjeeling au cœur des centres-villes français, nous défendons le savoir-faire de nos conseillères, de nos lingères et la proximité émotionnelle avec nos consommatrices. Face à la hausse des loyers et à l'accès plus difficile aux cœurs de villes parfois moribonds, nous soutenons cette présence physique, ce lien humain. Le service et l'ajustement intime des soutiens-gorge sont des expertises irremplaçables que nous continuerons d'offrir.

Enfin, nous protégeons un savoir-faire industriel. L'usine d'Épernay, dernière usine de corseterie encore active en France, est notre fierté. Elle a été distinguée par le label **Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV)** — *une marque de reconnaissance de l'État récompensant les entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels d'excellence* — soulignant l'enjeu de préserver ce patrimoine sur le territoire.

Ces combats sont incroyablement difficiles à combiner, mais ils méritent toute notre énergie et notre résilience. Chantelle est le fruit vivant des révolutions qui nous ont précédés.

Notre histoire peut se raconter à travers les slogans publicitaires qui nous ont marqués :

1949 **Chantelle, la gaine qui ne remonte pas.**
Une révolution permettant aux femmes d'oublier le corset rigide. Depuis, nous développons des sous-vêtements qui « s'oublent ».

1972 **Dansez, ils ne danseront pas. Bougez, ils ne bougeront pas.**
Avec le lancement du premier soutien-gorge moulé, le Défi, nous libérons le mouvement.

1980 **Chantelle aime tous les seins.**
Un message précurseur sur l'inclusivité et la diversité des morphologies.

années 90 **C'est peut-être un détail, mais c'est un Chantelle.**
Une célébration de l'unicité de chaque femme, de la beauté des dentelles et des broderies.

années 2000 **Chantelle habille les femmes du monde.**
Affirmation de notre vision universelle.

2017 **Soft Stretch.**
L'innovation de la taille unique, choisie aujourd'hui par 10 femmes par minute dans le monde.

2025 **Something More.**
Notre nouvelle signature, quintessence de notre espoir pour le futur : prouver qu'un soutien-gorge est bien plus qu'un simple vêtement.

Cette promesse de donner « quelque chose en plus » aux femmes ne peut se concevoir sans une responsabilité exemplaire envers la planète et la société. Notre performance extra-financière est le socle de cette ambition. L'incertitude ne freine pas notre action.

Le premier combat se joue sur les futures étiquettes. Chantelle a été la première marque de lingerie au monde à afficher volontairement le **PEF (Product Environmental Footprint)** — *une méthode européenne standardisée pour mesurer l'empreinte environnementale d'un produit sur l'ensemble de son cycle de vie*. Ce score mesure 16 impacts réels (émissions de gaz à effet de serre, pollution de l'eau...)

Pourtant, un paradoxe freine cet élan : la France propose désormais **Ecobalyse** — *un futur affichage environnemental français spécifique au textile*. Cette méthode adopte une approche différente en intégrant notamment une « **durabilité extrinsèque** » (ou émotionnelle), concept fondé sur l'idée qu'un produit cher serait conservé plus longtemps. Nous avons alerté sur ce risque : Ecobalyse pourrait favoriser un produit pour son positionnement prix plutôt que pour sa durabilité technique réelle. **Pour nous, un vêtement doit avant tout supporter le plus de cycles de porter-laver : c'est l'usage prolongé sur de très nombreuses années qui définit sa véritable vertu environnementale.** En ce sens, nous sommes

Édito de Guillaume Kretz

Directeur Général du groupe CHANTEILLE

fortement impliqués dans les travaux **DURHABI** — projet ayant abouti à la création d'une norme française, *NF G30-113 en cours de transposition au niveau européen, permettant l'évaluation de la durabilité physique ou intrinsèque* — et plaidons pour que ces critères soient retenus dans la méthode d'affichage cible, méthode qui devra être proposée par le **JRC (Joint Research Centre)** — le service scientifique interne de la Commission européenne — et nous militons pour une convergence à l'échelle de l'Europe afin de peser sur la transformation de la filière partout dans le monde.

Pour garantir cette promesse, Chantelle devrait être parmi les premières marques à déployer le **DPP (Digital Product Passport)** — un passeport numérique permettant d'accéder à toutes les informations de traçabilité et de durabilité d'un produit via un simple scan. Grâce à l'outil **Trace for Good**, nous assurons déjà une transparence totale : plus de 90% des produits bénéficient d'une traçabilité renforcée dès 2025. Un exploit technique pour un produit comptant parfois 30 composants.

La création de notre Comité de vigilance et le déploiement d'un nouvel outil d'alerte (*Whistleblower*) viennent consolider notre dispositif de vigilance.

Nous exigeons de nos partenaires les mêmes standards d'excellence que nous nous appliquons, à l'image de la certification WRAP obtenue par notre site Chantnam au Vietnam.

Par ailleurs, pour avoir une vision holistique de nos enjeux, nous avons anticipé une directive européenne **CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive)** — la nouvelle réglementation européenne qui harmonise les rapports de durabilité des entreprises, mais qui ne s'applique pour l'instant qu'aux très grands groupes — et nous avons réalisé notre première analyse de « double matérialité ».

Ce concept consiste à évaluer deux dimensions : l'impact de l'entreprise sur l'environnement et la société, mais aussi l'impact des enjeux climatiques et sociaux sur la viabilité économique de l'entreprise.

Les conclusions nous ont permis d'affiner notre stratégie portant sur l'Environnement, le Social et la Gouvernance : notre programme **Chantelle for Change**.

Nos résultats sont concrets : notre trajectoire de décarbonation est désormais validée par l'initiative internationale **SBTi (Science Based Targets initiative)** — une organisation qui aide les entreprises à définir des objectifs de réduction de gaz à effet de serre basés sur la science climatique pour limiter le réchauffement mondial.

L'objectif est ambitieux et il sera atteint : réduire les émissions de gaz à effet de serre de 47,4% sur les scopes 1 et 2, et de 66% sur le scope 3 d'ici 2029 par rapport à 2019.

scopes 1 & 2 **Émissions directes liées à nos usines et bureaux, et émissions indirectes liées à l'énergie achetée (électricité).**

scope 3 **Toutes les autres émissions indirectes (matières premières, transport, fin de vie des produits), représentant plus de 90% de l'empreinte carbone.**

En 2025, cet effort s'étend à la biodiversité : Chantelle privilégie désormais des fibres issues de forêts gérées durablement et tendra à rationaliser chaque goutte d'eau.

Nous allons plus loin en transformant Épernay en centre de réparation industrielle. Nous militons également auprès de l'organisme **Refashion** — l'éco-organisme chargé de la gestion de la fin de vie des textiles en France — afin que le système d'éco-modulation — un système de bonus/malus financier sur les taxes versées par les marques en fonction de la conception de leurs produits — soit juste et récompense la durabilité, réparabilité et recyclabilité réelle. L'organisme **Refashion** a l'immense défi d'améliorer son efficacité opérationnelle afin de faire face à la croissance exponentielle des textiles arrivant sur notre territoire.

Cette rigueur n'oublie jamais l'humain. En interne, elle se traduit par nos engagements pour l'inclusion et l'égalité femmes-hommes. En externe, le Groupe soutient des acteurs associatifs vitaux tels que **Odyssée**, **Ruban Rose** et le **Sénopôle dans la lutte contre le cancer**, ou encore **Tout le monde contre le cancer**. Nous agissons également contre la précarité, notamment menstruelle, aux côtés de **l'Agence du Don en Nature** et de **Règles Élémentaires**.

Le changement est une aventure collective. Je tiens à remercier l'ensemble des collaborateurs et partenaires du Groupe Chantelle pour leur passion quotidienne. Ensemble, nous avons le devoir de faire la différence pour les 150 prochaines années.

Guillaume Kretz



Faits Marquants

Chantelle Epernay: Label EPV

Délivré en septembre 2025 sous l'autorité du préfet de région Grand Est, afin de distinguer des entreprises françaises aux savoir-faire artisanaux et industriels jugés comme d'excellence.



Fibres à Impact Réduit

+10,6% (EN POIDS)

de fibres à impact réduit (d'origine biologique, recyclées, éco-labellisées...) utilisées en 2025 par comparaison à 2024.

Émissions de gaz à effet de serre

-49,4%

d'émissions de gaz à effet de serre en 2025 par rapport à 2019 par million d'euros de CA consolidé.

Atelier de Réparation

L'Atelier Chantelle, notre service de réparation en France, change d'échelle et s'appuie désormais sur l'expertise industrielle de notre usine d'Épernay pour couvrir l'ensemble de nos points de vente en France.

Chantnam: Certification WRAP

Certification WRAP de notre unité industrielle dédiée à la confection au Vietnam, Chantnam. L'assurance d'une conformité sociale garantissant chaque jour à nos collaborateurs une rémunération équitable, la liberté d'association et un cadre de travail respectueux des droits humains.



Vigilance Raisonnée

+20% (EN CA)

d'audits sociaux « satisfaisants » en 2025 vs 2024.

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.

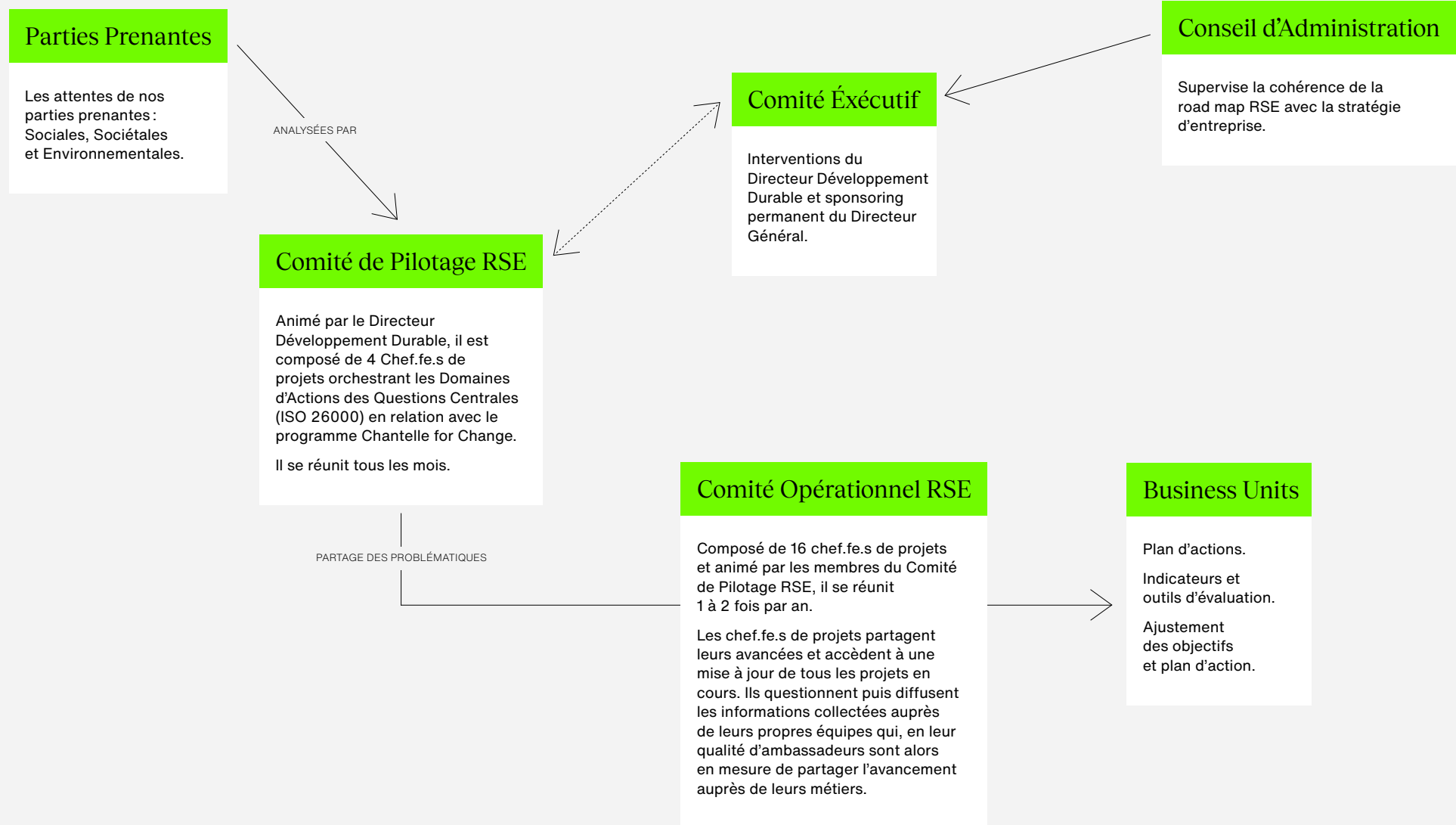
Guidé.e.s par le désir de valoriser et de servir toutes les féminités, nous travaillons quotidiennement à proposer des produits responsables et durables dans le temps, qui conviennent à toutes les morphologies et tous les besoins. Agir en faveur d'une société plus inclusive, équitable et respectueuse 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

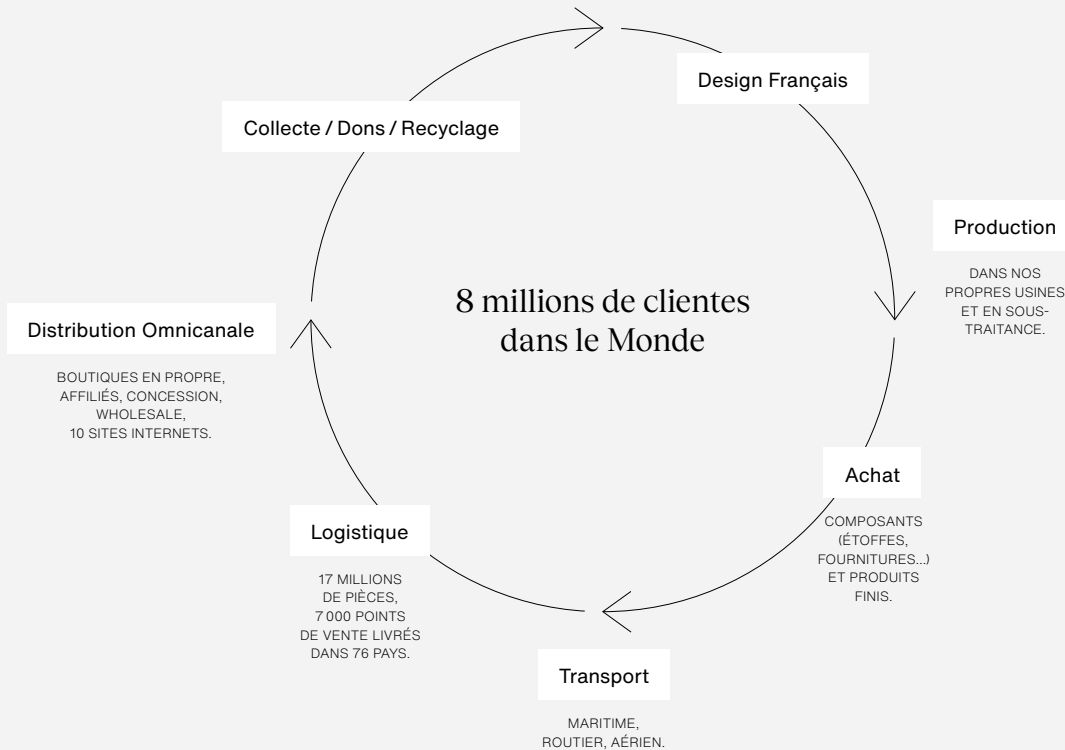


Notre Gouvernance

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

RESSOURCES FINANCIÈRES
Actionnariat familial.

SAVOIR-FAIRE HISTORIQUE
Entreprise fondée en 1876.

COLLABORATEURS
3 828 collaborateurs dans le monde.

FOURNISSEURS
112 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-création avec nos partenaires.

La Valeur Créée

CHIFFRE D'AFFAIRES
315 M€

NOS CLIENTS
Une vision inclusive des femmes. Une lingerie de qualité pour les silhouettes du bonnet A à I.

NOS COLLABORATEURS
Emploi et développement France : Cachan, Corbie, Villers, Peronne, Epernay, au service du *made in France*. Europe, États-Unis, Canada, Asie, Maghreb.

LUTTE CONTRE LES MAUX DE NOTRE SOCIÉTÉ
Soutien aux associations Ruban Rose, Odyssea, Règles Élémentaires, Agence du don en Nature, Tout le monde contre le cancer

INNOVATION
Chantelle One, 1^{ère} lingerie 100 % recyclable, Pulpies.

Notre Modèle d’Affaires



 Fournisseurs
de Matières/Fournitures

Euromed 20

Autriche	1	Roumanie	1
Belgique	1	Slovénie	1
Égypte	1	Suisse	1
Espagne	1	Tunisie	2
France	5	Turquie	1
Italie	5		

Asie 58

Chine	32
Sri Lanka	2
Taiwan	3
Thaïlande	18
Vietnam	3

 Fournisseurs
de Produits Finis

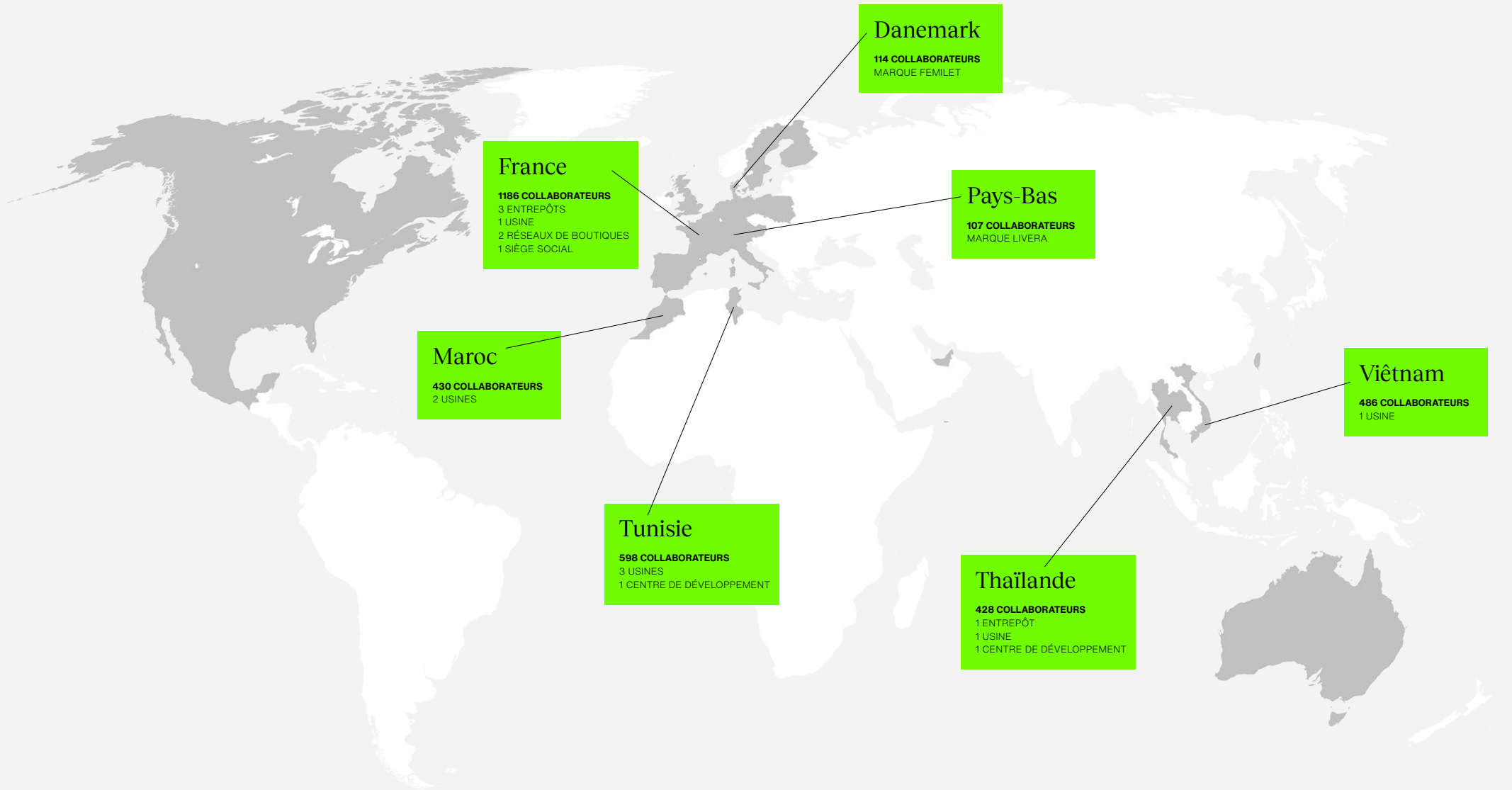
Europe 6

France	1
Italie	2
Turquie	3

Asie 28

Bangladesh	2
Cambodge	2
Chine	17
Inde	6
Vietnam	1

Nos Fournisseurs



Présence du Groupe

Effectif au 31/12/2025

Filiales Commerciales

479 COLLABORATEURS

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

Notre analyse de Double Matérialité

Le paquet Omnibus validé par la Commission Européenne fin 2025 a levé l'obligation, pour le groupe Chantelle, de publier un état de durabilité conforme aux normes ESRS. Néanmoins, la décision a été prise de remplacer notre analyse de simple matérialité par une double matérialité, élément central de la réglementation européenne encadrant la publication d'informations en matière de durabilité (Corporate Sustainability Reporting Directive-CSRD).

Ce dispositif évalue notre performance selon deux axes distincts :

La matérialité d'impact

Les impacts (positifs ou négatifs) de nos activités sur les personnes et l'environnement à travers l'ensemble de notre chaîne de valeur.

La matérialité financière

Les risques et opportunités liés aux enjeux ESG (Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance) qui peuvent influencer la performance financière et la viabilité du groupe.

Au-delà de l'enjeu de conformité, cette analyse constitue un outil stratégique structurant pour identifier nos priorités, affiner notre gestion des risques et saisir les opportunités liées à la transition durable .

Notre Méthodologie

Pour construire notre matrice de double matérialité, nous avons suivi une méthodologie rigoureuse en quatre étapes, conformément aux standards ESRS.

1 IDENTIFICATION DES ENJEUX ESG

Nous avons débuté en consolidant les enjeux déjà identifiés lors de la mise à jour de notre matérialité simple fin 2023 . Pour assurer une couverture complète des standards ESRS, nous avons ajouté de nouveaux enjeux spécifiques tels que :

- l'adaptation au changement climatique
- les conséquences des activités de la filière sur les communautés locales
- le lobbying et l'influence dans la filière
- le « Made in France »

Au total, **24 enjeux ESG** pertinents pour notre activité ont été confirmés.

2 IDENTIFICATION DES IMPACTS, RISQUES ET OPPORTUNITÉS (IROs)

Pour chacun de ces 24 enjeux, nous avons identifié les impacts, risques et opportunités (IROs) potentiels sur l'ensemble de notre chaîne de valeur . Ce travail a permis de recenser **104 IROs**.

3 DÉFINITION DES CRITÈRES ET SEUILS DE COTATION

Nous avons établi des critères précis pour évaluer la matérialité de chaque IRO :

POUR LA MATÉRIALITÉ D'IMPACT

Nous avons évalué la gravité (échelle, caractère irréversible/remédiabilité) des impacts sur l'environnement, les droits humains, et la santé-sécurité .

POUR LA MATÉRIALITÉ FINANCIÈRE

Nous avons défini des seuils financiers pour évaluer les risques et opportunités .

Des critères obligatoires tels que *LA PROBABILITÉ D'OCCURRENCE* et *L'HORIZON TEMPOREL* (court, moyen ou long terme) ont été appliqués à l'ensemble des IROs .

4 ÉVALUATION ET VALIDATION DES ENJEUX MATÉRIELS

Chaque IRO a été coté selon cette grille d'évaluation afin de déterminer son caractère matériel. Selon la méthodologie ESRS, un enjeu ESG est considéré comme matériel dès lors qu'un seul des IROs qui lui est associé est jugé matériel (que ce soit sur l'axe d'impact ou l'axe financier).

Cette analyse approfondie nous permet d'identifier les enjeux prioritaires sur lesquels Chantelle s'engage à communiquer, assurant ainsi la pertinence de notre futur reporting volontaire.

Le référentiel mis en œuvre au sein de ce rapport de manière volontaire peut être consulté par nos parties prenantes sur simple demande.

Double Matérialité & Méthodologie

Enjeu ESG	ESRS	Categorie ESG	IRO	Intitulé	Type	Définition
ATTÉNUATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE	E1	ENV Environnement	7	Impact négatif sur l'environnement en contribuant au dérèglement climatique par les émissions de GES (Scopes 1, 2 et 3).	IMPACT NÉGATIF	Contribution de l'entreprise au dérèglement climatique, conséquence des émissions de gaz à effet de serre générées par l'activité directe ou indirecte sur l'ensemble de la chaîne de valeur.
ATTÉNUATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE	E1	ENV Environnement	9	Impact négatif sur les droits humains en contribuant au changement climatique et ses conséquences (famine, migration contrainte,...) sur les populations à travers les émissions de GES de l'entreprise (scopes 1, 2 et 3).	IMPACT NÉGATIF	Responsabilité de l'entreprise vis-à-vis des populations affectées par le dérèglement climatique. Il s'agit de comprendre comment la contribution de l'entreprise au réchauffement climatique (par vos émissions de GES) peut mettre en danger les droits fondamentaux des individus et des communautés, comme l'accès à l'eau, à la nourriture ou la sécurité. Il s'agit donc de l'évaluation des conséquences sociales et humaines de l'empreinte carbone de l'entreprise.
ATTÉNUATION DU CHANGEMENT CLIMATIQUE	E1	ENV Environnement	10	Risque de coûts financiers liés aux investissements dans la décarbonisation des activités et de la chaîne de valeur.	RISQUE	Évaluation et quantification des coûts financiers (investissements, dépenses d'exploitation, etc.) engagés ou nécessaires pour les initiatives de décarbonation des activités de l'entreprise et de sa chaîne de valeur. Cela inclut les dépenses liées à la réduction des émissions de gaz à effet de serre, l'adoption de technologies plus propres, l'amélioration de l'efficacité énergétique, et la transition vers des sources d'énergie renouvelables. L'objectif est de mesurer l'impact financier de ces efforts financiers et d'identifier les risques associés à ces investissements.
EFFICACITÉ & SOBRIÉTÉ ÉNERGÉTIQUE	E1	ENV Environnement	18	Impact négatif sur l'environnement associé à une consommation d'énergie élevée.	IMPACT NÉGATIF	Coût environnemental de l'empreinte énergétique de l'entreprise. Mise en œuvre de leviers de réduction de consommation en lien avec des mesures et des investissements liés à la sobriété et à l'efficacité énergétique des processus appliqués par l'entreprise, notamment sur ses propres activités mais aussi par les acteurs de sa chaîne d'approvisionnement.
PRÉSERVATION DE LA QUALITÉ DE L'EAU	E2	ENV Environnement	21	Impact négatif sur l'environnement en cas de pollution de l'eau (chimique, etc.) liée aux activités de l'entité.	IMPACT NÉGATIF	Dégradation des écosystèmes aquatiques et de la biodiversité causée par les activités de l'entreprise. Cela inclut la contamination des eaux douces et marines par des substances polluantes rejetées, entraînant la destruction des habitats naturels, menaçant les espèces et altérant la qualité des ressources en eau essentielles.
PRÉSERVATION DE LA QUALITÉ DE L'EAU	E2	ENV Environnement	22	Impact négatif sur les droits humains (droit à la vie, droit à l'eau potable, droit à la santé, droit à la sécurité, etc.) en cas de pollution de l'eau.	IMPACT NÉGATIF	Manière dont la contamination de l'eau par une entreprise menace la santé et la survie des populations. Cela correspond à la dégradation de l'accès à l'eau potable, à la sécurité alimentaire (via la contamination des cultures et de la pêche) et à la santé publique, affectant particulièrement les communautés locales et les populations vulnérables qui dépendent de ces ressources.

Définition des IROs matériels

Enjeu ESG	ESRS	Categorie ESG	IRO	Intitulé	Type	Définition
GESTION DES SUBSTANCES TOXIQUES DANS LA CHAÎNE DE VALEUR	E2	ENV Environnement	30	Impact négatif sur la santé et la sécurité des consommateurs lié à l'utilisation de produits chimiques aux risques avérés (cancérigènes, reprotoxiques,...).	IMPACT NÉGATIF	Risques sanitaires directs que les produits de l'entreprise font peser sur leurs utilisateurs. Cela inclut l'utilisation de substances chimiques aux risques avérés qui peuvent entraîner des maladies, des blessures ou des dommages à long terme pour le consommateur, de l'utilisation d'un produit jusqu'à sa fin de vie.
GESTION DES RESSOURCES EN EAU	E3	ENV Environnement	38	Impact négatif sur les droits humains en raison de la violation des droits d'accès à l'alimentation des communautés locales si les activités de l'entité ou de sa chaîne d'approvisionnement ont une incidence sur la disponibilité de l'eau.	IMPACT NÉGATIF	Mauvaise gestion de l'eau résultant de la manière dont une entreprise compromet l'accès des communautés locales à des ressources en eau de qualité et en quantité suffisante, affectant directement leur santé, leur sécurité et leur bien-être.
PRÉSERVATION DE LA BIODIVERSITÉ	E4	ENV Environnement	42	Contribution à la destruction de la biodiversité et des écosystèmes en raison des activités de l'entreprise et/ou de sa chaîne de valeur.	IMPACT NÉGATIF	L'effet des activités de l'entreprise sur la dégradation de la vie animale et végétale ainsi que de leurs habitats naturels. Cela inclut la pollution, la déforestation et la surexploitation des ressources, tout au long de sa chaîne de valeur.
PRÉSERVATION DE LA BIODIVERSITÉ	E4	ENV Environnement	43	Contribution à la destruction de la biodiversité et des écosystèmes en raison des activités de l'entreprise et/ou de sa chaîne de valeur.	RISQUE	L'effet des activités de l'entreprise sur la dégradation de la vie animale et végétale ainsi que de leurs habitats naturels. Cela inclut la pollution, la déforestation et la surexploitation des ressources, tout au long de sa chaîne de valeur.
CIRCULARITÉ DES PRODUITS & UTILISATION RAISONNÉE DES RESSOURCES	E5	ENV Environnement	48	Impact négatif sur les ressources naturelles en raison du risque d'épuisement si l'utilisation de ressources dans la production n'est pas gérée de manière durable.	IMPACT NÉGATIF	Contribution de l'entreprise à la raréfaction des ressources à travers ses processus de production interne et externe. Cela correspond à une utilisation non durable (linéaire) qui conduit à l'épuisement des stocks naturels.
SANTÉ, SÉCURITÉ & BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL DE NOS COLLABORATEURS	S1	SOC Social	58	Impact négatif grave et irréversible sur la santé et la sécurité des collaborateurs et leurs familles en cas de mauvaises conditions de travail.	IMPACT NÉGATIF	Conséquences des conditions de travail, pouvant causer le décès, une invalidité permanente ou des dommages psychologiques irréversibles. Cela inclut les risques pour les familles, qui subissent également les répercussions de ces accidents ou maladies professionnelles graves.
DROITS HUMAINS & CONDITIONS DE TRAVAIL DANS LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT	S2	SOC Social	69	Atteinte aux droits fondamentaux des travailleurs dans la chaîne de valeur en cas de mauvaises conditions de travail chez un ou plusieurs fournisseurs.	IMPACT NÉGATIF	Effet des activités de l'entreprise qui ne garantissent pas des conditions de travail décentes au sein de la chaîne de valeur de l'entreprise. Cela inclut le travail forcé, le travail des enfants, la non-sécurité des lieux de travail ou des salaires insuffisants, menaçant ainsi la dignité et les droits humains essentiels.

Enjeu ESG	ESRS	Categorie ESG	IRO	Intitulé	Type	Définition
CONSÉQUENCES DES ACTIVITÉS DE LA FILIÈRE SUR LES COMMUNAUTÉS LOCALES AFFECTÉES	S3	SOC Social	70	Atteinte aux droits humains (droit du sol, patrimoine culturel, etc) des communautés locales dont les territoires sont affectés par les activités de la l'entreprise.	IMPACT NÉGATIF	Effet des activités de l'entreprise qui affectent négativement les populations et leurs territoires, entraînant notamment le déplacement forcé, la destruction du patrimoine culturel ou la pollution de l'eau et des sols qui rendent leur environnement inhabitable.
TRANSPARENCE DE L'INFORMATION & TRAÇABILITÉ DES PRODUITS	S4	SOC Social	73	Impact négatif sur l'environnement dû aux procédés de fabrication, aux matériaux, au transport des produits .	IMPACT NÉGATIF	Incapacité de l'entreprise à prouver et à communiquer l'empreinte environnementale réelle de ses produits. Ceci résultant de l'absence de traçabilité, qui empêche l'entreprise de mesurer précisément la pollution, la consommation de ressources ou les émissions de GES générées par la fabrication, les matériaux et le transport de ses produits. En conséquence, les parties prenantes, comme les consommateurs, ne peuvent pas faire de choix éclairés.
INCLUSIVITÉ DES PRODUITS & DE LA COMMUNICATION	S4	SOC Social	77	Atteintes aux droits humains des consommateurs /utilisateurs finaux résultant des pratiques discriminatoires du Groupe en matière de sélection des clients.	IMPACT NÉGATIF	Conséquences pour les droits fondamentaux des individus lorsque les pratiques de vente, dont l'offre produits, de l'entreprise, la tarification ou le marketing sont discriminatoires. Cela a pour effet de restreindre l'accès à ses produits ou services à certains groupes de la population.
QUALITÉ & SÉCURITÉ DES PRODUITS	S4	SOC Social	80	Impact négatif sur l'environnement en raison d'informations incomplètes, fausses ou trompeuses sur l'utilisation et/ou l'élimination des produits ou d'une durée de vie moindre.	IMPACT NÉGATIF	Dégradation de l'environnement causée par des informations trompeuses ou une durée de vie trop courte des produits. Cela conduit à la nécessité d'un renouvellement trop rapide des produits, une mauvaise gestion en fin de vie, augmentant la pollution et le gaspillage des ressources.
GESTION DES ALERTES DANS LA CHAÎNE DE VALEUR	G1	GOV Gouvernance	92	Atteinte aux droits humains des lanceurs d'alerte en l'absence de mesure de protection des dénonciateurs (tout au long de la chaîne de valeur).	IMPACT NÉGATIF	Conséquences néfastes subies par une personne qui dénonce des pratiques illégales ou contraires à l'éthique au sein d'une entreprise ou de sa chaîne de valeur. Cela inclut le licenciement, l'intimidation ou les poursuites judiciaires, en l'absence de mécanismes de protection adéquats.

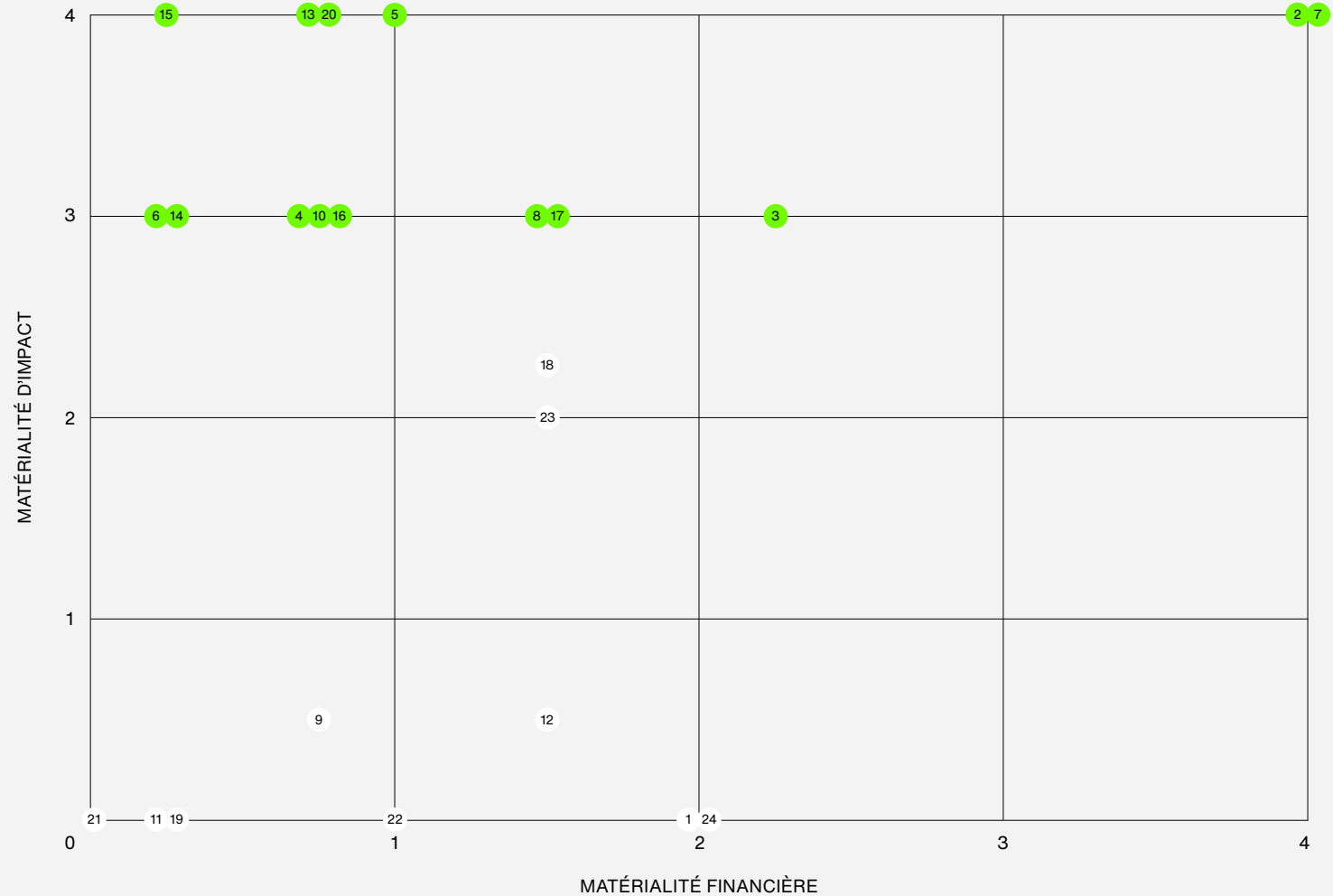
Notre stratégie Chantelle for Change, basée sur les fondements de la norme ISO 26000 et reposant sur les piliers Nature et Culture évolue:

Nature

- 1 Adaptation au changement climatique
- 2 Atténuation du changement climatique**
- 3 Efficacité et sobriété énergétique**
- 4 Préservation de la qualité de l'eau**
- 5 Gestion des substances toxiques dans la chaîne de valeur**
- 6 Gestion des ressources en eau**
- 7 Préservation de la biodiversité**
- 8 Circularité des produits et utilisation raisonnée des ressources**
- 9 Gestion des déchets
- 17 Qualité des produits**

Culture

- 10 Santé, sécurité et bien-être au travail de nos collaborateurs**
- 11 Égalité, diversité et inclusion
- 12 Développement du savoir-faire et du savoir-être de nos collaborateurs
- 13 Droits humains et conditions de travail dans la chaîne d'approvisionnement**
- 14 Conséquences des activités de la filière sur les communautés locales affectées**
- 15 Transparence de l'information et traçabilité des produits**
- 16 Inclusivité des produits et de la communication**
- 17 Sécurité des produits**
- 18 Éthique dans la relation commerciale
- 19 Partage équitable de la valeur créée par l'entreprise
- 20 Gestion des alertes dans la chaîne de valeur**
- 21 Lobbying et influence dans la filière
- 22 Communautés et développement local
- 23 Innovation
- 24 Made in France



Matrice de Double Matérialité

01 Nature

Agir pour préserver notre planète

Engagement 1

Minimiser notre impact environnemental

PERMET DE RÉPONDRE
AUX ENJEUX MATÉRIELS
SOUTENUS PAR LES ESRs
E2, E3 & E4

Préservation de la qualité de l'eau
Gestion des substances toxiques
dans la chaîne de valeur
Gestion des ressources en eau
Préservation de la biodiversité

Engagement 2

Réduire notre empreinte climatique

PERMET DE RÉPONDRE
AUX ENJEUX MATÉRIELS
SOUTENUS PAR LES ESRs
E1

Atténuation du changement climatique
Efficacité et sobriété énergétique

Engagement 3

Créer des produits durables

PERMET DE RÉPONDRE
AUX ENJEUX MATÉRIELS
SOUTENUS PAR LES ESRs
E5 & S4

Circularité des produits et utilisation
raisonnée des ressources
Qualité des produits

02 Culture

Agir pour une société plus juste

Engagement 4

Agir en transparence

PERMET DE RÉPONDRE
AUX ENJEUX MATÉRIELS
SOUTENUS PAR LES ESRs
S4

Transparence de l'information
et traçabilité des produits
Sécurité des produits

Engagement 5

Servir et représenter toutes les féminités

PERMET DE RÉPONDRE
AUX ENJEUX MATÉRIELS
SOUTENUS PAR LES ESRs
S4

Inclusivité des produits
et de la communication

Engagement 6

S'engager auprès de nos collaborateurs

PERMET DE RÉPONDRE
AUX ENJEUX MATÉRIELS
SOUTENUS PAR LES ESRs
S1

Santé, sécurité et bien-être
au travail de nos collaborateurs

Engagement 7

Assurer éthique et respect des droits humains

PERMET DE RÉPONDRE
AUX ENJEUX MATÉRIELS
SOUTENUS PAR LES ESRs
S2, S3 & G1

Droits humains et conditions de travail
dans la chaîne d'approvisionnement
Conséquences des activités de la filière
sur les communautés locales affectées
Gestion des alertes dans la chaîne de valeur

01 Nature

Agir pour préserver notre planète





Engagement 1

Minimiser notre Impact Environnemental

Dans la continuité des travaux initiés en 2022 avec notre partenaire, le bureau d'études Yukan-Glimpact, et en tenant compte de la validation européenne de la méthodologie P.E.F.C.R Apparel & Footwear en version 3.1, nous avons mis à jour nos évaluations d'empreinte environnementale au niveau du groupe Chantelle (O.E.F) pour notre année de référence 2019 ainsi que pour les années 2023 et 2024.

L'analyse de notre empreinte pour l'année 2025 a également été réalisée selon ce scénario.

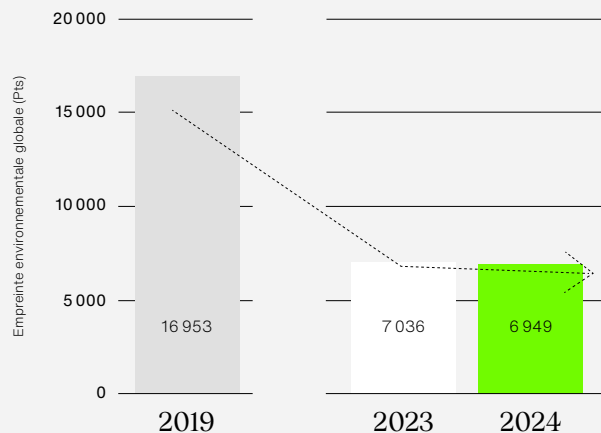
Ces évaluations rigoureuses, menées sur les années précédentes, nous ont permis de structurer notre stratégie de réduction d'impact autour d'une politique climatique dont les objectifs ont été validés par l'initiative SBT (Science Based Targets) fin 2024.

En 2025, nous complétons cet engagement avec une politique de préservation puis dans un second temps de restauration de la biodiversité, prolongeant nos premières actions menées en 2024.

Cette orientation supplémentaire nous permet d'adresser de manière plus ciblée des enjeux fondamentaux tels que l'eutrophisation, la toxicité ou la consommation d'eau.

Les activités prises en compte, les critères d'impact et les postes d'émissions sont détaillés en annexe (pages 72 à 75).

Pour permettre une comparaison fiable des performances entre 2019 (notre année de référence), 2023 et 2024, nous avons procédé à une mise à jour systématique de nos hypothèses de calcul selon les axes suivants :



COMPARAISON DE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE GLOBALE DU GROUPE CHANTELLE ENTRE 2019 ET 2024

PEFCR A&F VERSION 3.1

Ajustements du périmètre opérationnel

SITES EXPLOITÉS PAR LE GROUPE CHANTELLE

INFRASTRUCTURES (BÂTIMENTS)

L'impact des bâtiments est désormais intégré pour l'ensemble des sites sur la base d'une durée d'amortissement de 50 ans. (Catégorie 10 - Immobilisation des biens).

RESTAURATION COLLECTIVE

L'impact des cantines du siège social de Cachan et de l'usine vietnamienne Chantnam a été ajouté pour toutes les années (2019, 2023, 2024), sur la base d'un repas par employé.

ENTITÉS COMMERCIALES

Afin d'être exhaustifs, 19 filiales commerciales internationales ont été intégrées au périmètre de reporting, avec des hypothèses de consommation d'énergie et d'eau harmonisées (par rapport aux données connues d'activités similaires dans le groupe notamment en France)

STATUT DE JOINT-VENTURE

L'usine thaïlandaise SIGMA étant une coentreprise détenue à 49 % par Chantelle, nous avons appliqué un coefficient de 0,49 à ses émissions de scopes 1 et 2. Ses émissions de scope 3 ont été exclues de l'analyse. Le reliquat des émissions de scopes 1 et 2 a été comptabilisé dans le scope 3, sous la catégorie 15 - Investissements.

Corrections et précisions des données d'activité

EMBALLAGES

Une erreur d'unité sur la masse des emballages achetés (en carton, polyéthylène et polypropylène) a été corrigée pour 2019 et 2023, rétablissant les volumes réels consommés.

TRAJETS DOMICILE/TRAVAIL

L'impact des trajets en bus, précédemment non documenté, est désormais inclus pour toutes les années évaluées.

Évolution des calculs liés aux produits

GESTION DES PRODUITS INVENDUS

La méthode 3.1 remplace la notion de « destruction de stocks dormants » par une vision globale des « invendus » (incluant les retours clients non remis en vente). Faute de données historiques précises, nous avons appliqué un **taux moyen** d'invendus de 6% sur l'ensemble des produits pour 2019, 2023 et 2024.

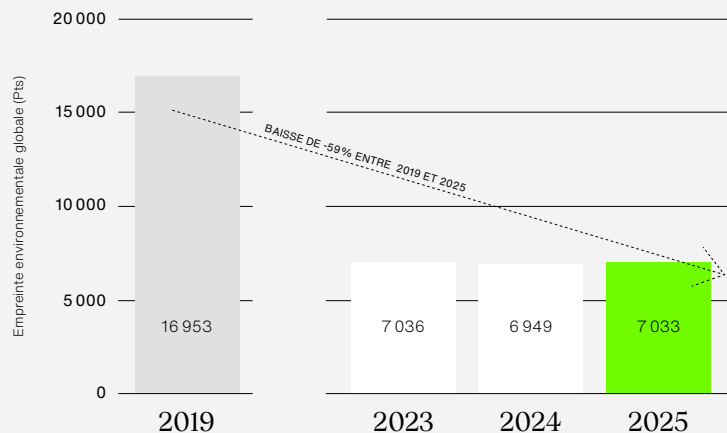
STANDARD DE TAILLE

La taille de référence pour les hauts de corseterie a été modifiée, passant du bonnet C au bonnet B toujours en taille 75 (Europe), entraînant un ajustement à la baisse de la masse de matières premières utilisées.

SCÉNARIOS DE DISTRIBUTION

Le modèle de distribution e-commerce a été affiné. Nous sommes passés d'un flux « Usine vers Consommateur » à un modèle « E-commerce avec entrepôt », reflétant la réalité de nos flux logistiques transitant par nos plateformes de Péronne et Corbie.

COMPARAISON DE L'EMPREINTE GLOBALE



COMPARAISON DE L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE GLOBALE DU GROUPE CHANTELLE ENTRE 2019 ET 2025

PEFCR A&F VERSION 3.1

Dans la continuité de nos objectifs de traçabilité, visant à utiliser des données spécifiques pour les étapes les plus impactantes de notre activité, nous avons réalisé les avancées suivantes :

À PARTIR DE LA COLLECTION AUTOMNE-HIVER (AH) 2025

Pour l'ensemble des segments de la marque globale Chantelle ainsi que pour la marque Darjeeling, nous avons répertorié la structure de nos composants (**textile, plastique, métal...**) et les caractéristiques des fibres associées (**cardé, peigné, filé, recyclé, biologique... teint, imprimé, écru...**) Les certifications correspondantes ont également été collectées et vérifiées.

DÈS LA COLLECTION PRINTEMPS-ÉTÉ (PE) 2026

Ce processus a été étendu aux produits des marques **Livera** et **Femilet**. Nous avons enrichi nos bases de données en intégrant le mode de liage précis de chaque étoffe (**tricotage, tissage, dentelle et spécificité, circulaire, rectiligne, rachel, jacquard, leavers...**), les technologies de teinture ainsi que les classes de colorants utilisés. Concernant le packaging primaire (**polybags**), nous confirmons désormais la composition et le poids unitaire pour l'intégralité des références produites par nos partenaires de confection.

GESTION DES PRODUITS INVENDUS

Utilisation de données réelles.

PEFCR APPAREL & FOOTWEAR

Seuls 16% des articles (**en volume**) produits en interne ou confectionnés par nos partenaires de production ont été évalués en appliquant des proxis proposés par la méthode PEFCR Apparel & Footwear.

Perspectives 2026 (COLLECTIONS AH26 ET PE27)

Notre priorité sera d'identifier précisément les pays d'origine des fibres de coton, en cohérence avec notre objectif d'utiliser exclusivement du coton d'origine biologique certifié d'ici fin 2026. Parallèlement, nous travaillerons avec nos partenaires de production pour obtenir des données spécifiques concernant leur consommation d'eau et leur mix énergétique.

La stabilité de notre empreinte environnementale en 2025 par rapport à 2023, dans un contexte d'augmentation de la production de 4,8%, confirme la pertinence de notre stratégie de durabilité.

Les actions de décarbonation et d'éco-conception décrites dans ce rapport ont ainsi largement neutralisé l'effet de la hausse d'activité sur notre bilan global.

Par rapport à 2024, notre empreinte environnementale a légèrement progressé, sous l'effet conjugué d'une hausse de la production (+1,4%) et d'un recours plus important aux fibres de coton et de laine pour nos lignes de prêt-à-porter. Ces facteurs représentent les sources principales de cette évolution.

COMPARAISON DE L'EMPREINTE GLOBALE

7 033 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 catégories d'impact (acidification, changement climatique, particules fines, formation photochimique d'ozone, utilisation de ressources fossiles) représentant 66 % de notre empreinte globale sont majoritairement interdépendantes. Elles ont pour origine, notamment mais pas exclusivement, notre consommation directe ou indirecte de ressources fossiles.

L'engagement que nous avons pris depuis 2022 d'agir pour réduire notre empreinte climatique (voir engagement 2 page 27) reste le levier le plus efficace et cohérent pour réduire notre empreinte environnementale globale.

Nous devons cependant rester vigilants aux conséquences de l'intégration plus forte de coton et dans une moindre mesure de laine dans nos collections de prêt-à-porter ces 2 dernières années. La production de ces fibres agit notamment sur les émissions de particules fines ainsi que l'acidification. Mais aussi dans une moindre mesure sur l'eutrophisation et la consommation d'eau.

CATÉGORIES D'IMPACT	SCORE (µPt)	%
Acidification	435 170 947	6,2%
Changement Climatique	1 668 257 687	23,7%
Ecotoxicité Eau Douce	259 543 397	3,7%
Particules Fines	1 218 566 163	17,3%
Eutrophisation Marine	200 379 087	2,8%
Eutrophisation Eau Douce	77 750 518	1,1%
Eutrophisation Terrestre	228 435 503	3,2%
Toxicité Humaine, Cancer	78 938 069	1,1%
Toxicité Humaine	94 984 357	1,4%
Radiations Ionisantes	51 574 619	0,7%
Utilisation des Sols	281 405 859	4%
Appauvrissement Couche d'Ozone	5 441 881	0,1%
Formation d'Ozone Photochimique	267 362 337	3,8%
Utilisation Ressources Fossiles	1 023 393 482	14,6%
Utilisation Ressources Minérales & Métalliques	797 926 671	11,3%
Utilisation d'Eau	344 189 270	4,9%
Empreinte Environnementale	7 033 319 854	

SCOPE 1 ÉMISSIONS DIRECTES DE GES

SCOPE 2 ÉMISSIONS INDIRECTES ASSOCIÉES À L'ÉNERGIE

SCOPE 3 AUTRES ÉMISSIONS INDIRECTES DE GES

N°	POSTES D'ÉMISSIONS	SCORE (Pts)	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL
1	Émissions Directes des Sources Fixes de Combustion	40	1%
2	Émissions Directes des Sources Mobiles à Moteur Thermique	28	0%
3	Émissions Directes des Procédés Hors Énergie	3	0%
4	Émissions Directes Fugitives	3	0%
6	Émissions Indirectes liées à la Consommation d'Électricité	173	2%
8	Émissions liées à l'Énergie non incluse dans les Catégories « Émissions Directes de GES » & « Émissions de GES à Énergie Indirectes »	69	1%
9	Achats de Produits et de Services	3 948	56%
10	Immobilisation des Biens	635	9%
11	Déchets	-24	0%
12	Transport de Marchandise Amont	617	9%
13	Déplacements Professionnels	32	0%
15	Investissements	48	1%
16	Transport des Visiteurs et des Clients	3	0%
17	Transport des Marchandises Aval	17	0%
18	Utilisation des Produits Vendus	793	11%
19	Fin des Produits Vendus	46	1%
22	Déplacement Domicile/Travail	603	9%
	Total	7 033	

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 2025

L'analyse annuelle de notre empreinte organisationnelle permet de confronter nos décisions stratégiques à la réalité de leurs impacts. Cette vue multidimensionnelle assure une surveillance rigoureuse des potentiels transferts d'impacts, garantissant que chaque avancée climatique ne se fasse pas au détriment d'un autre indicateur environnemental.

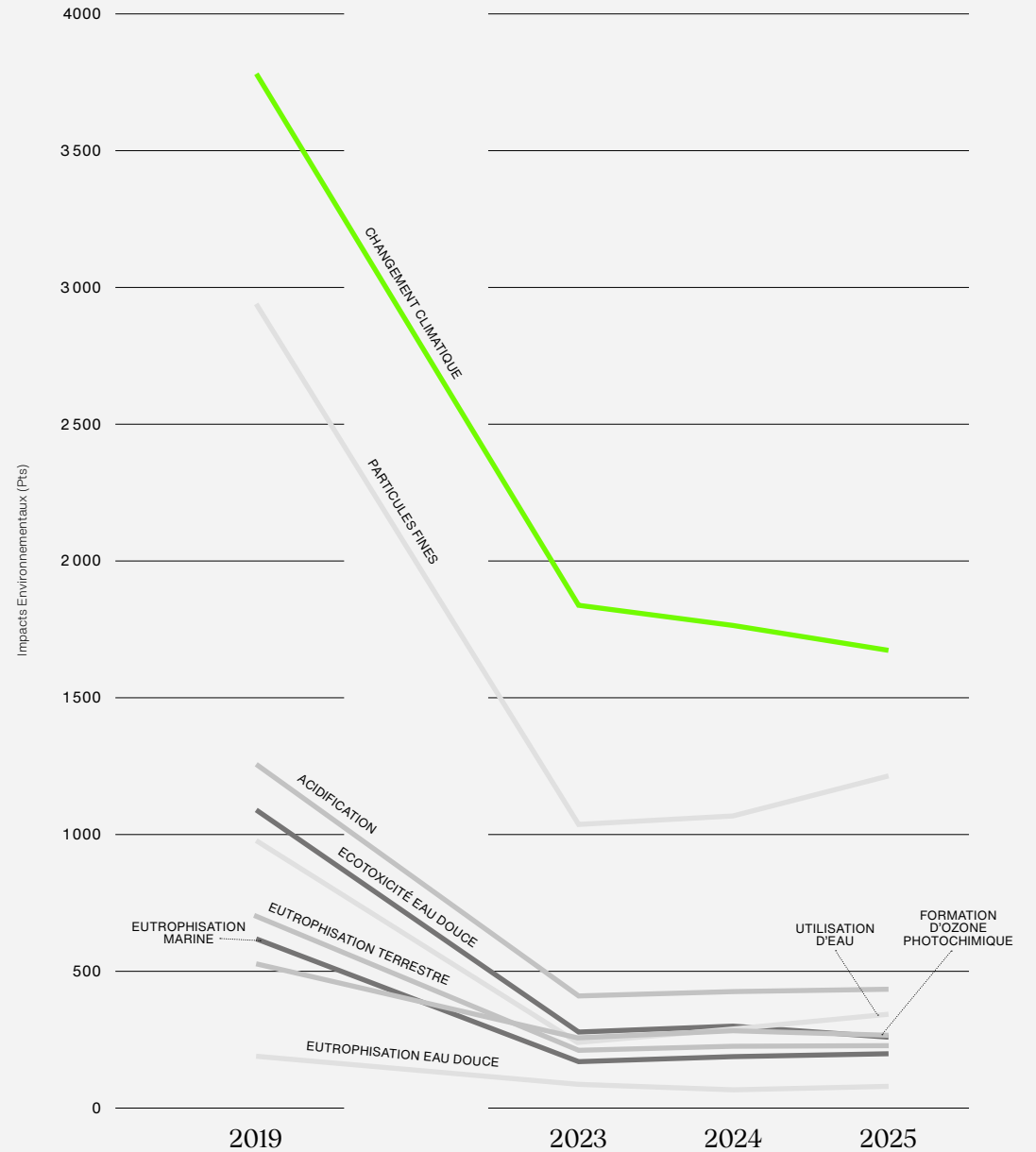
Au-delà du climat, notre vigilance s'étend à la préservation de la qualité de l'eau, à la gestion des substances toxiques dans la chaîne de valeur ainsi qu'à la gestion des ressources en eau. L'analyse ci-dessous intègre ainsi les indicateurs d'eutrophisation (terrestre, eau douce, océan), d'acidification, de toxicité de l'eau douce, de formation d'ozone et d'émissions de particules fines, complétés par une mesure stricte de la consommation d'eau sur l'ensemble du cycle de vie de nos collections.

Notre modèle de pilotage démontre une synergie claire entre la baisse des émissions de gaz à effet de serre, la réduction de l'ozone photochimique et la protection de la biodiversité aquatique (éco-toxicité eau douce). Agir sur nos leviers climatiques permet de traiter simultanément ces enjeux.

Toutefois, si la trajectoire globale est à la baisse depuis 2019, cette convergence n'est pas automatique pour tous les indicateurs : l'acidification, les particules fines et l'eutrophisation présentent une inertie plus forte.

Ce décalage met en exergue l'impact extrêmement important de nos matières naturelles : d'une part, l'usage de la laine, dont l'empreinte spécifique sur l'acidification ou les émissions de particules fines reste prépondérante malgré des volumes limités ; d'autre part, la consommation de coton dont l'irrigation pèse lourdement sur la ressource en eau. Ces enjeux exigent des stratégies de transition ciblées sur le mix matières, distinctes de la seule performance énergétique.

Conscients que la préservation des ressources hydriques est indissociable du respect des droits humains fondamentaux, nos actions tendent à limiter l'empreinte de nos activités sur les cycles de l'eau afin de prévenir tout impact négatif sur la santé et la sécurité des populations. Cette vigilance est pleinement intégrée à notre objectif global de transformation durable, visant à concilier performance opérationnelle et protection des communautés locales au sein de notre chaîne de valeur.



EVOLUTION DE L'IMPACT PAR CATEGORIE POUR LE GROUPE CHANTELLE ENTRE 2019 ET 2025

ANALYSE D'IMPACTS

Nos Ambitions

En 2025, nous renforçons notre ambition environnementale en adoptant une politique de préservation et de restauration de la biodiversité, prolongeant ainsi nos premières initiatives de 2024. Ce cadre global complète notre plan de décarbonation en ciblant des impacts clés, tels que l'eutrophisation, la toxicité ou la consommation d'eau. Notre objectif est de corriger les externalités négatives de notre activité en agissant concrètement sur les cinq pressions majeures identifiées par l'IPBES pour protéger et promouvoir les écosystèmes.

1 CHANGEMENT D'AFFECTION DES TERRES

Notre objectif est de **prévenir la déforestation ou la conversion d'écosystèmes naturels** dans notre chaîne d'approvisionnement. **Avant fin 2028**,

- 100 % des fibres artificielles cellulosiques* (viscose, modal, lyocell) sélectionnées pour nos collections devront être produites par un fabricant classé Green Shirt par l'ONG **Canopy** en priorisant les fibres éco-labellisées produites par la société **Lenzing**. Canopy est une organisation environnementale internationale à but non lucratif dédiée à la protection des forêts, des espèces et du climat dans le monde, ainsi qu'à l'avancement des droits des communautés traditionnelles et autochtones en exploitant le pouvoir du marché mondial. Le rapport Hot Button évalue l'approvisionnement forestier des producteurs de fibres artificielles et souligne d'autres données importantes nécessaires pour des achats éclairés, y compris les initiatives de traçabilité des producteurs, l'utilisation de fibres certifiées FSC et le soutien aux solutions de conservation. Lenzing est un leader dans les fibres à base de cellulose. Il s'agit d'une entreprise européenne intégrée et implantée mondialement. « Intégrée » signifie qu'elle produit sa matière première, en dissolvant la pâte de bois, dans ses propres usines.

- 100 % des papiers / cartons achetés en central ou par nos entités industrielles* devront être composés de fibres de cellulose recyclées et/ou issues de forêts gérées durablement et certifiées FSC ou PEFC. Le **Forest Stewardship Council (FSC)** est une organisation mondiale

vouée à la promotion de la gestion responsable des forêts à travers le monde. La mission de FSC est de promouvoir une gestion responsable des forêts mondiales, c'est-à-dire une gestion écologiquement appropriée, socialement bénéfique et économiquement viable, permettant de répondre aux besoins des générations actuelles et futures. PEFC est un système de certification international de gestion durable des forêts.

2 SUREXPLOITATION DES RESSOURCES

Nous visons à **réduire notre dépendance aux ressources vierges et à promouvoir une utilisation durable de celles-ci**.

- **À horizon 2030**, 100% de nos collections de corseterie, bain et underwear devront contenir au moins 50 % de fibres à impact réduit*. Compte tenu des fibres majoritairement utilisées au sein de nos collections, il s'agit en très grande majorité de fibres recyclées.

- Gestion de l'eau **Avant fin 2026**, nous devons identifier et sélectionner les pays producteurs de coton ayant le moins recours à l'irrigation.

À partir de 2026, nous commencerons à sensibiliser nos principaux partenaires de fabrication d'étoffes à leur consommation d'eau lors des procédés de teinture. L'objectif est d'identifier des leviers de réduction d'eau consommée par kg de matériau teint.

*Résultats reportés au sein de l'engagement 3 page 42.



3 POLLUTION

Notre objectif est de réduire drastiquement la libération de polluants chimiques dans l'environnement.

— 100 % de nos collections de prêt-à-porter (summerwear, nightwear, etc.) utilisant du coton devront recourir à du coton d'origine biologique* avant fin 2026.

— En certifiant l'ensemble de nos collections par le label **Oekotex Standard 100**, nous garantissons un haut niveau de conformité toxicologique à nos clientes, limitant le relargage de substances toxiques lors du porté et de l'entretien. Nous souhaitons amplifier cet engagement en participant au côté de nos partenaires de production d'étoffes à promouvoir, avant fin 2028, la **MRSL** (Manufacturing Restricted Substances List) promulguée par l'organisation **ZDHC** (Zero Discharge of Hazardous Chemicals). La Fondation ZDHC est une initiative mondiale indépendante et multipartite basée à Amsterdam. Elle réunit des marques, des fabricants, des innovateurs chimiques et des leaders environnementaux pour mener une mission puissante : utiliser la chimie durable pour protéger la planète et tous ceux qui en dépendent. La **Manufacturing Restricted Substances List (MRSL)** est la contribution fondamentale de la ZDHC à la durabilité mondiale—une liste unifiée fondée sur des données scientifiques qui identifie les substances chimiques interdites d'utilisation intentionnelle dans les processus de fabrication.

— La méthodologie européenne d'évaluation de notre empreinte (PEFCR A&F) devrait évoluer en intégrant un critère lié à la libération de microparticules de fibres textiles. En parallèle, nous devrions suivre les propositions de l'organisation **The Microfiber Consortium (TMC)** pour évaluer le niveau réel de relargage lors des phases d'ennoblissement en milieu aqueux. TMC est une organisation à but non lucratif, dirigée par la science, avec pour vision de travailler vers un impact zéro de la fragmentation des fibres du textile sur l'environnement naturel.

4 CHANGEMENT CLIMATIQUE

Nos ambitions sont détaillées au sein de notre engagement à Réduire notre empreinte climatique (V. page 27)

5 ESPÈCES EXOTIQUES ENVAHISSANTES

Notre engagement vise à **mettre en place des mesures de vigilance pour prévenir l'introduction ou la propagation d'espèces envahissantes.**

— **À moyen terme**, nous identifierons les organismes et formations appropriés pour sensibiliser les équipes logistiques (Usines et Entrepôts) aux risques liés aux espèces envahissantes.

— Dans un second temps, nous sensibiliserons nos partenaires de production, confectionneurs et fabricants de matières et de fournitures.

*Résultats reportés au sein de l'engagement 3 page 43.

Recherche & Développement

Outre la stratégie et les objectifs déclinés au sein des paragraphes précédents, il semble nécessaire et même important de participer à des projets collectifs et soutenir des innovations portant sur le développement de solutions visant à proposer des fibres à impact réduit issues du recyclage, notamment en boucle fermée. Celles-ci pouvant être complétées par de nouveaux matériaux biosourcés.

Il pourrait aussi s'agir de tester et soutenir des solutions de teinture qui garantissent une qualité similaire aux teintures traditionnelles mais dont l'impact environnemental est moins important (teinture dans la masse, procédé à sec, à rapport de bain faible, teintures végétales, matériel de teinture moins énergivore...)

Enfin, dans la continuité de notre objectif visant à évaluer le relargage de microparticules de fibres textile, nous devrions suivre le potentiel développement de technologies de capture lors de l'ennoblissement en milieu aqueux notamment.

Protection & Restauration de la Biodiversité

Il semble naturel que nos actions de protection et de restauration de la biodiversité passent également par l'identification et le soutien d'organisations reconnues, œuvrant à sensibiliser le grand public, protéger et restaurer la **biodiversité marine**. Cette ambition devrait être mise en œuvre à partir de 2027.

Sensibiliser & Embarquer

A fin 2025, ce sont près de 500 collaborateurs qui ont suivi les 2 modules de formation dédiés mis à disposition fin 2024. Au mois de décembre 2025, les équipes des départements Style, Marketing et Achats ont pu participer à une session de sensibilisation dédiée à l'interaction entre nos politiques sourcing, packaging, climat et biodiversité. Objectif, donner du sens à nos engagements in timeement liés au développement de chacune de leurs collections saisonnières.

Des actions de communication-sensibilisation à destination des consommateurs devraient aussi pouvoir être déployées **dès 2026**. Enfin, nous poursuivrons nos efforts de sensibilisation de nos fournisseurs pour renforcer l'alignement de leurs pratiques avec nos objectifs de préservation de la biodiversité.



Gestion de l'Eau

Notre consommation annuelle d'eau concerne les usages sanitaires et de sécurité pour les sites listés. Ne sont pas pris en compte les consommations d'eau au sein de nos réseaux de boutiques en France et à l'étranger ainsi que dans les bureaux de nos filiales commerciales à l'étranger.

CONSUMMATION ANNUELLE D'EAU (en m ³)	2023	2024	2025	ÉVOLUTION entre 2024 & 2025
Tunisie : Sofam, Sotufam, Chantuni, BSC	5 495	4 363	4 000	-8,32%
Maroc : Atma, Famaco	4 313	3 989	2 879	-27,83%
Thaïlande : Chantasia, ASC	2 330	2 094	1 585	-24,31%
Thaïlande : Sigma	5 911	6 557	7 730	17,89%
Vietnam : Chantnam	4 848	6 944	5 911	-14,88%
Chantelle SA : Cachan	2 377	1 868	1 692	-9,42%
Chantelle SA : Épernay	945	832	627	-24,64%
Chantelle SA : Corbie	1 454	2 285	1 721	-24,68%
Chantelle SA : Villers	576	536	296	-44,78%
Chantelle SA : Péronne	1 517	1 084	719	-33,67%
Total	29 766	30 552	27 160	-11,10%

En 2025, nous avons poursuivi la réduction de notre consommation d'eau par rapport aux exercices 2023 et 2024. Concernant l'unité de production ayant enregistré une hausse de sa consommation, un plan correctif a été immédiatement déployé : il inclut le remplacement intégral des vannes de chasse d'eau pour garantir un arrêt précis du flux et prévenir toute fuite. Ces mesures techniques sont complétées par des actions de sensibilisation auprès des collaborateurs, dont les effets sont attendus dès 2026.

En 2024, l'utilisation de l'eau liée à nos activités directes et indirectes représentait **4,1% de notre empreinte environnementale globale**, évaluée selon la méthodologie O.E.F. En tenant compte des facteurs de stress hydrique et de l'eau nécessaire à la production de l'énergie consommée (méthode AWARE), cela correspond à un volume d'un peu plus de **38,5 millions de m³ world-eq**, contre 32 millions en 2023.

91% de cette empreinte est la conséquence directe de la production de nos collections et de l'entretien des articles par nos clientes.

L'analyse détaillée de nos impacts révèle la répartition suivante (hors entretien) :

FIBRES NATURELLES

La culture et l'élevage sont les premiers contributeurs, responsables à eux seuls de **41,7% de notre empreinte eau**. L'évolution globale à la hausse constatée entre 2023 et 2024 s'explique d'ailleurs majoritairement par l'augmentation des volumes de fibres de coton (conventionnel et biologique) consommés, passant de 35 tonnes en 2023 à **54 tonnes en 2024**.

ENNOBLISSEMENT

Les procédés industriels, et notamment les teintures de nos matériaux, représentent quasiment **10,8% de l'impact**.

ACTIVITÉS DIRECTES

À l'inverse, seuls **1,3%** de l'eau consommée l'ont été pour répondre aux besoins sanitaires et de sécurité sur l'ensemble des entités du groupe.

En 2026, nous entendons affiner notre mesure de l'utilisation réelle de l'eau grâce à deux leviers d'action :

1 L'EXPLOITATION DE LA TRAÇABILITÉ DU COTON D'ORIGINE BIOLOGIQUE

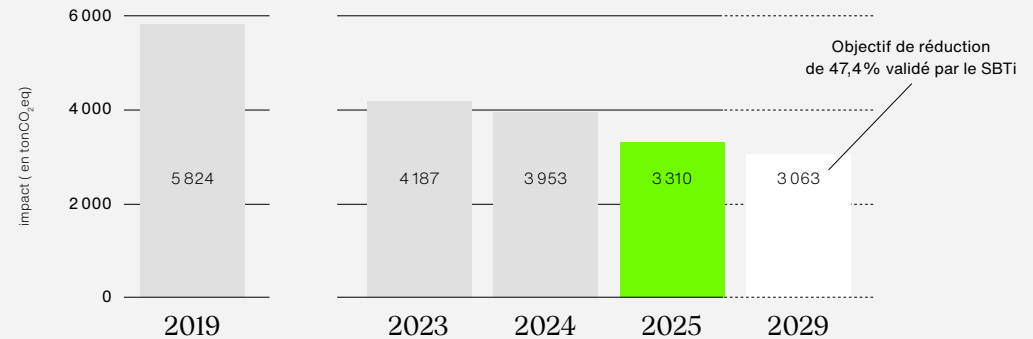
2 LA COLLECTE DE DONNÉES RÉELLES DE CONSOMMATION D'EAU POUR LES PROCÉDÉS D'ENNOBLISSEMENT AUPRÈS D'UNE PARTIE DE NOS PARTENAIRES DE PRODUCTION.

Ces actions sont en concordance avec nos objectifs de réduction d'impact sur la biodiversité selon les engagements développés en pages 23 et 24.

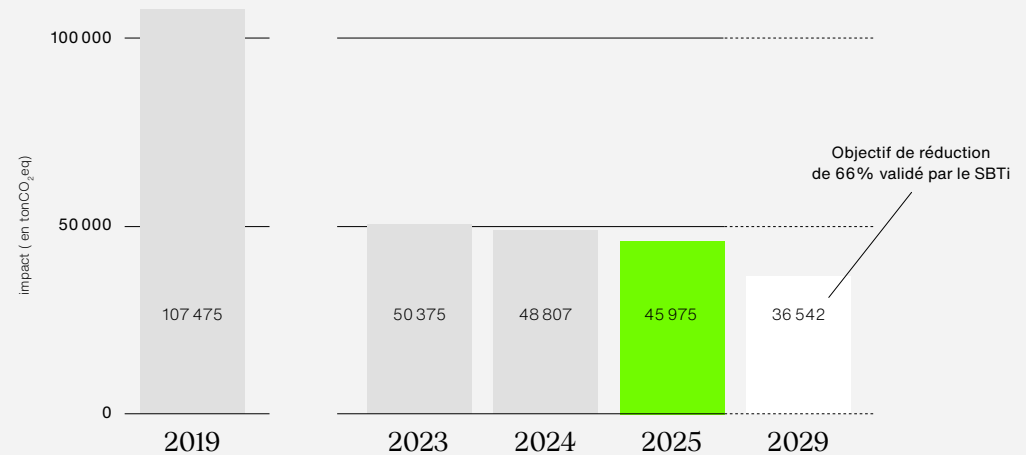
Engagement 2

Réduire notre Empreinte Climatique

Notre bilan carbone respectant les règles du GHG Protocole et établi sur les scopes 1, 2 et 3 est extrait de notre empreinte environnementale globale obtenue par application de la méthodologie européenne de l'O.E.F et du P.E.F.C.R. Appareil & Footwear en version 3.1 (cf. pages 19 à 21).



COMPARAISON DE L'EMPREINTE CARBONE DU SCOPE 1 +2
DU GROUPE CHANTELE EN 2019, 2023, 2024 & 2025



COMPARAISON DE L'EMPREINTE CARBONE DU SCOPE 3
DU GROUPE CHANTELE EN 2019, 2023, 2024 & 2025

N°	POSTES D'ÉMISSIONS	SCORE (tons CO ₂ Eq)	ÉMISSIONS OPTIONNELLES (tons CO ₂ Eq)	CONTRIBUTION SCORE GLOBAL	
SCOPE 1 ÉMISSIONS DIRECTES DE GES	Emissions Directes de Sources Mobiles de Combustion Détenu/Contrôlée par l'Entreprise	311,15		1%	
	Emissions Directes de Combustion de Combustibles dans des Installations Fixes	756,60		2%	
	Emissions directes fugitives de rejets délibérés ou accidentels	67,42		0%	
SCOPE 2 ÉMISSIONS INDIRECTES ASSOCIÉES À L'ÉNERGIE	Émissions Indirectes liées à la Consommation d'Électricité (location based)	2 945			
	Émissions Indirectes liées à la Consommation d'Électricité (market based)	2 174,85		4%	
SCOPE 3 AUTRES ÉMISSIONS INDIRECTES DE GES	1 Produits & Services Achetés	27 921,63	307,68	57%	
	3 Émissions liées aux Combustibles et à l'Énergie (<i>non inclus dans les scope 1 & 2</i>)	507,99		1%	
	4 Transport Amont & Distribution	8047,78		16%	
	5 Déchets Générés	245,69	-36,98	0%	
	6 Déplacements Professionnels	412,29		1%	
	7 Déplacements Domicile/Travail	6 831,57		14%	
	9 Transport de Marchandise Aval & Distribution	266,75		1%	
	11 Utilisation des Produits Vendus		7 438,53	0%	
	12 Fin de Vie des Produits Vendus	1109,55		2%	
	15 Investissements	631,88		1%	
		Total	49 285,15	7 709,23	
		Score avec les Émissions Optionnelles	56994,23		

Périmètre Groupe

ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE EN 2025

sur les scopes 1 à 3

Nos Ambitions

La politique climatique du groupe Chantelle repose sur les ambitions étayées d'engagements chiffrés, évalués et validés par l'initiative SBTi fin décembre 2024. Chaque année, nous comparerons nos réalisations aux objectifs opérationnels que nous nous sommes assignés à fin 2029 par rapport à notre année de référence 2019.

Scopes 1 + 2

Réduire de 45% 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 37

Par rapport aux données de l'année 2022, réduire de 50% les fuites de fluides frigorigènes utilisés dans les climatisations, notamment au sein de nos usines en Tunisie et en Asie.

Face à des données 2019 partielles et à l'absence de bilan complet pour 2022, nous avons entrepris de calculer l'équivalent en émissions de gaz à effet de serre des fluides frigorigènes (R134A, R410A, R32, R22) utilisés dans nos installations, sur la base du Pouvoir de Réchauffement Global (PRG) révisé selon le 6ème rapport du GIEC (Source ADEME). Cette analyse ciblée révèle **une trajectoire de réduction encourageante** : les fuites de fluides frigorigènes sont passées de 270,1 t éq. CO2 en 2022 à 207,5 t en 2025, soit une diminution relative de **23,2%**. Ces résultats sont le fruit des investissements réalisés les années précédentes pour remplacer une partie des climatisations de notre usine au Vietnam ainsi que de notre entrepôt en Thaïlande. Pour soutenir ces ambitions, la modernisation de nos systèmes de climatisation, notamment en Tunisie et dans notre atelier de confection en Thaïlande, est d'ores et déjà identifiée comme un levier stratégique dont les arbitrages budgétaires interviendront entre 2027 et 2029.

Réduire de 25% la consommation de carburant des véhicules de société.

Sur les sites industriels à l'étranger en 2019 nous avons consommé 21.895 litres de carburants pour les véhicules diesel contre 13.649 litres en 2025.

En ce qui concerne l'essence, sa consommation était de 30.160 litres en 2019 et atteint 25.166 litres en 2025. Soit une réduction de 38% pour le gasoil et 17% pour l'essence.

En 2025, afin de refléter fidèlement la diversité des carburants utilisés par notre flotte en France et à l'étranger (Essence SP95/98, Superéthanol E85 et Gazole), nous avons adopté la mesure en Tonnes d'Équivalent Pétrole (TEP). Cette unité permet de consolider scientifiquement l'impact énergétique global de nos déplacements.

Les conversions s'appuient sur les Pouvoirs Calorifiques Inférieurs (PCI) de la Base Empreinte® de l'ADEME et les facteurs de conversion du Code de l'Énergie.

En appliquant cette méthodologie **les TEP en 2025 sont 26% moins importantes qu'en 2019**. Nous sommes alignés avec nos engagements même si nous devons maintenir nos efforts portant notamment sur des solutions alternatives au véhicule individuel.

POUR LA FRANCE, LES ACTIONS SONT DÉCRITES EN PAGE 34

Produire au moins 50% de l'électricité nécessaire à nos usines en Tunisie et 30% pour celle au Vietnam grâce aux panneaux solaires installés sur leurs toits.

DÉVELOPPEMENT EN PAGES 35 & 36

Scope 3

Privilégier des modes de transports moins carbonés pour l'approvisionnement des composants (matières et fournitures) nécessaires à la confection au sein des propres usines du groupe Chantelle et livrées dans notre entrepôt en Thaïlande. Par rapport à l'année 2024, en 2025, nous avons réduit la part transportée en aérien de 40% passant ainsi de 27% à 16% des quantités (en poids) ainsi acheminées.

Nos livraisons ont été opérées à 55% par route, 29% par bateau et 16% par voie aérienne. L'objectif de réduction de la part du transport aérien, jusqu'à atteindre 15% des livraisons semble à notre portée.

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

En 2024, nous partageons factuellement la situation suivante : Notre usine en Thaïlande est alimentée exclusivement par camion jusqu'à proximité de notre entrepôt.

Notre site de production au Vietnam était alors approvisionné majoritairement par bateau (72,5% en poids transporté) contre 16,5% par route et 11% par voie aérienne.

Quant à nos usines au Maghreb, elles réceptionnaient, toujours en poids, près de 50% de leurs composants par camion/ferry depuis notre entrepôt en Picardie (France). Le reste étant approvisionné par avion depuis notre entrepôt thaïlandais.

En 2025, notre usine de confection vietnamienne a été approvisionnée exclusivement par bateau (99,9%) Les ateliers de confection au Maghreb ont en revanche vu les tonnages livrés par camion/ferry se contracter pour atteindre 45% de leurs besoins.

Nous restons néanmoins confiants quant à l'atteinte de l'objectif que nous nous sommes fixés : un approvisionnement de nos sites situés au Maghreb à 70% en poids par voie maritime ou en ferry/camion.

Augmenter progressivement la part des articles confectionnés dans nos usines en Asie et livrés à notre entrepôt en Picardie par voie maritime.

Notre objectif à horizon 2029, que 75% en poids, soit ainsi livré par bateau.

Seuls 6,9% des articles confectionnés au sein de notre usine vietnamienne ont pu être livrés par voie maritime. Une analyse en profondeur des possibles améliorations en termes d'organisation et de planification doit être menée en 2026.

Ces résultats sont toutefois à moduler grâce au ratio de production Asie/Maghreb permettant d'atteindre 54% des productions interne (en poids) livrées par bateau et par route.

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 2025, le transport terrestre ou maritime de ces catégories de vêtements a bondi pour atteindre 73% (versus 61% en 2024) de nos approvisionnements en poids.

Et même si nous ne nous étions pas encore fixés d'objectifs sur ce périmètre nous pouvons capitaliser sur un taux de 80% de livraisons à destination de nos clients à partir de notre entrepôt picard opéré par route. Les 20% restant sont transportés par avion.

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 42

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

Dans la continuité des engagements pris en 2024, nous avons pu capitaliser sur des mesures existantes pour contenir l'impact de la mobilité des collaborateurs se rendant sur notre siège social, à Cachan (France) : Télétravail, prise en charge partielle de l'abonnement aux transports en commun (légal), parkings à vélos sécurisés...

En 2026, nous devrions être en mesure d'encadrer ces pratiques au sein d'une politique que nous pourrions choisir d'étoffer de mesures complémentaires et spécifiques.

Ensuite en 2027, nous pourrions déployer également un plan adapté pour notre site logistique principal localisé en Picardie.

D'autre part, bien que nous ayons envisagé pour 2025 de solliciter nos fournisseurs de rang 1 et 2, afin de collecter des données spécifiques aux processus utilisés pour la fabrication de nos matériaux ou produits finis, le projet sera finalement initié en 2026 en nous appuyant notamment sur des outils préalablement identifiés tels que la plateforme Worldly. Cette démarche nous permettra d'accompagner nos partenaires dans la réduction de leur empreinte environnementale, de biodiversité et climatique, quand cela s'avèrera nécessaire et réalisable.



ANALYSE & PERSPECTIVES

Afin de renforcer nos actions visant à atténuer l'impact des activités du groupe Chantelle sur le climat, il nous paraît pertinent et même fondamental de pouvoir agir au niveau R&D en participant à des projets collectifs et en soutenant des innovations portant sur le développement de solutions visant à proposer des fibres à impact réduit issues du recyclage, notamment en boucle fermée. Celles-ci pouvant être complétées par de nouveaux matériaux biosourcés.

Il pourrait aussi s'agir de tester et soutenir des solutions de teinture qui garantissent une qualité similaire aux teintures traditionnelles mais dont l'impact environnemental est moins important (teinture dans la masse, procédé à sec, à rapport de bain faible, teintures végétales, matériel de teinture moins énergivore...)

RISQUES CLIMATIQUE & ADAPTATION AU CHANGEMENT

Le risque de transition lié au changement climatique a pu être évalué comme non matériel lors du travail de structuration de notre double matérialité réalisée courant 2024. Nous estimons que les risques de marché ne devraient pas avoir d'impact sur nos activités (lingerie, corseterie, balnéaire). Les risques réglementaires, juridiques et de réputation sont gérés par notre stratégie d'atténuation climatique ambitieuse, rendue publique dans ce rapport de durabilité volontaire, validée par un organisme tiers et approuvée par l'initiative SBT.

Néanmoins, nous devons être en mesure d'évaluer l'impact des risques climatiques physiques sur notre activité c'est-à-dire dans un premier temps, sur notre outil de production et vis-à-vis des salariés du groupe. Nous devrions ensuite élargir notre vigilance à l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement.

Aussi, après avoir sollicité les sociétés d'assurance qui couvrent nos bâtiments, nous devrions avoir recours à des études nous permettant d'identifier ces risques physiques, leur potentielle survenue, récurrence et sévérité. Ainsi nous pourrions établir des plans de continuation d'activité adaptés.

L'objectif serait d'établir les niveaux de risques et débiter le travail autour des plans d'adaptation entre 2026 et 2027.

En commençant par les bâtiments industriels en France.

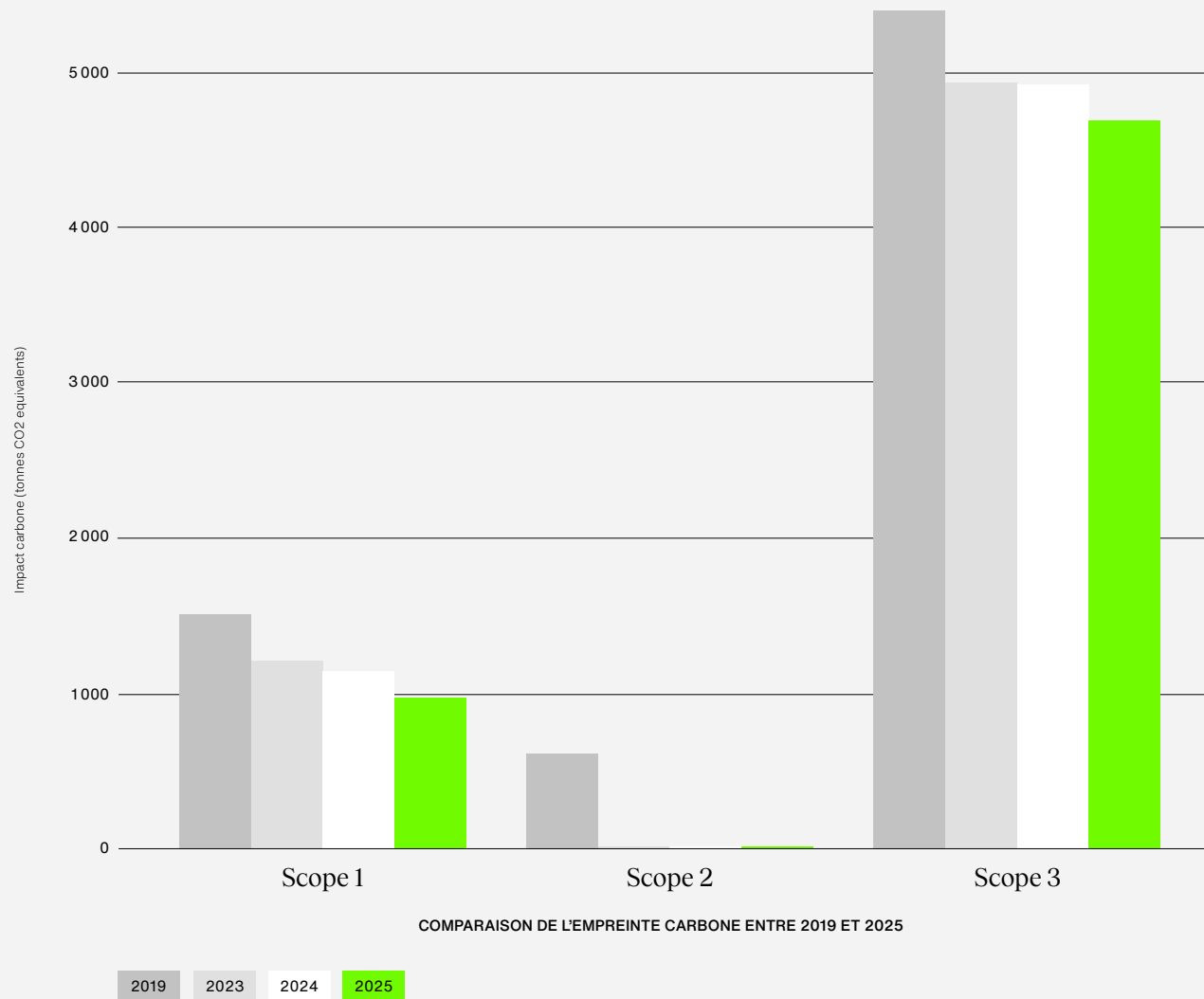
Ensuite, nous devrions évaluer notre dépendance technologique à certains de nos fournisseurs et obtenir de leur part une étude équivalente à celle que nous aurons pu réaliser au niveau de nos bâtiments et de l'activité qui y est réalisée. Nous pourrions être amenés à les aider dans la réalisation de ces analyses. Nous devrions ensuite nous assurer de leur capacité à mettre en place également les plans de continuation d'activité ad hoc.

	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	755,60	13%
	2	Émissions Directes des Sources Mobiles à Moteur Thermique	216,46	4%
	3	Émissions Directes des Procédés Hors Énergie	0	0%
	4	Émissions Directes Fugitives	0	0%
SCOPE 2 ÉMISSIONS INDIRECTES ASSOCIÉES À L'ÉNERGIE	6	Émissions Indirectes liées à la Consommation d'Électricité	12,71	0%
SCOPE 3 AUTRES ÉMISSIONS INDIRECTES DE GES	8	Emissions Liées à l'Énergie non Inclues dans les Postes 1 à 7	221,46	4%
	9	Achats de Produits et de Services	235,56	4%
	10	Immobilisation des Biens	1581,24	28%
	11	Déchets	-70,65	-1%
	12	Transport de Marchandise Amont	43,91	1%
	13	Déplacements Professionnels	279,03	5%
	22	Déplacements Domicile Travail	2400,52	42%
		Total	5675,85	

Périmètre France

BILAN DE GAZ À EFFET DE SERRE 2025

sur les scopes 1 à 3



Périmètre France

COMPARAISON DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE ENTRE 2019 & 2025

Scopes 1 + 2

Les actions portant sur la **sobriété et l'efficacité énergétique** de nos activités internes sont détaillées en pages 35 à 37.

Si ces efforts se concentrent majoritairement sur le gaz naturel et l'électricité de nos sites (entrepôts, usine, siège social et boutiques), la transformation de notre flotte de véhicules constitue un levier de décarbonation essentiel pour le Scope 1.

ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION DE CARBURANTS

En 2025, afin de refléter fidèlement la diversité des carburants utilisés par notre flotte (Essence SP95/98, Superéthanol E85 et Gazole), nous avons adopté la mesure en Tonnes d'Équivalent Pétrole (TEP). Cette unité permet de consolider scientifiquement l'impact énergétique global de nos déplacements.

Les conversions s'appuient sur les Pouvoirs Calorifiques Inférieurs (PCI) de la Base Empreinte® de l'ADEME et les facteurs de conversion du Code de l'Énergie. Pour le Superéthanol-E85, un facteur composite spécifique a été appliqué pour tenir compte de sa teneur moyenne en biocarburant.

	FACTEUR DE CONVERSION TEP	CONSOMMATION EN LITRES (2019)	CONSOMMATION EN LITRES (2025)
Essence (SP 95/98)	0,000774	21 510	62 342
Gazole (DIESEL)	0,000851	95 639	6 070
Super Éthanol (E85)	0,000542		19 657
TEP		98	64,1

PROGRÈS ET AMBITIONS À L'HORIZON 2029

Grâce à une gestion rigoureuse, la réduction de notre consommation en TEP entre 2019 et 2025 atteint 34,6%. Cette performance dépasse d'ores et déjà notre objectif initial de -25% de consommation de carburants à fin 2029.

— Au 31 décembre 2025 :
48 véhicules totalisent la flotte actuelle.
3 véhicules roulent encore au gazole, mais leurs contrats de location prendront fin en 2026 sans remplacement intégral, marquant la fin du diesel pour nos activités logistiques en Picardie.
10 véhicules sont déjà dotés d'une motorisation flexible (Superéthanol/Essence).

— Perspectives de transition :
FORCES DE VENTE Le renouvellement se poursuivra vers des modèles Flex-fuel. Une campagne de sensibilisation sera menée dès le premier trimestre 2026 pour encourager l'utilisation exclusive ou majoritaire du Superéthanol par les collaborateurs.
VÉHICULES DE FONCTION La transition vers l'électrique s'accélénera entre fin 2026 et 2029. Bien que l'objectif de 90% de véhicules électriques soit ambitieux, nous maintenons ce cap pour garantir notre trajectoire de décarbonation.

Scope 3

Dans la continuité des engagements pris en 2024, nous avons pu capitaliser sur des mesures existantes pour contenir l'impact de la mobilité des collaborateurs se rendant sur notre siège social, à Cachan (France) : Télétravail, prise en charge partielle de l'abonnement aux transports en commun (légal), parkings à vélos sécurisés...

En 2026, nous devrions être en mesure d'encadrer ces pratiques au sein d'une politique que nous pourrions choisir d'étoffer de mesures complémentaires et spécifiques.

Ensuite en 2027, nous devrions pouvoir déployer également un plan adapté pour notre site logistique principal localisé en Picardie.

En 2025, le Groupe Chantelle poursuit son programme d'efficacité et de sobriété énergétique porté par l'accélération de l'autoconsommation photovoltaïque à l'international et une optimisation structurelle en France.

Performance Globale

Nous avons réduit notre consommation d'électricité de **3% par rapport à 2024**, portant la réduction cumulée à **39% par rapport à notre année de référence 2019**. Sur nos sites industriels internationaux, nous atteignons désormais une baisse de **28% à fin 2025**, dépassant notre objectif initial de -20%.

L'Essor du Solaire

Le déploiement de notre stratégie basée sur la production d'électricité solaire a franchi une étape décisive, confirmant la pertinence de nos investissements :

TUNISIE

Nos trois sites ont produit **889 MWh** d'électricité décarbonée. **479 MWh (54%)** ont été directement autoconsommés, couvrant **45%** des besoins annuels de notre production locale. Cette production totale représente **57%** de notre consommation de l'année de référence du projet (2022).

VIETNAM

L'installation a généré **431 MWh** intégralement autoconsommés, assurant **30,2% de la consommation annuelle du site en 2025**. À heures produites équivalentes, le site affiche une réduction de consommation de **22,9% par rapport à 2019**, une performance en parfaite adéquation avec nos prévisions.

Optimisation des Activités

La réduction de notre empreinte repose également sur une gestion plus agile de nos infrastructures :

SIÈGE SOCIAL (CACHAN, FRANCE)

Nous avons regroupé nos activités sur deux bâtiments (au lieu de trois) à partir de la mi-année 2025 ce qui explique majoritairement la réduction de 9% de notre consommation d'électricité.

LOGISTIQUE (CORBIE, FRANCE)

Une réduction de 12% par rapport à 2024 a été obtenue grâce à la reprogrammation technique des convoyeurs automatiques.

USINES TUNISIENNES

Le remplacement de 560 tubes néon par des éclairages LED a permis de réduire immédiatement la charge énergétique. La mise en place d'un programme rigoureux de nettoyage des systèmes de climatisation garantit un rendement énergétique optimal et limite les déperditions.

CHANTASIA (THAÏLANDE)

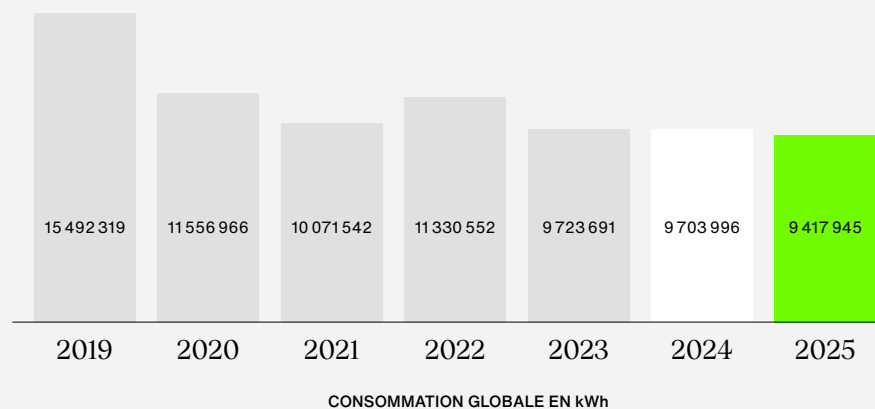
Le site enregistre une baisse de 10% de sa consommation grâce au renouvellement des climatisations en 2024 et au renforcement des protocoles de sobriété.

Perspectives

L'adaptation continue de notre parc d'usines à l'étranger ainsi que nos projets logistiques en France devraient nous permettre d'accentuer ces efforts de réduction dès 2026.

Réduire notre Consommation Énergétique

	SITE		2019	2023	2024	2024 (détail)	2025	2025 (détail)	2025 vs 2024	2025 vs 2019
FRANCE	DELTA LINGERIE	Réseau Boutiques Darjeeling	3 312 139	2 209 073	2 262 263	2 262 263	2 290 000	2 290 000	1,23%	-30,86%
	CHANTELLE RETAIL	Réseau Boutiques Chantelle	0	443 778	439 713	439 713	390 000	390 000	-11,31%	-84,30%
	ROUAFI	Réseau Boutiques Orcanta	2 484 138	N.A	N.A	N.A	N.A	N.A	N.A	N.A
	CACHAN	Siège Social				1 040 490		957 000		
	CORBIE	Entrepôt logistique				959 940		849 335		
	VILLIERS	Entrepôt logistique	3 454 506	2 653 780	2 504 502	133 161	2 263 096	129 646	-9,64%	-34,49%
	PÉRONNE	Entrepôt logistique				156 216		159 426		
MAGHREB	ÉPERNAY	Usine de confection				214 695		167 689		
	SOTUFAM	Usine de confection				825 945		779 125		
	SOFAM	Usine de confection				299 631		243 792		
	CHANTUNI	Usine de confection	2 610 822	1 692 182	1 708 516	41 760	1 584 651	38 124	-7,19%	-39,30%
	FAMACO	Usine de confection				337 861		331 743		
ASIE	ATMA	Usine de confection				203 319		192 867		
	SIGMA	Usine de confection				1 207 440		1 200 432		
	CHANTNAM	Usine de confection				1 287 328		1 426 622		
	CHANTASIA	Entrepôt logistique	3 630 714	2 724 878	2 789 002	194 600	2 890 198	175 800	3,63%	-20,40%
	ASC	Bureau développement produits				99 634		87 344		
			15 492 319	9 723 691	9 703 996	9 703 996	9 417 945	9 418 945	-2,94%	-39,21%

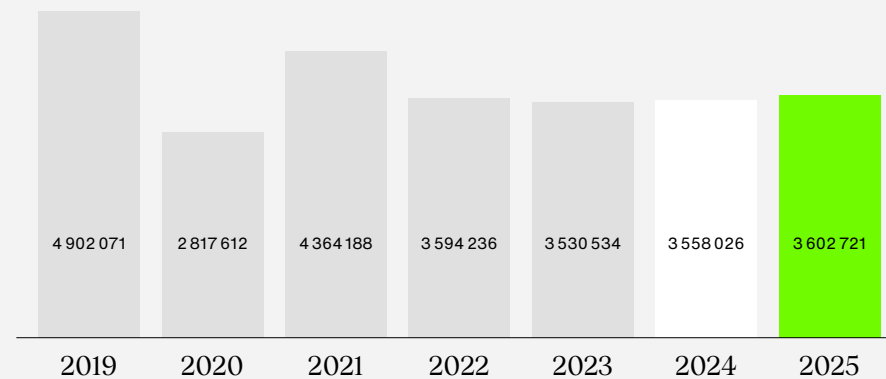


Le périmètre de suivi des consommations énergétiques intègre l'ensemble de nos réseaux de distribution en France, nos sites logistiques (France et international), ainsi que l'intégralité de nos unités de production. Les filiales commerciales à l'étranger et leurs boutiques ne font pas l'objet d'un suivi direct dans cette analyse spécifique. Leurs données de consommation sont néanmoins modélisées et intégrées lors du calcul de notre empreinte environnementale globale (O.E.F) annuelle afin de garantir une vision exhaustive de notre impact.

CONSOMMATION ÉLECTRIQUE EN kWh

SITE		2019	2023	2024	2025	2025 vs 2019	2025 vs 2024
FRANCE	CORBIE Entrepôt logistique	2 524 277	1 756 520	1 688 766	1 804 166	-28,53%	6,83%
	VILLIERS Entrepôt logistique	1 030 507	741 609	812 787	778 761	-24,43%	-4,19%
	PÉRONNE Entrepôt logistique	822 000	710 613	718 704	663 749	-19,25%	-7,65%
	ÉPERNAY Usine de confection	525 287	321 792	337 769	355 945	-32,24%	5,38%
		4 902 071	3 530 534	3 558 026	3 602 721	-26,51%	1,26%

CONSOMMATION GLOBALE EN kWh (PCS)



ÉVOLUTION DE LA CONSOMMATION GLOBALE EN kWh (PCS)

Dans la lignée des actions de sobriété et d'efficacité énergétique engagées depuis 2022, le Groupe poursuit ses efforts pour limiter son empreinte climatique liée au chauffage de ses infrastructures en France.

Analyse de la Performance 2025

L'année 2025 a été marquée par une **modeste augmentation de notre consommation de gaz par rapport à 2024**. Cette évolution s'explique principalement par une **rigueur climatique en hausse de 5,8% sur la période**, impactant directement les besoins en chauffage de nos sites industriels et logistiques.

Néanmoins, notre trajectoire globale reste positive : par rapport à notre année de référence 2019, nous maintenons **une réduction significative de notre consommation de l'ordre de 26,5%**.

Perspectives & Leviers pour 2026

Pour atteindre nos ambitions climatiques, nous franchissons une nouvelle étape technologique dans le pilotage de nos consommations :

OPTIMISATION TECHNIQUE

Suite à l'installation, en décembre 2025, d'un système de **Gestion Technique du Bâtiment (GTB)** sur notre site le plus énergivore – l'entrepôt logistique de **Corbie en Picardie** – nous serons en mesure de piloter nos consommations de manière beaucoup plus fine dès 2026.

RATIONALISATION STRUCTURELLE

En 2026, nos projets de rationalisation des stocks et la réorganisation de nos entrepôts en France constitueront des leviers majeurs pour réduire notre empreinte au sol et nos besoins énergétiques structurel.

Ces actions conjointes nous permettront de converger vers notre objectif ambitieux de réduction de **45% de nos consommations à l'horizon 2029**, tel que validé par notre trajectoire SBTi.

CONSOMMATION DE GAZ EN kWh (PCS)



Engagement 3

Créer des Produits Durables

La maîtrise de notre trajectoire environnementale repose sur une conviction fondamentale : on ne peut réduire que ce que l'on mesure avec précision. Depuis 2022, le Groupe Chantelle s'est imposé une discipline rigoureuse en adoptant la méthodologie européenne PEF^{CR} (Apparel & Footwear) pour évaluer l'empreinte de chaque référence-coloris en collection.

Alors que le Baromètre 2025 de l'éco-conception de l'ADEME souligne que seuls 7% des entreprises françaises systématisent l'Analyse de Cycle de Vie (ACV) de leurs produits, nous maintenons cet engagement pour 100% de nos créations, intégrant également la marque hollandaise du groupe, Livera, depuis la collection Printemps-Eté 2026.

Cette exigence de transparence nous permet non seulement d'identifier les leviers d'action les plus pertinents, mais aussi d'affiner, saison après saison, les données spécifiques de notre activité et de celle de notre chaîne d'approvisionnement.

Notre stratégie de réduction d'impact environnemental s'articule autour de la transformation structurelle engagée en 2020 — qui s'achèvera au premier semestre 2027 — et repose sur quatre piliers opérationnels en ce qui concerne les articles de nos collections :

DURABILITÉ INTRINSÈQUE

Garantir une qualité et une durée de vie optimisées, piliers historiques de notre savoir-faire.

OPTIMISATION DES RESSOURCES

Maîtriser la consommation des composants, matières principales, doublures et fournitures, particulièrement pour les produits assemblés au sein de nos propres usines où nous contrôlons l'intégralité du processus de fabrication.

ALLÈGEMENT ÉCO-CONÇU

Réduire la masse des composants sans jamais compromettre le confort ou le maintien de nos produits.

SÉLECTION DE MATÉRIAUX À IMPACT RÉDUIT

Sélectionner, dès l'amont de la chaîne, des fibres et matériaux à moindre empreinte (issus du recyclage et certifiés par exemple) pour la fabrication des composants, étoffes et fournitures destinés à nos collections.

Enfin, nous renforçons notre contribution à l'économie circulaire pour limiter la pression sur les ressources naturelles. Cela se traduit par l'intégration croissante de matériaux recyclés, l'industrialisation de notre service de réparation et notre participation active à la structuration de filières de collecte et de recyclage viables en France et en Europe, en collaboration avec l'ensemble de nos parties prenantes.

La Durabilité au Cœur de l'Expertise Industrielle

Depuis sa fondation en 1876, le Groupe Chantelle place la **qualité de fabrication et la durabilité intrinsèque** au sein de ses priorités. Un produit durable est un produit qui traverse le temps sans perdre ses qualités techniques ni son esthétique. Cette conviction s'est traduite ces dernières années par un investissement massif dans la recherche sur la **durée de vie à l'usage**, notamment à travers notre participation active au **projet DURHABI**. En 2024, la validation de la méthodologie DURHABI a marqué une étape décisive pour normaliser l'évaluation de la durabilité physique de la lingerie et du bainéaire.

En 2025, nous franchissons un nouveau cap stratégique en structurant notre expertise laboratoire pour répondre aux exigences croissantes de transparence et aux évolutions réglementaires européennes.

Structuration de l'Expertise Laboratoire & Conformité Réglementaire

En 2025, le Groupe Chantelle a validé le projet d'accréditation ISO 17025 de son laboratoire qualité situé en Thaïlande. Cette étape structurante répond à trois enjeux majeurs:

1 PÉRENNISATION DU SAVOIR-FAIRE

Maintenir et développer notre expertise technique interne, conformément à la stratégie industrielle intégrée de Chantelle.

2 INDÉPENDANCE ET FIABILITÉ DES MESURES

Garantir une autonomie totale dans la réalisation des tests de performance. Cette démarche s'inscrit directement dans le prolongement de la norme française **NF G30-113** (Évaluation de la durabilité) et anticipe les exigences du futur règlement européen **ESPR** (Ecodesign for Sustainable Products Regulation).

3 VALORISATION DE L'ÉCO-CONCEPTION

Justifier scientifiquement l'éligibilité de nos produits aux éco-modulations **Refashion** sur le marché français grâce à des protocoles de tests certifiés.

Le processus d'accréditation débutera au second semestre 2026. Il permettra au Groupe d'être pleinement opérationnel pour répondre aux échéances réglementaires européennes de 2028, notamment concernant l'ESPR et la mise en œuvre du **Passeport Numérique des Produits (DPP)**, sujet sur lequel le Groupe a initié des réflexions stratégiques dès 2024.

Optimisation de la Performance Circulaire

Parallèlement à la fiabilisation de nos mesures, nous avons poursuivi en 2025 nos démarches d'obtention d'éco-modulations auprès de l'éco-organisme Refashion. Ces demandes, qui visent à reconnaître la performance environnementale supérieure de nos produits, ont ciblé en priorité :

1 LA GAMME ICONIQUE SOFTSTRETCH

Véritable pilier de notre offre déjà certifiée pour sa durabilité en 2024.

2 LES PILIERS OU ICONIQUES DE LA MARQUE DARJEELING

Afin d'étendre nos engagements de durabilité aux lignes les plus plébiscitées par nos clientes.

Éco-Conception: Qualité & Durée de Vie



Éco-Conception: Poids des Articles

DE L'INNOVATION PRODUIT AU STANDARD INDUSTRIEL

En 2025, notre démarche de réduction du poids des produits a franchi l'étape de l'industrialisation. L'enjeu n'est plus seulement de concevoir, mais de déployer à l'échelle nos solutions pour concilier performance produit et sobriété matière.

BILAN 2025 : LE PASSAGE À L'ÉCHELLE

Nous avons généralisé l'utilisation d'une nouvelle maille de recouvrement, en finition mate, appliquée aux coques ampliformes et dont le poids est 10% moins important que la version générique ultérieure. Cette intégration opérationnelle couvre désormais l'ensemble des marques du Groupe pour les coloris clairs.

La réduction du poids des coques et armatures est passée de la phase d'étude à une application concrète en production, garantissant le maintien historique de nos produits avec une empreinte matière réduite.

PERSPECTIVES 2026 : LA DURABILITÉ COMME ROUTINE DE FABRICATION

En 2026, l'éco-conception quitte définitivement le mode « projet » pour devenir le standard de nos ateliers. L'innovation s'intègre au cœur de nos processus industriels quotidiens :

— **rupture technologique sur les armatures** : déploiement de solutions non métalliques ultra-légères, testées pour répondre aux exigences industrielles de durabilité et de confort.

— **standardisation de coques nouvelle génération** : généralisation de coques à masse réduite, minimisant l'impact environnemental.

— **maîtrise du bien-être par la donnée** : utilisation d'outils de modélisation avancée en phase de développement industriel pour assurer une qualité constante et un maintien optimal, tout en limitant le recours aux prototypes physiques.

Dans la continuité des travaux engagés en 2024, notre partenaire Glimpact a finalisé une étude comparative visant à affiner l'évaluation de l'impact environnemental des produits fabriqués par nos propres usines, sous le prisme des déchets générés lors de la coupe des étoffes.

Cette analyse remplace le taux de perte de matière forfaitaire de 20% (standard de la méthodologie européenne PEFCR) par nos taux de perte réelle pondérés par la masse. L'étude démontre que l'utilisation du taux standard pour 70% des références surestime l'empreinte environnementale réelle de nos produits.

Afin de consolider ces données, l'analyse a été élargie à un panel représentatif de 540 références de la collection Printemps-Été 2026. Les résultats révèlent que :

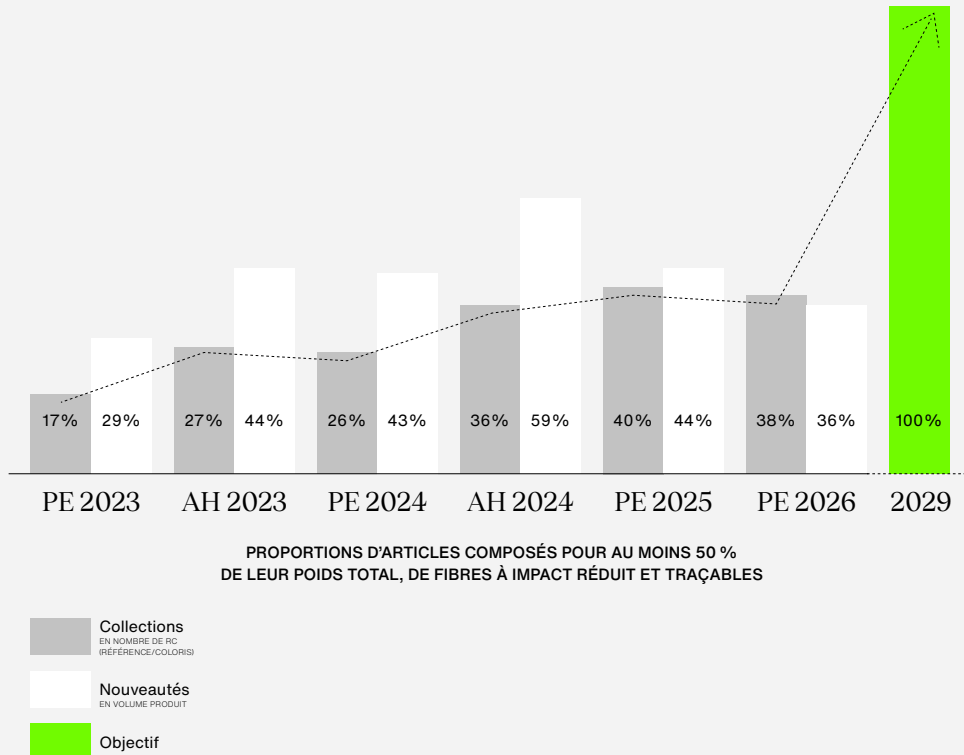
**Seulement 16 %
(90 références)
présentent des taux
de perte supérieurs
à 20 %.**

Parmi celles-ci, 9% sont des soutiens-gorge et 7% sont des bas du corps.

Forts de cette connaissance précise de nos processus, nous lançons dès 2026, pour chaque collection, un projet ciblé en nous appuyant sur cette nouvelle matrice de calcul et sur nos méthodes de conception spécifiques. Nous orienterons nos efforts de rationalisation sur les typologies de formes les plus émettrices de déchets textiles, garantissant ainsi une performance environnementale optimisée sur ce critère.

Éco-Conception: Optimisation des Pertes à la Coupe





La transformation profonde des matériaux employés est un des leviers de notre stratégie de réduction d'impact environnemental et climatique.

Nous nous engageons à ce que l'ensemble de nos collections intègre des fibres à impact réduit et traçables, sélectionnées dès l'amont pour la fabrication de nos étoffes et fournitures.

Pour répondre à nos objectifs de performance globale, nous avons fixé des seuils cibles par segment d'ici 2030 :

— 100% des collections devront atteindre un seuil minimal de 50% de ces fibres dans leur composition globale.

— prêt-à-porter (Nuit, Beachwear...)
En raison du poids plus élevé de ces articles, nous complétons notre objectif précédent par application d'un second palier à 80% sur 95% de la gamme.

À date ces objectifs ne concernent pas encore les collections des marques Livera et Femilet représentant ensemble moins de 10% des volumes produits ou achetés par le groupe.

Cette mutation repose sur notre double ancrage industriel. Elle est rendue possible par la maîtrise de la conception de nos modèles confectionnés dans nos propres usines, mais également par l'engagement de nos partenaires de production, sensibilisés et embarqués dans cette démarche depuis 2022.

Enfin, cette transformation représente un véritable engagement économique.

L'intégration de ces matériaux plus vertueux engendre des coûts supérieurs que nous nous efforçons de maîtriser grâce à l'optimisation de nos processus et à une collaboration étroite avec notre chaîne d'approvisionnement, afin de garantir la pérennité de notre modèle sans compromis sur la qualité.

La collection Automne-Hiver 2025, n'a pas été évaluée en raison de la migration de nos systèmes de développement produits (PLM) au premier semestre 2025.

Les résultats sur la collection Printemps-Été 2026 sont en léger retrait. Ils reflètent avant tout des choix à court terme mais ne remettent pas en cause nos objectifs à horizon 2030.

Éco-Conception : Matériaux

54% des références proposées sont composées en poids, de plus de 80% de fibres à impact réduit en léger repli par rapport aux 58% de la collection Printemps-Été 2025.

Par ailleurs, 79% de ces références sont mono-matière, et 94% d'entre elles contiennent au maximum 5% d'élasthanne, garantissant sans compromis le confort au porter pour nos clientes. Une référence est ainsi considérée comme mono-matière si elle composée d'une étoffe unique. L'utilisation d'un ornement, tel qu'une bande de dentelle ou de broderie ainsi que l'emploi de finitions tels que des anneaux aux bretelles restent néanmoins permis. Les étoffes sélectionnées doivent en outre utiliser le moins d'élasthanne possible.

Ces 2 critères d'éco-conception permettent de faciliter la circularité en facilitant le recyclage.

Enfin, 54% des articles intégrant plus de 30% de coton, sur le poids total du produit, ont recours à une fibre d'origine biologique traçable.

NOTRE ENGAGEMENT POUR LA PRÉSERVATION DES ÉCOSYSTÈMES FORESTIERS

D'ici fin 2028, le groupe Chantelle se fixe pour objectif d'intégrer 100% de fibres artificielles cellulosiques (viscose, modal, lyocell) provenant de fabricants classés « Green Shirt » par l'ONG Canopy. Cette ambition, qui s'inscrit dans le prolongement de nos engagements initiaux en faveur de la biodiversité (voir page 23), vise prioritairement à prévenir la déforestation et la conversion des écosystèmes naturels. Pour atteindre cette cible, nous privilégions l'utilisation de fibres éco-labellisées, notamment celles produites par la société Lenzing.

Cet engagement s'appuie sur une dynamique déjà bien engagée au sein de nos marques :

- pour l'ensemble de nos marques (Chantelle, Darjeeling, Livera et Femilet), 112 références-coloris sont composées d'au moins 30% de fibres cellulosiques dans l'un de leurs composants.

- à ce jour, la part des fibres provenant de chez Lenzing s'élève à 69% de nos approvisionnements globaux. Et 1% des volumes provient de fournisseurs classés Green Shirt (score > 30 points) par Canopy.

- pour la méga-marque Chantelle ainsi que pour Darjeeling, 63 références-coloris sont concernées. Parmi elles, 63% utilisent déjà des fibres produites par Lenzing, garantissant une traçabilité optimale et un impact environnemental réduit.

Les indicateurs de performance sont établis sur la base des fiches techniques contractuelles de nos fournisseurs, consolidées par les données de traçabilité collectées via la plateforme Trace for Good (cf. Engagement 4 : Agir en Transparence). La part de fibres à impact réduit fait l'objet d'une vérification rigoureuse, appuyée par les certifications de matières et les certificats de transaction correspondants.



COLLECTIONS PRÊT-À-PORTER PRINTEMPS-ÉTÉ 2026

Évolution des Volumes de Production

La maîtrise des matériaux est au cœur de notre stratégie de réduction de notre empreinte environnementale globale.

En 2025, nos consommations de fibres se répartissent principalement par ordre décroissant entre le polyamide, le polyester, le coton, l'élasthanne et la viscose.

Dans un contexte de croissance de la production, le volume total de matériaux consommés par le groupe a progressé de **8%**, passant de 836 tonnes en 2024 à **907 tonnes en 2025**.

Cette augmentation est portée par une hausse de **14,5%** (en poids) des articles produits par nos partenaires externes, notamment sur les catégories de produits hors corseterie et bain (Lifewear, Nightwear, Underwear).

Accélération de la Transition vers des Fibres à Impact Réduit

Conformément à notre engagement d'atteindre 100% des collections ayant recours à 50% de fibres à impact réduit dans leur composition globale à horizon 2030, nous observons une amélioration continue de notre mix matières :

PART DES FIBRES À IMPACT RÉDUIT

Elle atteint 23,1% du mix total en 2025, contre 20,9% en 2024, marquant une progression de 10,6%.

FIBRES ARTIFICIELLES ÉCO-LABELLISÉES

Grâce à une analyse plus fine de nos données, nous isolons désormais les fibres produites par Lenzing, qui représentent 10,6% des fibres artificielles consommées.

COTON BIOLOGIQUE

Le volume global de coton a quasiment doublé pour atteindre 105 tonnes. Dans cette dynamique, la part de coton d'origine biologique a bondi de 78% par rapport à l'année précédente.

POLYESTER RECYCLÉ

L'utilisation de polyester recyclé a progressé de 122% depuis 2024, confirmant notre volonté de substituer les matières vierges par des alternatives circulaires.

LAINE

Bien que marginale dans notre mix global, la consommation de laine a augmenté de 54% (voir analyse détaillée pages 21 et 22).

FIBRES (en tonnes)	2024	2025
Coton	46,1	83,9
Coton ^{BIOLOGIQUE}	12	21,3
Polyester	105,3	128,6
Polyester ^{RECYCLÉ}	19,1	40,7
Polyamide	248,4	252,6
Polyamide ^{RECYCLÉ}	139,6	131,6
Laine	7,6	11,7
Viscose	65,9	66,8
Viscose ^{ECOVERO LENZING}	0	7,6
Modal ^{LENZING}	0	4,2
Lyocell ^{TENCEL LENZING}	0,7	0,5
Soie	2,3	0,3
Lin	0,8	1,3
Élasthanne	95	94,2
Élasthanne ^{RECYCLÉ}	3	3,2
Acier	33,3	27,2
Modal	17,1	4,1
Lyocell	5,1	0,6
Zamak	5,6	5,6
Lurex	0,7	1,9
Acrylique	0,9	0,5
Mousse Polyuréthane	18,6	13,2
Latex	2,3	1,7
Autres	7,6	3,6
Sous-Total	835,9	906,3
Part de Fibres à Impact Réduit	20,9%	23,1%

CONSOMMATION DE MATÉRIAUX
(hors conditionnement, toutes collections confondues y compris les produits des marques LIVERA et FEMILET)

CONSOMMATION DE MATÉRIAUX

Bien que le conditionnement de nos articles ne représente que 2,3% de notre empreinte environnementale globale en 2024, nous poursuivons nos efforts pour réduire cet impact, dont près de la moitié est imputable au packaging secondaire (cartons d'emballage principalement).

Un Encadrement Rigoureux de nos Approvisionnements

En 2024, nous avons finalisé un état des lieux complet qui a permis d'établir un **nouveau cahier des charges** strict pour nos achats d'emballages, applicable dès 2025. Cette démarche s'inscrit directement dans nos objectifs de réduction d'impact sur le climat et les écosystèmes.

PRIORITÉ AUX MATIÈRES RECYCLÉES DANS NOS EMBALLAGES SECONDAIRES

En 2025, 94% de la pâte à papier utilisée pour nos cartons achetés en central est issue du recyclage. Nous maintenons un taux supérieur à 90% depuis 2021, anticipant ainsi les futures exigences de la réglementation européenne (seuil d'intégration de 50% de fibres recyclées).

PRÉSERVATION DES RESSOURCES FORESTIÈRES POUR NOS EMBALLAGES PRIMAIRES

100 % des fibres composant nos étiquettes (prix et commerciales) proviennent de forêts bénéficiant d'une gestion durable certifiée. Pour l'année 2025, cela représente une consommation totale de 19,2 tonnes.

Fiabiliser la Traçabilité & Élargir le Périmètre

Notre ambition est de substituer aux données déclaratives des preuves documentées sur l'ensemble de notre chaîne de valeur.

SÉCURISATION DES DONNÉES

En 2025, la traçabilité de nos emballages repose sur les fiches techniques fournisseurs et le suivi de la codification sur facture. Notre objectif est de faire évoluer ce système vers une **traçabilité documentée** et auditable.

EXTENSION DU PÉRIMÈTRE

Actuellement concentrés sur les flux logistiques centraux en Picardie, nos critères d'achats durables seront étendus **dès 2026** aux approvisionnements réalisés localement par nos unités de production à l'étranger.

CONSOMMABLES RETAIL

La gestion optimisée du packaging papier et carton pour nos réseaux de boutiques Chantelle et Darjeeling (enveloppes, sacs de caisse, etc.) sera intégrée à cette stratégie **dès 2026**.

OPTIMISER L'IMPACT DE NOS EMBALLAGES

Augmenter l'Utilisation de Matériaux Issus du Recyclage

Comme initié au sein de notre engagement 1, en page 18, l'un des objectifs que nous nous imposons est de réduire notre dépendance aux ressources vierges.

À horizon 2030, 100% de nos collections de corseterie, bain et underwear devront contenir au moins 50% de fibres à impact réduit.

Compte tenu des fibres majoritairement utilisées au sein de nos collections, il s'agit en très grande majorité de fibres recyclées.

Sur l'ensemble des collections Printemps-Été 2026 incluant également les marques Livera et Femilet, **68% des références-coloris** intègrent des matériaux recyclés et plus de **31% de nos collections** sont composées d'au moins **50% de fibres recyclées**.

Ces résultats sont en retrait par rapport à la même saison en 2025. Mais ils ne remettent pas en cause notre stratégie.

Participer à la Collecte de Vêtements en Fin de Vie

L'engagement du Groupe Chantelle pour une mode circulaire se concrétise par le déploiement de solutions de collecte visant à transformer la fin de vie des produits en un nouveau cycle de valeur.

DES RÉSULTATS PROBANTS EN FRANCE ET AUX PAYS-BAS

En 2024, nos enseignes ont intensifié leurs efforts de collecte grâce à des partenariats stratégiques :

— Darjeeling x ReWay (France)

En collaboration avec son partenaire ReWay, Darjeeling a collecté près de **1760 kg de vêtements** auprès de ses clientes. Un processus rigoureux de tri, de contrôle, de nettoyage et de remise en état a été mis en œuvre. Ces opérations ont permis de préparer 96% du gisement pour une réutilisation directe. Ces articles sont ainsi réemployés pour leur usage initial sans nécessité de traitement lourd.

— Livera x Drop & Loop (Pays-Bas)

L'enseigne néerlandaise du groupe confirme sa dynamique avec un total de **851 kg de vêtements collectés** en magasin. Cette performance marque une **progression de près de 30%** par rapport à l'exercice précédent, témoignant d'une mobilisation croissante de nos clientes.

UN CADRE RÉGLEMENTAIRE EUROPÉEN CATALYSEUR D'ENGAGEMENT

Le déploiement de la **Responsabilité Élargie du Producteur (REP)** au sein des États membres de l'Union européenne, dont la France fait figure de pionnière, redéfinit les standards de l'industrie textile :

— aux Pays-Bas

La législation sur la REP (EPR), renforcée depuis 2023, impose des objectifs ambitieux de collecte et de recyclage. Livera s'inscrit proactivement dans ce cadre en collaborant étroitement avec le gouvernement néerlandais sur le projet de mode circulaire 2025-2030.

— vision européenne

La généralisation de la REP à l'échelle de l'UE est un levier majeur qui permettra à nos marques d'amplifier leurs dispositifs de collecte. Cette évolution réglementaire favorise non seulement l'innovation dans les filières de tri et de recyclage, mais encourage également un engagement citoyen plus fort de la part de nos clientes.

En France, notre entrepôt logistique principal en Picardie, notre usine de confection à Epernay ainsi que notre siège social en île de France se dotent depuis fin 2025 d'un dispositif de collecte de vêtements à destination des collaborateurs. Cette initiative est soutenue directement par l'éco-organisme Refashion. Les premiers résultats sont attendus en 2026.

Contribuer à l'Économie Circulaire

Proposer un Service de Réparation

RÉPARER POUR DURER

Chez Chantelle, chaque pièce de lingerie raconte une histoire.

Le service Réparation est né de cette conviction simple : une belle lingerie mérite d'être portée plus longtemps

Une idée née du savoir-faire et du respect des produits.

Depuis toujours, Chantelle s'appuie sur un savoir-faire corsetier exigeant, fait de gestes précis et d'une attention portée au détail.

Le projet Réparation est né de l'envie de préserver ce savoir-faire, tout en répondant aux attentes des clientes, de plus en plus sensibles à la **durabilité** et à la **consommation responsable**.

Réparer plutôt que jeter, c'est faire le choix de prolonger la vie d'un soutien-gorge aimé, de conserver une pièce qui accompagne le quotidien, et de limiter l'impact environnemental lié à la production de nouveaux produits.

C'est dans cet esprit qu'est né L'Atelier Chantelle, un service pensé pour prendre soin des pièces de lingerie, **les réparer et leur offrir une seconde vie**.

UNE MISE EN ŒUVRE PROGRESSIVE ET MAÎTRISÉE

1 PHASE PILOTE

Boutique de Compiègne
(Avril 2023 – 1^{er} semestre 2024)

Une phase de test est lancée en avril 2023 dans une boutique pilote à Compiègne, avec pour objectif de valider l'intérêt client, les parcours en boutique et l'organisation opérationnelle du service.

Dès cette première étape, les réparations sont centralisées à l'atelier de prototypage de Cachan, permettant de garantir un niveau de qualité homogène et de s'appuyer sur le savoir-faire des équipes techniques internes.

Les volumes restent volontairement limités afin de tester le dispositif dans un cadre maîtrisé et d'identifier les premiers points de friction logistiques.

2 DÉPLOIEMENT PARTIEL DU RÉSEAU

(Septembre 2024)

Face aux premiers retours positifs, le service est progressivement proposé dans 12 boutiques supplémentaires.

Le modèle opérationnel reste inchangé : les réparations continuent d'être réalisées à l'atelier de Cachan, mobilisant initialement deux couturières, puis une seule. Cette organisation, adaptée à une phase de test, montre néanmoins ses limites dans un contexte de montée en charge partielle et de volumes encore faibles :
— 22 réparations réalisées sur 2023 et 2024
— 12 réparations entre janvier et juillet 2025.

Cette étape met en évidence la nécessité d'un modèle plus industrialisé pour soutenir un déploiement réseau et omnicanal.

3 INDUSTRIALISATION VIA L'USINE D'ÉPERNAY

(à partir du 1^{er} octobre 2025)

L'usine d'Épernay, identifiée dès l'origine comme solution cible, devient le site de référence pour externaliser et fiabiliser le service.

La bascule opérée le 1^{er} octobre 2025 permet de répondre aux besoins de l'ensemble des 17 boutiques et du site e-commerce mais aussi de l'ensemble des concessions en grands magasins en France.

À date :
— 42 demandes de réparations enregistrées
— 36 réparations réalisées.

Chaque réparation est une promesse tenue : celle de respecter le produit, la cliente et l'environnement.

02 Culture

Agir pour une société plus juste



Engagement 4

Agir en Transparence

Notre approche de la gestion des risques et de la transparence repose sur une rigueur opérationnelle constante. Cette volonté d'aller au-delà des normes réglementaires internationales se traduit par notre engagement historique auprès du label OEKO-TEX® **Standard 100**.

En 2025, 99,9% des collections (en volume) des marques Chantelle et Darjeeling sont certifiées, garantissant l'innocuité de nos produits, qu'ils soient issus de nos propres usines ou de nos partenaires confectionneurs.

Grâce à notre modèle de production intégrée, nous garantissons une traçabilité totale de notre confection interne. Le pilotage direct des données par nos équipes – via notre outil de gestion du product life cycle (PLM) – permet une gestion fine et maîtrisée de chaque étape de fabrication.

Pour garantir une transparence totale sur nos cycles de production externes nous avons renforcé notre collaboration avec la plateforme **Trace for Good**, initiée lors de la saison Automne Hiver 2024 (AH24).

Le déploiement s'est poursuivi de manière progressive, tant sur le périmètre de la collecte que sur la précision des données :

SAISON AH25

La saison AH25 a marqué l'intégration des marques Livera et Femilet sur la plateforme, harmonisant ainsi nos processus de traçabilité. Sur un total de **623 références tracées**, nous avons atteint un taux de conformité à la loi Anti-gaspillage et pour une Économie Circulaire **AGEC de 86,4%** à la fin de la collecte. Ce taux inférieur à 100% s'explique par l'exclusion des produits Livera et Femilet de l'obligation de conformité à la loi française.

Parallèlement, nous avons exigé des données spécifiques pour le calcul de l'impact environnemental selon le référentiel **P.E.F.C.R Apparel & Footwear**. Ce qui a induit la définition d'un nouvel indicateur de performance, celui de **taux de conformité PEF, correspondant à la proportion de référence coloris pour lesquelles ces données ont été collectées. Cette saison, le taux de conformité est supérieur à 90%**, ce qui nous a permis d'affiner l'analyse des étapes les plus impactantes de notre activité.

Au-delà des données techniques, la collecte des certificats (OEKO-TEX, GOTS, GRS, etc...) et des rapports d'audits sociaux reste systématique, car elle fait partie du socle de notre engagement pour le respect des droits humains.

SAISON PE26

Pour la saison PE26 dont la campagne de traçabilité couvre 836 références coloris, nous avons franchi une nouvelle étape dans le degré de granularité des informations collectées : comme rappelé en page 20, outre la structure des fibres, nous avons collecté des données sur les technologies de tissage/tricotage, les procédés de teinture et les types de colorants utilisés, ainsi que sur le packaging primaire (polybags).

Si la conformité AGEC frôle les 99%, la conformité PEF s'établit à 65%. Ce recul relatif s'explique par des données attendues plus techniques, nécessitant que nos fournisseurs de rang 1 sollicitent leurs propres partenaires (tiers inférieurs), parfois réticents à fournir des données considérées comme confidentielles. Nous constatons une nouvelle fois que l'accompagnement de nos fournisseurs demeure essentielle pour conserver leur engagement et obtenir celui de leurs sous-traitants; nous y travaillons.

Enfin, conformément à nos ambitions annoncées, nous avons initié l'intégration des fournisseurs de matières de rang 2 pour nos nouveautés (représentant 57 partenaires) de la production gérée en interne. Bien que la complexité de collecte sur ce segment nous impose une phase de maturation technique d'un an supplémentaire avec notre prestataire, cet essai confirme notre volonté de maîtriser précisément l'impact de chaque étape du cycle de vie pour mieux gérer les risques inhérents ainsi que l'évaluation d'impact environnemental. Ceci aussi bien sur la production externe qu'interne. D'après les premières données collectées analysées, 21 tiers 3 (teinturier) distincts ont été identifiés, seulement 2 n'étaient pas déjà connus de Chantelle. Pour la majorité de nos références (tissus, tricot, broderie, dentelle...), la teinture est réalisée au sein de l'entité de confection de la matière. Le contrôle social de ces entités est assuré par notre processus interne de vigilance, appliqué sur une base volontaire malgré l'absence d'obligation légale en France et en Europe.



Pour l'exercice 2026, notre priorité est de sécuriser et fiabiliser la donnée déclarée mais aussi de consolider nos chaînes de traçabilité matières.

Nous renforcerons l'identification précise de l'origine géographique des fibres, en cohérence avec nos objectifs d'intégration de **100% de coton d'origine biologique certifié d'ici fin 2026 et de 100% de fibres cellulosiques (viscose, modal, lyocell) issues de fabricants classés « Green Shirt » par Canopy d'ici 2028.**

Pour pallier les limites du déclaratif, nous systématiserons l'usage de preuves tangibles à travers les stress-test. Ces derniers consistent à exiger des documents de transaction (tels que des packing lists, bons de livraison et factures) pour valider les données saisies par le fournisseur sur la plateforme. Aujourd'hui ce contrôle est réalisé sur 2% des références coloris de la saison, nous augmenterons cette part à 5% sur AH26.

Enfin, la consolidation de nos campagnes de traçabilité reposera sur un suivi opérationnel plus agile. Nous mettrons en place des reportings hebdomadaires et des tableaux de bord de pilotage dédiés. Ce dispositif permettra de détecter les anomalies en temps réel, de mieux accompagner nos fournisseurs dans la transmission de données techniques complexes et d'assurer une amélioration continue de la qualité de l'information reçue.

Parallèlement, nous poursuivrons notre travail avec nos partenaires de production pour obtenir des données spécifiques concernant leur mix énergétique et leur consommation d'eau, éléments indispensables à l'atteinte de nos trajectoires de réduction d'impact.

Cette traçabilité que nous nous efforçons d'avoir sur l'ensemble de notre activité est la condition sine qua non à l'atteinte de notre engagement à agir en transparence.

Afin de favoriser le rayonnement de notre politique Chantelle for Change, nous avons déployé un module de formation spécifique sur notre plateforme My Chantelle School à destination de nos équipes en boutique. Ce parcours permet à nos conseillères et conseillers de vente de s'approprier nos actions en matière de devoir de vigilance et de traçabilité, pour les transmettre avec clarté et sincérité à nos clientes.

Historiquement, nous invitons notre communauté à consulter notre Déclaration de Performance Extra-Financière (DPEF) pour suivre nos progrès et nos défis. En 2025, alors que le calendrier réglementaire de la directive CSRD évolue, le Groupe Chantelle fait le choix délibéré de maintenir la publication de son rapport de durabilité.

Pour nous, la transparence n'est pas une contrainte de conformité, mais une preuve de notre redevabilité envers notre écosystème.

Pour aller plus loin, nous initierons dès la sortie de ce rapport une large consultation auprès de nos clients, fournisseurs et collaborateurs. Recueillir les attentes de nos parties prenantes est essentiel pour évaluer la pertinence de nos engagements et co-construire les priorités de notre future feuille de route face aux enjeux de notre industrie.

Notre Processus d'Évaluation de la Sécurité

Le groupe Chantelle place la sécurité de ses clientes au sommet de ses priorités. Au-delà de la simple conformité réglementaire, nous appliquons une démarche proactive pour identifier et atténuer les dangers potentiels tout au long du cycle de vie de nos produits.

Conformément au **Règlement (UE) 2023/988 sur la sécurité générale des produits (RSGP)**, chaque nouveau produit ou composant fait désormais l'objet d'une **analyse systématique des risques** via une matrice de criticité rigoureuse, pilotée par nos équipes sécurité produits et achats.

Réalisé deux fois par an lors du développement des collections Automne/Hiver (AH) et Printemps/Été (PE), ce processus itératif réunit un groupe de travail pluridisciplinaire (Achats, Marketing, Réglementaire) autour de trois étapes clés :

1 IDENTIFICATION DES DANGERS

Nous listons les risques potentiels — qu'ils soient de nature chimique, physique/mécanique, naturelle ou liés à l'usage — en fonction de la conception technique et des composants sélectionnés.

2 ANALYSE DE L'UTILISATION

Nous définissons le contexte d'utilisation normale et anticipons les mauvaises utilisations «raisonnablement prévisibles», en accordant une attention particulière aux groupes de consommatrices vulnérables.

3 ESTIMATION DU RISQUE

Pour chaque danger identifié, nous évaluons la gravité du dommage potentiel et sa probabilité d'occurrence.

Issue de l'Analyse de Criticité

Chaque composant ou produit fini est classé selon trois niveaux de risque :

1 RISQUE ACCEPTABLE

Le développement se poursuit normalement.

2 RISQUE À MAÎTRISER

Un plan d'actions spécifique (tests complémentaires, certifications) est mis en œuvre pour validation avant toute mise en production.

3 RISQUE INACCEPTABLE

Le composant est systématiquement rejeté ou la conception du produit est intégralement revue.

Traçabilité & Devoir de Vigilance

L'intégralité de la documentation technique — matrices de criticité, fiches produits et rapports de tests — est archivée de manière centralisée par saison et collection. Conformément à la loi, ces éléments sont tenus à la disposition des autorités de surveillance du marché pendant une durée de dix ans après la commercialisation.

Vigilance & Notification

En cas de détection d'un risque post-mise sur le marché, le groupe Chantelle dispose de protocoles stricts de retrait et de rappel. Nous nous engageons à :

1 Notifier immédiatement les autorités compétentes via la plateforme Safety Business Gateway (notamment la DGCCRF en France).

2 Assurer une communication transparente et rapide auprès de nos consommatrices pour garantir leur protection optimale.

GARANTIR LA SÉCURITÉ DE NOS PRODUITS : CONFORMITÉ AU RÈGLEMENT (UE) 2023/988



Engagement 5

Servir et Représenter Toutes les Féminités

Depuis 1876, le Groupe Chantelle s'attache à valoriser la beauté sous toutes ses formes en refusant les injonctions et en luttant contre les stéréotypes.

Cette ambition s'inscrit dans une vision à long terme visant à promouvoir un modèle de société plus inclusif et respectueux.

Le groupe façonne ses propres images à travers des récits authentiques qui bousculent la représentation conventionnelle de la lingerie et du corps féminin. Cet engagement se traduit concrètement par une volonté constante d'améliorer l'inclusivité de nos produits et l'accessibilité de notre offre pour toutes les femmes.

L'adaptation de nos collections à la diversité des morphologies demeure au cœur de notre savoir-faire corsetier. Pour l'année 2025, cette exigence de représentativité se reflète dans une offre élargie : 39% de notre collection de soutiens-gorge (en références et coloris) est désormais disponible dans les tailles de bonnets H, I et J, tandis que 42% de la gamme propose des tours de dos allant du 95 au-delà. Cette démarche d'inclusivité s'étend également aux bas, dont plus de 52% de l'offre dépasse la taille 46. Fidèles à notre politique de gestion des tailles, nous poursuivons nos efforts d'innovation avec la mise au point actuelle de modèles s'étendant jusqu'au bonnet K.

Au-delà de la diversité des statures, le Groupe innove pour répondre aux besoins spécifiques liés à la santé et aux différentes étapes de la vie des femmes. Nous proposons aujourd'hui 16 références-coloris techniques dédiées à la maternité, au post-opératoire ainsi qu'aux flux menstruels.

Notre ligne emblématique Softstretch, avec ses 186 références-couleurs, incarne cette recherche d'impact positif : grâce à sa technologie « One size » ultra-extensible, elle offre une solution parfaitement adaptée aux personnes à mobilité réduite ou traversant des évolutions morphologiques, limitant ainsi le besoin de réachat.

Enfin, notre mission sociale passe par une accessibilité financière renforcée, permettant à chaque femme d'accéder à des produits de qualité. La marque Pulp joue un rôle moteur dans cette stratégie, avec 79% de ses parures et bodys proposés à un prix inférieur ou égal à 100 €. À l'échelle du Groupe, ce sont 229 références de corseterie (soit 15% de l'offre totale incluant Chantelle, Chantelle Easy Feel, Pulp et Chantelle X) qui se situent sous ce seuil. Cette volonté de démocratisation est particulièrement marquée sur le segment de l'underwear, où l'intégralité de notre offre est désormais disponible en parure à moins de 100 €.

Une Promesse de Marque au Service de la Représentation des Féminités

En 2025, la marque Chantelle dévoile sa nouvelle signature : « **Something more.®** », une promesse qui capture l'essence même de la marque : écouter les femmes, répondre à l'évolution de leurs besoins et se réinventer continuellement pour mieux les accompagner.

« **Something more.®** » n'est pas seulement une signature de campagne : c'est l'expression d'une ambition plus large.

Celle d'apporter **plus de confort, plus de confiance et plus d'authenticité** dans la relation que les femmes entretiennent avec leur lingerie et avec elles-mêmes.

La campagne repose sur une vérité consommateur simple : **il y a une vie avant de trouver le soutien-gorge parfait, et une vie après.** Avec Chantelle, ce « plus » fait toute la différence.

La campagne « **Something more.®** » capture ces instants où Chantelle accompagne les femmes dans leur quotidien, à travers leurs nombreux rituels de préparation — du matin au soir. Des journées actives aux moments de détente, la lingerie devient une pièce intime qui soutient, transforme et accompagne chaque étape de la journée.

Les visuels de la campagne illustrent tous ces moments où ce « **more** » prend vie dans le processus : **plus de confiance, plus d'authenticité, plus de confort, plus de connexion avec soi-même et les autres...**

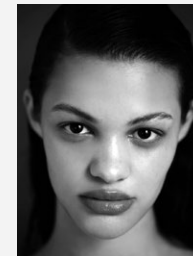
Une Campagne Pensée pour Représenter la Pluralité des Féminités

Afin d'incarner concrètement cet engagement, la campagne repose sur un **casting de 11 mannequins, sélectionnées pour représenter une diversité de profils, d'âges, de morphologies et de parcours.** Chaque mannequin incarne une facette différente de la féminité contemporaine, contribuant à une représentation plus fidèle et inclusive des femmes.

Cette volonté s'est traduite par un investissement significatif dans le casting — **représentant 40% du budget total de la production « Something more.® »** — afin de garantir une diversité authentique.



Jennifer Atilemile
BONNET G & 176 CM



Kyla Coleman
BONNET C & 180 CM



Anna Lena
BONNET B & 180 CM



Amélie & Charlotte Kopf
BONNET B/C & 170 CM



Tess Baldwin
BONNET E & 175 CM



Arnelle Slot
BONNET D/E & 175 CM



Gabi
BONNET E & 176 CM



Tanya Ruban
BONNET D & 178 CM

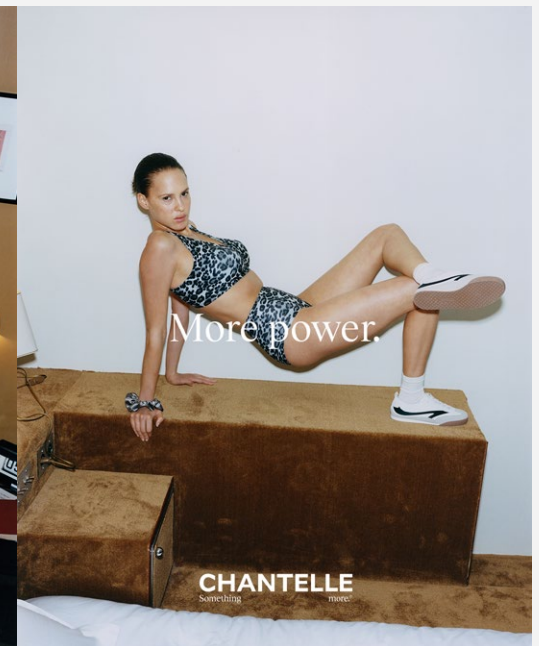
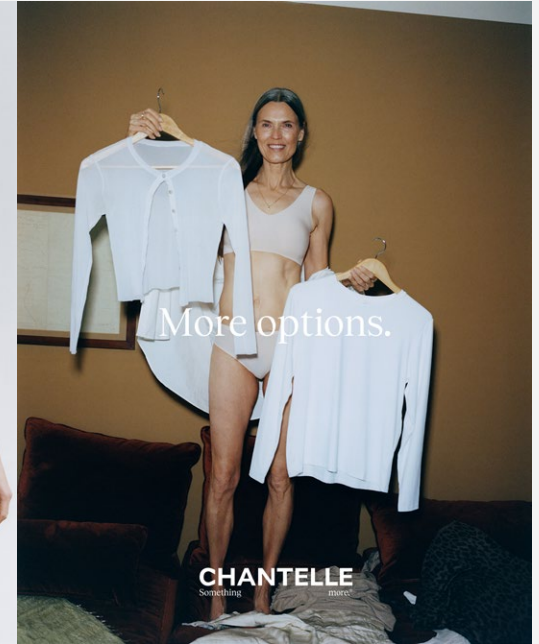
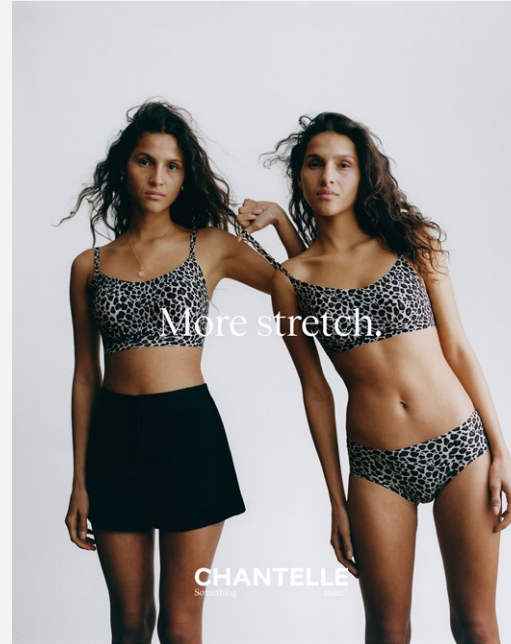


Alva Claire
BONNET G & 175 CM

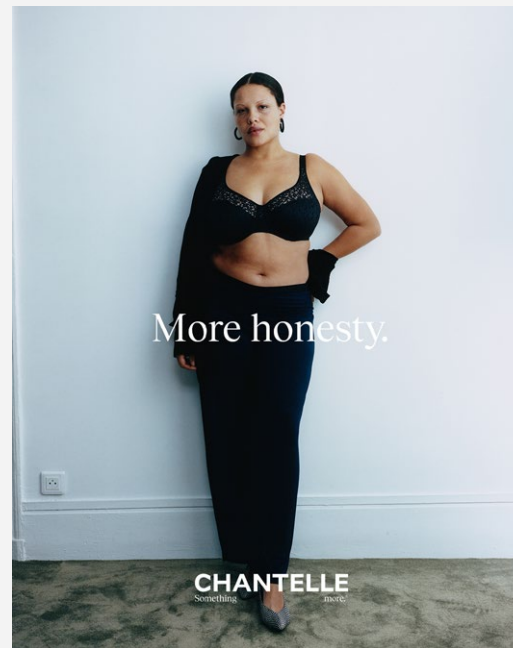


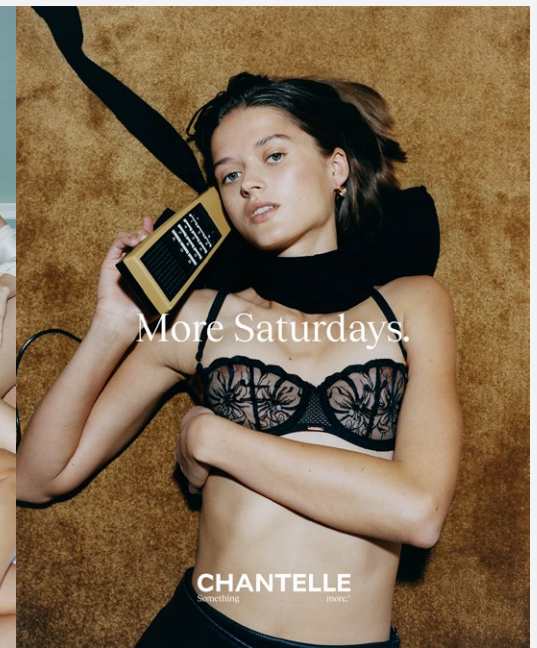
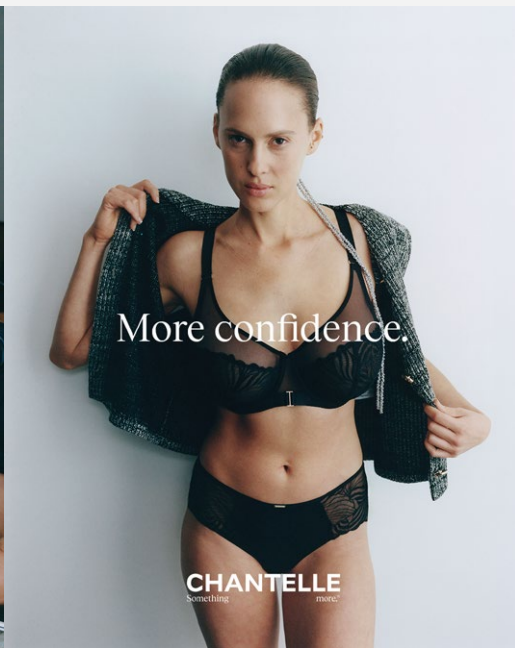
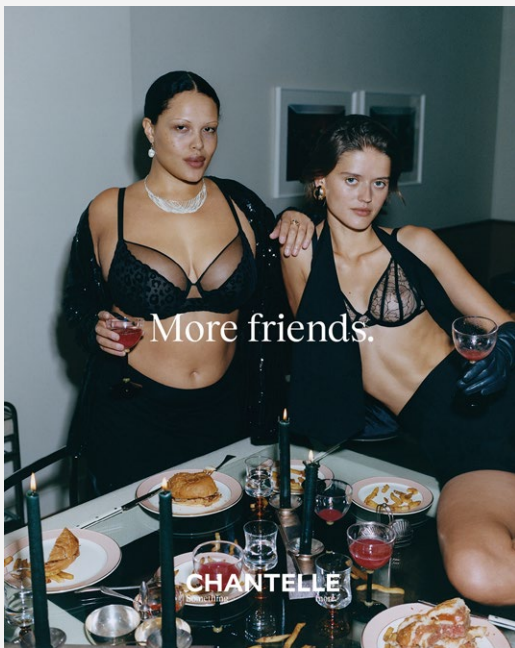
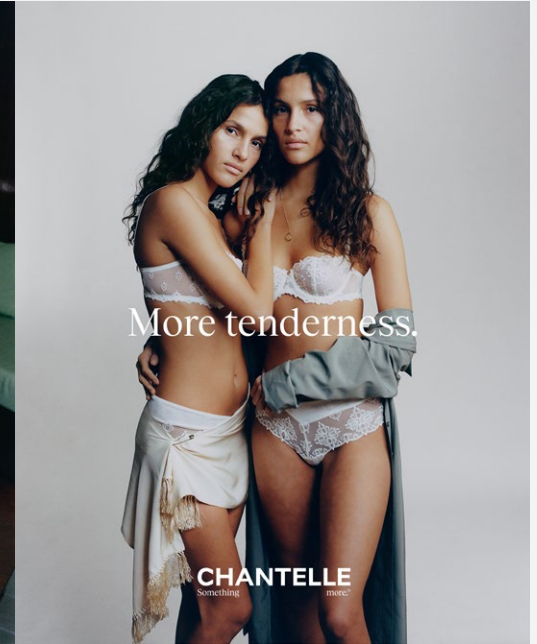
Bonnie Panasenکو
BONNET B & 180 CM

Campagne « **Something more.®** »











Une Représentation Reconnue & Appréciée par les Clientes

Cette démarche de représentation plus inclusive et de célébration de toutes les femmes est également **perçue positivement par les clientes**, qui saluent la diversité des silhouettes et l'authenticité des campagnes.

La vidéo « Self-love » génère 1054 likes et plus de 100 commentaires positifs.

- 
Magali Duthoy
 Bravo !!! Tellement juste et beau à la fois 🍷 merci et encore bravo 🍷
- 
Essia Ben Ammar
 Enfin, une marque qui célèbre la femme dans toute sa réalité, sans artifices ni complexes. Des corps vivants, avec leurs formes, leurs courbes, leurs marques, leur cellulite parce que c'est ça, la vraie beauté. Assez des illusions parfaites, place à l'authenticité. Parce que chaque femme mérite d'être représentée telle qu'elle est, sans filtre.
- 
Mimibzh Mtn
 J'adore cette pub ! Elle est tellement plus réaliste merci
- 
Christelle Langlace
 Très belle femme ...bravo à chantelle qui met en avant une femme à qui on peut s'identifier
- 
La British Aventure
 Enfin une femme qui nous ressemble !! Merci !!!



VIDÉO "SELF-LOVE" PUBLIÉE SUR INSTAGRAM

Un Engagement Durable & Quotidien

La représentativité des féminités ne se limite pas à la campagne « Something more.® » Elle se décline **tout au long de l'année** à travers plusieurs leviers, dont les **contenus éditoriaux**, qui valorisent les expériences et les voix de femmes aux profils variés, les **visuels e-commerce**, qui mettent en avant une diversité de mannequins et de silhouettes

sur le site chantelle.com (nous avons collaboré avec 14 profils différents en 2025) ; et le **développement produit**, pensé pour répondre à une pluralité de morphologies et de besoins.

Cette approche permet d'ancrer durablement l'engagement de la marque dans ses pratiques, au-delà des temps forts de communication.

Pour ses 30 ans en 2025, Darjeeling a mis en place plusieurs collaborations sur les réseaux sociaux qui lui ont permis de réaffirmer ses engagements.

1 NOLD

Avec Nold, un média qui s'adresse à la génération des 45-65 ans, une cible encore trop peu représentée dans la communication et la publicité. Nold se positionne comme la voix de celles qui se sentent **trop jeunes pour être vieilles, et trop vieilles pour être jeunes**.

Leur approche positive, dynamique et inspirante autour du bien-être, de la confiance en soi et du plaisir de vivre pleinement son âge a donc résonné parfaitement avec l'ADN de Darjeeling.

Cette collaboration nous a permis de valoriser la lingerie comme alliée du confort et de la féminité à tous les âges. Une newsletter ainsi que trois carrousels publiés sur Instagram ont permis de générer **plus de 270 000 vues**.

2 MARGAUX MOTIN

Ou encore avec Margaux Motin (435 000 abonnés sur Instagram) dont les illustrations célèbrent toutes les féminités avec humour et fantaisie. Trois carrousels ont été publiés : un premier très inspirant autour des 30 ans en mai, un second sur la collecte de vieux soutiens-gorge en boutique en mai également, un troisième le 18 octobre autour de la journée mondiale de la ménopause qui a rencontré un véritable succès.

La publication a fait près de 900 000 vues et a créé de la discussion autour de ce sujet tabou présenté avec délicatesse et authenticité.

Perspectives

Alors que l'industrie de la mode rétro pédale sur des sujets comme le body positivisme et la critique de l'âgisme, Darjeeling mettra un point d'honneur en 2026 à aller à contre-courant de ces tendances et à continuer de **représenter toutes les féminités**, afin que chacune se sente soutenue et accueillie comme elle est.

Darjeeling





Engagement 6

S'engager auprès de nos Collaborateurs

Nos collaborateurs demeurent le pilier central de notre histoire et de nos priorités stratégiques.

En 2025, le Groupe consolide une dynamique durable, alliant l'agilité de ses structures à l'engagement de ses équipes pour relever les défis d'un monde en métamorphose.

L'efficacité de nos modes de travail s'illustre à travers le projet Colibri. Fruit d'une écoute attentive du terrain, cette initiative affine nos processus pour offrir à chacun un environnement plus fluide. Ce mouvement est soutenu par un cycle de conférences dédiées à la résilience et à la gestion du changement.

Parallèlement, nous réaffirmons notre vocation d'entreprise apprenante. Notre plateforme **My Chantelle School** continue de déployer des parcours sur-mesure, alliant expertises techniques et compétences comportementales (soft skills).

En 2025, cette offre s'enrichit de conférences consacrées à la parentalité, témoignant de notre volonté d'accompagner chaque collaborateur dans les étapes clés de sa vie personnelle et professionnelle.

La parole de nos talents reste notre guide : l'enquête annuelle d'Engagement 2025, dotée de nouveaux axes sur la culture d'entreprise, permet de mesurer et de nourrir l'attachement de nos équipes à travers le monde.

Au 31 décembre 2025, la répartition de nos 2 790 collaborateurs sur les périmètres France et industriel à l'étranger, témoigne de la diversité de nos métiers et de nos implantations :

SITES	NB FEMMES	NB HOMMES
Tunisie (Sofam + Sotufam + Chantuni)	513	85
Maroc (Atma + Famaco)	362	68
Thaïlande (Sigma + Chantasia + ASC)	368	60
Vietnam (Chantnam)	453	33
Chantelle SA	545	118
Delta	472	0
Chantelle Retail	77	0
TOTAL	2 790	364
Répartition F/H	88,5%	11,5%
ÉVOLUTION 2025 vs 2024	-2,75%	-5,21%

RÉPARTITION DES EFFECTIFS
(tous types de contrat (CDI, CDD, apprentis...) hors stagiaire)

Les données sont extraites à l'aide des outils informatiques utilisés par les équipes RH.

CDI 93,03%

CDD 6,97%

SUR LE PÉRIMÈTRE FRANCE

Turn-Over

La stabilité de nos équipes reflète la pertinence de notre modèle social. Pour en mesurer l'évolution, le Groupe suit un indicateur de rotation rigoureux, calculé par le ratio entre la moyenne des mouvements annuels des salariés en CDI (somme des entrées et sorties divisée par deux) et l'effectif total.

Dans l'univers du Retail, où le turn-over est structurellement plus marqué, nos efforts de management de proximité et l'évolution des avantages sociaux portent leurs fruits, **amorçant une stabilisation de cet indicateur.**

Afin de favoriser la rétention de ses talents, le Groupe s'attache à développer une stratégie centrée sur l'humain, où l'inclusion et l'écoute active sont placées au cœur des leviers d'engagement. À travers le renforcement des dispositifs de dialogue, comme les nouveaux formats d'échanges « **Chantelle Coffee** » ou les sondages thématiques, notre volonté est de permettre à chaque collaborateur de s'impliquer dans la transformation de l'entreprise. Fort de ces engagements, le Groupe s'attache à poursuivre l'analyse de cet indicateur dans les sites industriels internationaux pour les années à venir.

Cette démarche s'accompagne d'une politique de formation visant notamment à soutenir l'employabilité, par exemple **via l'acculturation à l'Intelligence Artificielle**. En cherchant ainsi à mieux concilier épanouissement individuel et performance collective, notamment par un accompagnement spécifique de la parentalité, le Groupe souhaite créer un environnement plus propice à la fidélisation de ses équipes.

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	2	28	107	79
Atma SA	0	3	66	145
Chantasia SA	5	22	15	19
Chantelle SA Cachan	35	117	84	177
Chantelle SA Corbie	2	6	24	86
Chantelle SA Peronne	0	1	7	14
Chantelle SA Villers	2	2	8	11
Chantelle SA Épernay	8	5	9	65
Sofam SA	12	53	96	76
Sotufam SA	4	48	167	126
Delta	113	121	98	140
Chantelle Retail	29	19	12	17
Chantuni SA	0	1	6	9
Sigma SA	2	25	131	183
Chantnam SA	25	127	281	53
ASC	0	2	12	12
TOTAL (%)	8%	18%	36%	38%

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 CHANTELLE SA, le nombre de maladies professionnelles enregistre une stabilisation avec 6 maladies professionnelles déclarées en 2025 et 2024. Parallèlement, nous observons une amélioration encourageante sur le front des accidents du travail*, dont le nombre s'établit à **7 en 2025, marquant un recul par rapport aux 11 accidents recensés en 2024**. Sur le reste des périmètres, **maladies professionnelles et accidents du travail sont en baisse**. Ces données sont extraites de nos outils RH. Ces données sont partagées avec les instances légalement consultées.

Persuadés que les enjeux de santé-sécurité se font au plus proche du terrain, nous avons mis en place en 2025 des rappels sur les règles de sécurité, notamment via une note de sécurité au sein du Siège de la société CHANTELLE SA.

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 2025, ces COPIL(s) ont été finalisés avec une mise en place progressive des actions retenues par chaque établissement.**

Au sein des établissements de Chantelle SA, 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 des conférences sur L'influence Parentale et les Aidants. 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 pérennisons nos initiatives en faveur du bien-être au sein de l'ensemble de nos établissements, tout en poursuivant nos actions d'amélioration du climat social, étayées par des programmes de formation collective.

*Avec arrêt de travail

**QVCT : qualité de vie et conditions de travail

***RPS : risques psycho-sociaux

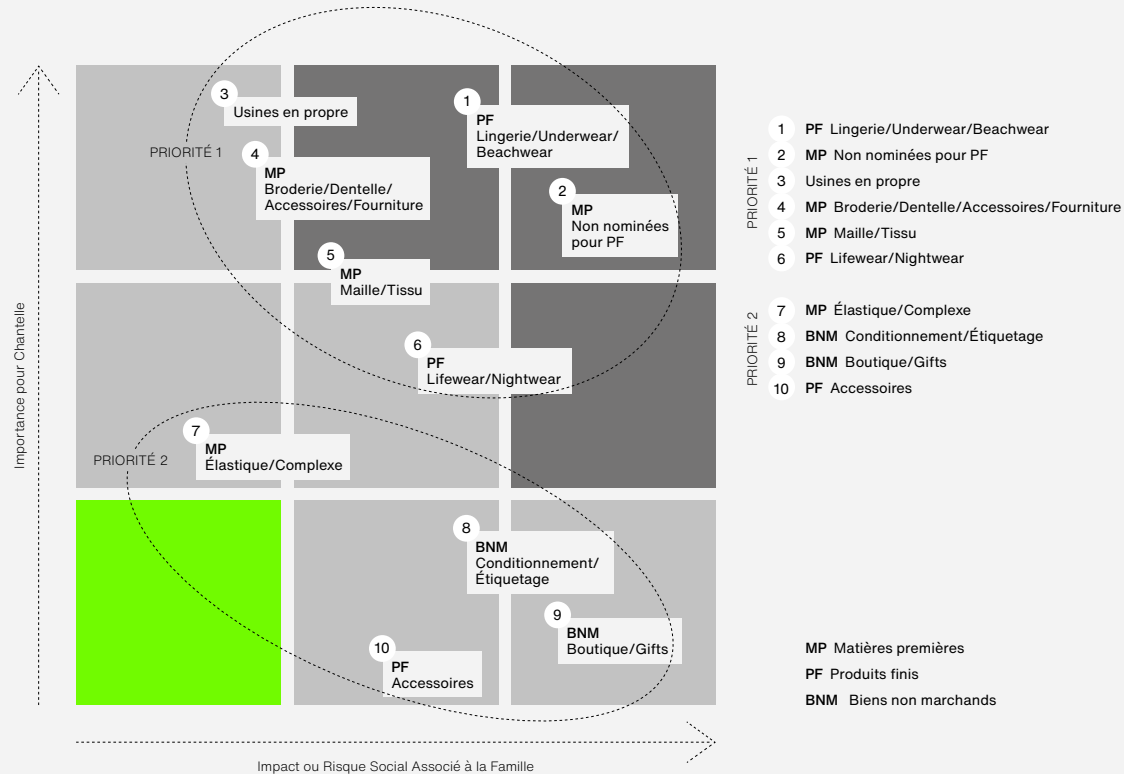


Engagement 7

Assurer Éthique & Respect des Droits Humains

Pour concrétiser notre engagement, l'année 2024 a été consacrée au déploiement de notre démarche de diligence raisonnable, ce dispositif visant à sécuriser nos opérations sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

En 2025, nous avons poursuivi ce travail par la mise à jour de notre cartographie des risques sociaux. Conformément aux recommandations issues de l'accompagnement mené par Bluequest en 2023, nous avons concentré notre analyse sur les familles d'achats liées au produit. Cet exercice de cartographie sera désormais itéré chaque année afin d'assurer un suivi dynamique et une actualisation constante de nos enjeux.



Contrairement à la cartographie de 2023 qui évaluait le **risque brut** (théorique), l'édition 2025 analyse le **risque net**. Cette approche est plus précise car elle tient compte de l'efficacité de nos mesures de prévention et des contrôles déjà en place chez nos fournisseurs directs; c'est à dire nos confectionneurs externes (Fournisseurs PF), les fournisseurs de matières premières approvisionnant nos propres usines de confection (Fournisseurs MP) ainsi que nos fournisseurs de bien non marchands (BNM).

Pour cette évaluation, nous nous sommes appuyés sur des critères quantitatifs et qualitatifs précis, parmi lesquels :

- la localisation géographique
- les volumes et valeurs d'achats
- la catégorie de produits
- le niveau de transparence et de conformité des partenaires.

Cet exercice nous a permis de mettre en évidence les catégories les plus à risques et d'affiner notre plan d'actions annuel en matière d'identification, prévention, atténuation et redevabilité.

CARTOGRAPHIE DES RISQUES SOCIAUX 2025
FAMILLES D'ACHATS EN LIEN AVEC LE PRODUIT

- Risques critiques à réduire en priorité
- Risques modérés à élever
- Risques faibles (ne nécessitent pas d'action spécifique à court terme)

Identification

Comme annoncé dans notre précédent rapport, l'année 2024 a été marquée par l'identification rigoureuse de nos fournisseurs directs (PF* et MP*) et de leurs pratiques. En 2025, le déploiement de notre outil de traçabilité Trace for Good (TFG) nous a permis de franchir une étape supplémentaire dans la visibilité de notre chaîne de valeur.

Nous avons ainsi pu identifier plus précisément les acteurs de notre chaîne de valeur. Concernant notre production externe pour la saison PE26, nous avons ainsi cartographié **121 fournisseurs de rang 2 (tiers 2) uniques**. Parmi eux, **17% étaient déjà référencés par le Groupe**, soit en tant que fournisseurs nommés*, soit via nos flux de production

interne (approvisionnant nos usines propres). À noter que pour nos partenaires dits « verticaux », les opérations de rang 2 (tricotage et/ou teinture) sont directement intégrées au site de confection ; le fournisseur de rang 1, avec lequel nous opérons en direct, assure alors également le rôle de rang 2.

Parallèlement, sur le périmètre des Biens Non Marchands (BNM), la clarification de notre parc de fournisseurs nous a permis d'initier une collecte de données sociales ciblée auprès de nos partenaires jugés stratégiques.

Prévention / Atténuation

En matière de prévention, nous veillons à la reconstitution systématique des audits pour les fournisseurs déjà engagés dans un suivi social actif*, tout en challengeant ceux dont les résultats ne sont pas encore jugés pleinement satisfaisants. Pour les fournisseurs sans visibilité sur leurs pratiques, nous sollicitons notre

partenaire accrédité SGT lorsqu'aucun engagement à mener un premier audit n'est conclu directement avec le partenaire.

Cette année, **5 sites ont été audités selon le référentiel SMETA 4-Pillars par notre partenaire accrédité** : 4 sites de MP et un site de teinture commun à trois de nos fournisseurs de MP.

Pour mesurer l'efficacité de notre politique de gestion des risques, des objectifs chiffrés ambitieux ont été fixés **pour un périmètre de nos fournisseurs que nous nommerons par la suite partenaires**. Les partenaires chez Chantelle, désignent les fournisseurs avec une valeur facturée significative et avec lesquels nous travaillons

depuis plusieurs années consécutives. Parmi les 112 sites de production présentés à la page 9 de ce rapport, les **partenaires** n'en représentent que 82 (73%), ces sites pouvant appartenir à nos partenaires confectionneurs (PF) ou des partenaires de matière (MP) pour la production interne.

* DÉFINITIONS

MP

Matières premières telles que nos tissus/tricotés, dentelles, broderies, complexes... Utilisées pour la production interne, réalisée dans nos propres usines de confection.

PF

Produits finis, faisant référence à la production externe à nos entités de confection.

BNM

Bien non marchands, ils englobent les fournitures pour le conditionnement, l'étiquetage, nos boutiques et les *gifts*.

Fournisseur Nominé

Fournisseur (de matières premières) sélectionné par Chantelle pour nos partenaires confectionneurs de PF.

Suivi Social Actif

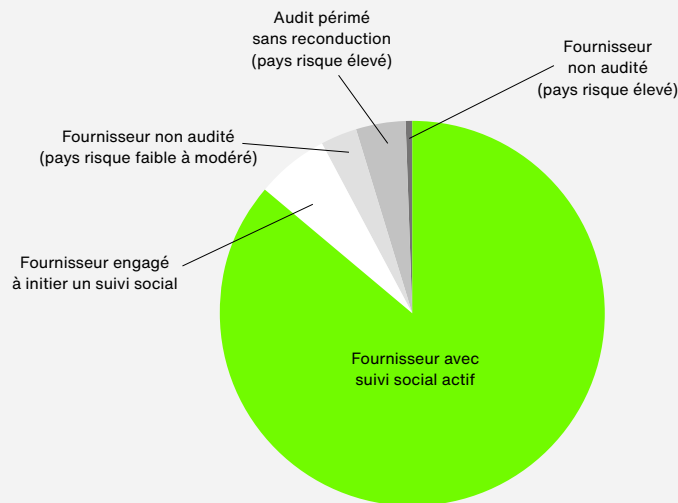
Management social en place avec la conduite d'audit social réalisé à fréquence régulière (annuelle ou moins selon le résultat) selon un standard reconnu par Chantelle (SMETA, BSCI, ICS, WCA, HIGG FSLM, WRAP, SA8000, BLUESIGN, OEKO-TEX STEP).

	FOURNISSEUR AVEC UN SUIVI SOCIAL (DISPOSANT D'UN RAPPORT VALIDE OU CERTIFICAT) EN NB%/CA%				FOURNISSEUR AVEC UN RÉSULTAT D'AUDIT « SATISFAISANT » EN NB%/CA%				FOURNISSEUR AVEC UN RÉSULTAT D'AUDIT « NEED SIGNIFICANT IMPROVMENT » EN NB%/CA%					
	2024		2025		2024		2025		2024		2025		2026	
	ATTEINT	FIXÉ	ATTEINT	FIXÉ	ATTEINT	FIXÉ	ATTEINT	FIXÉ	ATTEINT	FIXÉ	ATTEINT	FIXÉ	ATTEINT	FIXÉ
PARTENAIRES MP (PRODUCTION INTERNE)	> 45% / > 65%	> 75% / > 85%	67% / 86,6%	> 70% / > 90%	> 18% / > 30%	> 25% / > 35%	16% / 29,1%	> 25% / > 40%	< 10% / < 10%	< 5% / < 5%	1,8% / 1%	< 2% / < 1%		
PARTENAIRES PF (PRODUCTION EXTERNE)	> 90% / > 99%	> 95% / > 99%	100% / 100%	> 98% / > 99%	> 50% / > 60%	> 60% / > 70%	56% / 73,2%	> 65% / > 80%	< 2% / < 2%	0% / 0%	0% / 0%	0% / 0%		

INDICATEURS DE PERFORMANCE (KPI'S) SOCIALE FOURNISSEUR FIXÉS ET ATTEINTS À HORIZON 2026 (2024 étant l'année de référence du suivi, il n'y a pas de chiffres fixés)

Prévention / Atténuation

À fin 2025, les chiffres consolidés démontrent une solide maîtrise de notre chaîne d'approvisionnement amont. Pour la catégorie des partenaires de **Matières Premières**, qui regroupe **55 sites de production** (représentant 96% de la valeur facturée pour la catégorie des MP sur 2025, tout fournisseur confondu), nous parvenons à une **maîtrise des risques sociaux pour 95,7%** (en CA). Le diagramme circulaire suivant permet de mieux comprendre ce que ce risque maîtrisé représente pour Chantelle :



RÉPARTITION DES RISQUES SOCIAUX POUR NOS PARTENAIRES DE MP

Le risque maîtrisé regroupe les partenaires suivants:

- **86,6% (CA)** disposent d'un suivi social actif* (follow-up). Au sein de ce groupe, une part représentant **29,1% du CA global** présente un niveau de conformité jugé « **Satisfaisant** »* selon les standards Chantelle, tandis que **1%** se voit attribuer un résultat « **Need significant improvement** »*, nécessitant un plan d'accompagnement spécifique.

- **6,2% (CA)** sont des partenaires engagés dans une démarche de progrès, avec un **premier audit programmé pour 2026**.

- **2,9% (CA)** concernent des fournisseurs n'ayant jamais été audités mais dont la localisation géographique présente un **risque faible ou modéré***.

Quant au risque potentiel, pour lequel une surveillance est primordiale, voici comment il se décompose :

- **4% (CA)** correspondent à des fournisseurs dont le rapport d'audit est arrivé à échéance en **2025** et pour lesquels aucun engagement de renouvellement n'a encore été formalisé.

- **0,3% (CA)** représentent des fournisseurs situés dans des zones à risque* n'ayant pas encore manifesté la volonté de s'engager dans un processus d'audit tiers.

Concernant le % de risque avéré pour la partie MP, il s'agit d'un partenaire pour lequel le nombre de non conformités majeures est trop important et des mesures d'atténuation sont nécessaires. Le cas spécifique de ce fournisseur a immédiatement été remonté au comité de vigilance.

Ce dernier a été initié fin 2025 afin de veiller à l'application et au respect de notre nouveau code de conduite, en complément des audits sociaux qui sont des outils clés pour s'assurer de l'intégration de nos exigences.

Après consultation, nous avons accordé au fournisseur la possibilité de reconduire un audit au 1^{er} trimestre 2026 afin de nous démontrer la correction des pratiques non-conformes.

Le prochaine session de ce comité permettra de constater les évolutions positives ou non de ce partenaire, face au non-respect persistant de nos standards, nous serons amenés à appliquer des mesures coercitives, telles que la réduction immédiate des volumes de commandes.

Concernant nos partenaires de la catégorie Produits Finis, qui bénéficiaient déjà d'un suivi social robuste en 2024, **100% sont audités régulièrement** selon des standards internationaux reconnus par Chantelle.

À fin 2025, seule une part résiduelle de **3,3% (CA)** est en cours de renouvellement d'audit, suite à l'expiration de rapports en fin d'exercice.

La maturité de ce panel se confirme par les résultats : **73,2% (CA) des ces partenaires PF affichent un résultat d'audit jugé « Satisfaisant »**.

De manière globale, les objectifs fixés pour les catégories PF et MP sont atteints. Nous enregistrons une **progression notable sur tous nos indicateurs** par rapport à 2024 : la plus notable étant la **part de résultats d'audit satisfaisants, qui bondit de 20 points**.

* DÉFINITIONS

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.

Pays à risque faible ou modéré

Pays présentant un cadre réglementaire en phase avec les normes internationales et globalement appliqué, limitant ainsi la fréquence de non-conformités aux principaux standards sociaux et environnementaux, selon <https://www.statista.com/statistics/1498331/selectedcountries-by-esg-ranking-ineurope/>

Zone à risque

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/selectedcountries-by-esg-ranking-ineurope/>

Redevabilité

En complément de ces directives très claires formulées au département des achats, nous avons décidé d'aller plus loin en intégrant la performance RSE comme un critère de décision au même titre que les indicateurs de performance industrielle classiques que sont la qualité, le style, le délai de livraison, etc...

En pratique, ce pilotage s'appuie sur une collaboration étroite entre les départements RSE et Achats : lors des revues de performance annuelles, chaque partenaire reçoit une note globale intégrant ses résultats sociaux. Ce partage d'indicateurs garantit une vision transversale de la maturité de notre chaîne de valeur. Il permet aux équipes produits de réaliser des affectations de commandes éclairées, en parfaite cohérence avec les valeurs du Groupe.

La note RSE globale est articulée autour de deux piliers (notés sur 5) :

L'ENGAGEMENT RSE (MOYENNE 4/5)

Il mesure l'adhésion formelle à nos valeurs, notamment via la signature de notre Code de conduite. Ce résultat témoigne d'une réelle volonté de collaboration sur ces enjeux.

LA MATURITÉ RSE (MOYENNE 2,1/5)

Elle évalue la mise en œuvre concrète des actions sur le terrain. Cette moyenne plus modeste souligne le défi de transformer des engagements contractuels en pratiques opérationnelles robustes. La partie environnementale est encore trop peu abordée par nos partenaires.

Une stratégie axée sur le progrès
La note RSE globale, qui pondère davantage la maturité que l'engagement, atteint tout juste la moyenne. Ce résultat confirme notre priorité pour les années à venir : accompagner nos partenaires au-delà du simple audit social pour ancrer des actions correctives durables couvrant l'ensemble des risques sociaux, environnementaux et toxicologiques.

Vigilance & Partenaires

Au-delà du suivi opérationnel, nous avons consolidé notre dispositif de vigilance par la mise à jour de notre **Charte Éthique** et l'intégration d'un **outil de remontée d'alertes**. Un accent particulier a été mis sur la **sensibilisation de nos équipes internes et notamment celle des achats**. Désormais, l'homologation de tout nouveau partenaire est conditionnée par deux exigences strictes :

L'ENGAGEMENT FORMEL

Adhésion contractuelle aux standards du Groupe, à travers la signature de nos politiques et notre code de conduite notamment.

LA TRANSPARENCE & LE PROGRÈS

Transmission d'un rapport d'audit valide et engagement écrit à corriger toute non-conformité identifiée.

Ces piliers, qui sont **l'engagement, la transparence et l'amélioration continue**, constituent le cœur de notre **Supplier Social Compliance Management Procedure**. Ce document de référence est le socle de notre devoir de vigilance ; il formalise nos exigences éthiques et nos ambitions de long terme.



Cette approche de notation RSE, nous permet de piloter nos actions en interne avec précision, tout en assurant une totale **redevabilité** envers nos parties prenantes internes mais aussi externes, via notre reporting RSE annuel qui retranscrit l'ensemble de nos actions et projets sur l'année.

Culture de l'Alerte & Transparence Interne

Pour garantir le respect de nos standards, nous avons déployé en 2025 un dispositif de vigilance robuste au sein de nos entités et filiales :

1 DIFFUSION & FORMATION

Nos sites de confection ont intégré les nouvelles exigences du **Code de conduite**, diffusées auprès des équipes de production via des formations dédiées.

2 DISPOSITIF WHISTLEBLOWER

Tous les travailleurs de notre éco-système ont désormais un outil de signalement anonyme à disposition, clé en main dans le cas où le leur ne serait pas efficace. Ce canal permet de remonter tout manquement éthique ou fait de corruption. Pour garantir l'efficacité du système, chaque collaborateur suit une formation de sensibilisation annuelle en complément.

3 REDEVABILITÉ

Les alertes sont traitées par des référents identifiés selon des protocoles et délais de réponse stricts. Les cas les plus sensibles sont portés à l'arbitrage du Comité de Vigilance.

4 PROTECTION DES LANCEURS D'ALERTE

Conformément à la directive UE 2019/1937 et au RGPD, le Groupe Chantelle garantit au lanceur d'alerte un dispositif sécurisé protégeant strictement son anonymat et la confidentialité de son identité. Ce système, reposant sur un outil en ligne crypté de bout en bout et certifié ISO 27001, prévient tout suivi technique tel que le stockage d'adresses IP ou de métadonnées. Le Groupe proscribit toute forme de représailles, menaces ou mesures disciplinaires à l'encontre des personnes signalant de bonne foi des manquements éthiques ou légaux. La protection s'étend également aux tiers facilitant le signalement ou liés au lanceur d'alerte.

Conformément à nos engagements de protection, le Groupe Chantelle se réserve le droit de prendre des mesures appropriées à l'encontre de tout tiers, partenaire ou entité externe qui exercerait des mesures de rétorsion ou des sanctions à l'encontre d'un lanceur d'alerte. Cette vigilance s'étend à l'ensemble de notre chaîne de valeur pour garantir l'intégrité du dispositif et la sécurité des personnes ayant signalé un manquement, y compris lorsque les pressions proviennent d'acteurs extérieurs au Groupe.

Excellence Industrielle & Certifications Tierces

Le cheminement de Chantelle pour la reconnaissance de ses bonnes pratiques industrielles repose sur une démarche de progrès rigoureuse. Initialement, nous avons instauré les **audits Sedex SMETA** comme une première étape indispensable d'état des lieux pour nos sites en Tunisie, au Vietnam ainsi qu'en Thaïlande. Ce diagnostic nous a permis d'initier la correction de pratiques non conformes et d'harmoniser les standards sociaux sur l'ensemble de nos sites de confection en propre.

Aujourd'hui, notre volonté de renforcer cette conformité nous conduit à franchir une nouvelle étape : celle de la **certification**. Cette démarche d'amélioration continue vise à faire valider nos pratiques par des organismes tiers selon les standards les plus exigeants.

Après la certification **WRAP** de **Chantnam** (Site de confection au Vietnam) en 2025, reconnaissant des pratiques conformes aux standards éthiques les plus rigoureux et garantissant des conditions de travail décentes ainsi qu'une sécurité logistique totale, nous poursuivons notre travail sur le déploiement de ce label d'excellence sociale au sein de nos entités. Notre plateforme logistique **Chantasia** en Thaïlande, est attendue cette année. Elle sera suivie par **Sotufam** (site de confection en Tunisie), qui priorisera sa mise en conformité sociale après sa certification selon la norme environnementale **ISO 14001** que nous visons pour l'été 2026. Pour notre site **Sigma** (Thaïlande), nous envisageons le renouvellement d'un audit **SMETA 4P**.

Savoir-faire & Qualité

Au-delà du volet social, nous valorisons l'excellence technique. Notre site historique d'**Épernay** a été distingué par le label **Entreprise du Patrimoine Vivant (EPV)** en 2025. Cette reconnaissance du savoir-faire rare de nos corsetières sera complétée dès 2026 par l'initiation d'une démarche de certification **ISO 9001**.

Par cette mise en conformité rigoureuse de nos propres sites de production, nous appliquons à nous-mêmes les standards d'excellence que nous exigeons de l'ensemble de notre chaîne de valeur.

Gouvernance Sociale

La création de notre **Comité de Vigilance** marque une étape majeure dans la maîtrise de notre chaîne de valeur. Plus qu'un organe de contrôle, il assure la cohérence de notre gouvernance sociale, en englobant aussi bien nos partenaires externes que nos propres unités de production.

Enfin, l'enjeu relatif aux conséquences de nos activités sur les communautés locales identifiées comme matériel dans le cadre de notre nouvelle matrice de double matérialité, a été traité cette année sous le prisme des besoins identifiés par nos partenaires associatifs historiques. Nos convictions, leurs besoins et celles de toutes nos parties prenantes sont décrites en pages suivantes.



Développer Notre Ancrage Territorial & Solidaire

Parce que les femmes sont au cœur de notre histoire depuis 1876, notre responsabilité s'étend naturellement au-delà de la conception de nos produits.

Pour le Groupe Chantelle, agir en faveur d'une société plus juste signifie s'attaquer aux maux qui impactent directement notre écosystème social : nos collaboratrices, nos clientes et les femmes vivant dans nos territoires d'implantation.

En 2025, nous transformons notre modèle de soutien pour devenir de véritables partenaires d'action.

Nous ne nous contentons pas de financer des causes ; concrètement, nous mettons nos boutiques et nos savoir-faire au service de la solidarité pour répondre aux besoins réels identifiés par nos parties prenantes associatives :

SANTÉ & PRÉVENTION

Aux côtés de **Ruban Rose** et d'**Odyssea**, piliers historiques de notre engagement, nous renforçons la sensibilisation au dépistage. Depuis 2024, notre collaboration avec le **Sénopôle de l'hôpital Saint-Louis** nous permet de soutenir une filière de soins d'excellence et la recherche.

Cette solidarité s'incarne jusque dans nos points de vente : à travers le réseau de boutiques **Darjeeling**, nous accueillons l'association **Tout le monde contre le cancer** pour offrir des moments de bien-être hors du cadre hospitalier.

SOLIDARITÉ & DIGNITÉ

Pour répondre à l'urgence de la précarité matérielle et menstruelle, nous travaillons main dans la main avec l'**Agence du Don en Nature** et **Règles Élémentaires**. Ces partenaires nous permettent de garantir que chaque femme puisse vivre son quotidien avec dignité, en facilitant l'accès aux produits de première nécessité.

Cette démarche de solidarité active repose sur une écoute des acteurs de terrain.

Elle nous permet de déployer des programmes pérennes qui favorisent un accompagnement concret des femmes dans toute leur diversité.

Hôpital Saint-Louis *un lien précieux*

Notre partenariat avec le Sénopôle de l'Hôpital Saint-Louis dépasse le simple soutien financier ; il s'inscrit dans le quotidien des patientes.

En 2025, nous avons offert plus de **500 pièces de lingerie** pour apporter un peu de confort durant les soins. Plus encore, nos équipes d'Épernay ont mis leur savoir-faire au service de l'innovation solidaire en créant des bandeaux spécifiques pour faciliter les protocoles de soins techniques.

Cette année, notre soutien a également pris une forme nouvelle et essentielle : **l'accompagnement par l'information**. Nos équipes créatives ont réalisé la **refonte graphique complète du livret d'accueil du Sénopôle**. Ce document, premier point de contact pour de nombreuses femmes, a été repensé pour être plus clair et apaisant, afin de mieux les guider et les rassurer dès leur arrivée dans le service.

Octobre Rose *un élan collectif qui ne faiblit pas*

Le mois d'octobre est un rendez-vous important. C'est le moment où nos collaborateurs, nos boutiques et nos clientes s'unissent dans un même combat contre le cancer du sein.

COURIR POUR LA RECHERCHE

Pour la onzième année, l'enthousiasme était au rendez-vous avec l'association **Odyssea**. Ce ne sont pas moins de **105 collaborateurs** qui ont chaussé leurs baskets pour marcher ou courir. Au-delà de l'effort sportif, cet élan de solidarité a permis de collecter des fonds intégralement reversés à la recherche.

LE DON AU SERVICE DU SOIN

Grâce à une opération spéciale sur nos lignes emblématiques *Softstretch* et *Pulpies*, nous avons réaffirmé notre soutien à l'association Ruban Rose. Pour tout article vendu au sein du réseau de boutiques Chantelle mais aussi grâce aux ventes réalisées sur le site internet de la marque ainsi que dans nos concessions au sein des plus grands magasins en France, **3 € par article** ont été reversés à l'association.

DES PARENTHÈSES DE DOUCEUR

Avec l'opération « L'Échappée Rose » de l'association **Tout le monde contre le cancer**, 10 de nos boutiques Darjeeling sont devenues des refuges. Nous y avons accueilli des femmes touchées par la maladie pour leur offrir un moment suspendu, un soin et une attention particulière.

Solidarité Sans Frontières *un esprit de famille*

Cet esprit de famille se déploie également sur tous nos sites de production. Au **Maroc** et en **Tunisie**, la santé de nos collaboratrices est une priorité : nous avons organisé des journées de sensibilisation et pris en charge des examens médicaux essentiels. En France, de **Corbie** à **Épernay**, les marches locales ont rassemblé nos équipes autour d'une cause commune, prouvant que chaque pas compte.

Agence du Don en Nature (ADN) *un choix engagé pour la dignité des femmes*

Depuis plus de trois ans, le Groupe Chantelle affirme son soutien aux plus précaires à travers son partenariat avec l'Agence du Don en Nature (ADN). Plus qu'une simple distribution de produits, il s'agit d'une décision délibérée de notre groupe : soustraire une partie de nos collections de la commercialisation pour les mettre au service de l'utilité sociale.

En offrant ces articles neufs, nous faisons le choix de transformer la qualité de nos produits en un levier d'estime de soi pour celles qui en sont privées. ADN, grâce à son expertise en distribution de produits de première nécessité, garantit que ce choix de conviction se traduit par un impact concret et immédiat sur le terrain.

ACTIVITÉ ET IMPACT 2025

En 2025, notre engagement s'est intensifié avec une volonté de continuité et de proximité :

— **don volontaire** : 3 500 articles neufs ont été spécifiquement alloués à l'association cette année. Ce don vient renforcer les stocks déjà mis à disposition les années précédentes.

— **articles redistribués** : l'agilité du réseau de l'ADN a permis de distribuer 5 600 articles sur l'ensemble de l'exercice.

— **réseau solidaire** : Ce soutien a bénéficié à 50 associations partenaires d'ADN, incluant des épiceries sociales et solidaires, des centres d'hébergement, des foyers de l'enfance et des centres d'accueil de jour.

UN RAYONNEMENT SUR 26 DÉPARTEMENTS

Notre action se déploie là où les besoins sont les plus criants. Le partenariat couvre désormais 26 départements, avec une mobilisation particulièrement forte dans trois régions clés :

- le Nord
- la région Rhône-Alpes
- l'Île-de-France

« Pour le Groupe Chantelle, donner ces articles neufs n'est pas une réponse à une contrainte, mais un acte de solidarité choisi. C'est mettre notre excellence produit au service de la lutte contre l'exclusion textile. »

Lutte Contre la Précarité Menstruelle *un engagement durable*

Fidèle à sa mission de soutenir les femmes dans toutes les étapes de leur vie, le Groupe Chantelle a intensifié en 2025 son partenariat historique avec l'association Règles Élémentaires, première organisation française de lutte contre la précarité menstruelle.

En France, où près de 4 millions de personnes sont touchées par ce fléau, le manque d'accès à des protections périodiques impacte gravement la santé, la dignité et l'insertion sociale des femmes. Pour répondre à cette injustice invisible, notre collaboration s'est structurée autour de deux axes majeurs cette année :

DON MASSIF DE PRODUITS

En 2025, nous avons fait don de près de 10 000 culottes menstruelles à l'association. Ce soutien matériel crucial permet de pérenniser l'accès à des protections saines et durables pour les bénéficiaires. Sur les quatre dernières années, l'ensemble de nos dons a permis d'accompagner 3 811 femmes vers l'autonomie menstruelle.

MOBILISATION SOLIDAIRE DE NOS COLLABORATEURS

Du 7 octobre au 7 novembre 2025, une collecte interne de protections périodiques a été organisée au sein de notre siège social à Cachan, de notre usine d'Épernay et de nos entrepôts logistiques en Picardie. Les produits collectés par nos équipes ont été redistribués localement à l'Épicerie solidaire et sociale de Villejuif, qui témoigne de l'impact direct de cette action : « Nous souhaitons adresser nos plus sincères remerciements pour la mobilisation des équipes de Chantelle. Grâce à votre engagement, nous avons pu distribuer gracieusement ces protections à nos bénéficiaires. Elles étaient ravies de pouvoir profiter de cette opportunité lors de leur passage en caisse. »

Chaque don de serviettes, tampons ou culottes menstruelles constitue une victoire concrète pour lever le tabou des règles et garantir que l'accès aux protections ne soit plus un frein au quotidien.

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, pour la partie sociale, des activités commerciales à l'étranger qui représentent environ 18,5% des effectifs. Les activités commerciales en France qui représentent environ 52,1% 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, 3828 personnes au 31 décembre 2025.

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 2025. 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 ».

« **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 18,5% des effectifs du groupe ne font pas l'objet du reporting.

« **Périmètre Groupe** » pour les périmètres France et Périmètre Etranger, représentant avec les règles explicitées précédemment environ 81,5% de l'effectif du Groupe Chantelle.

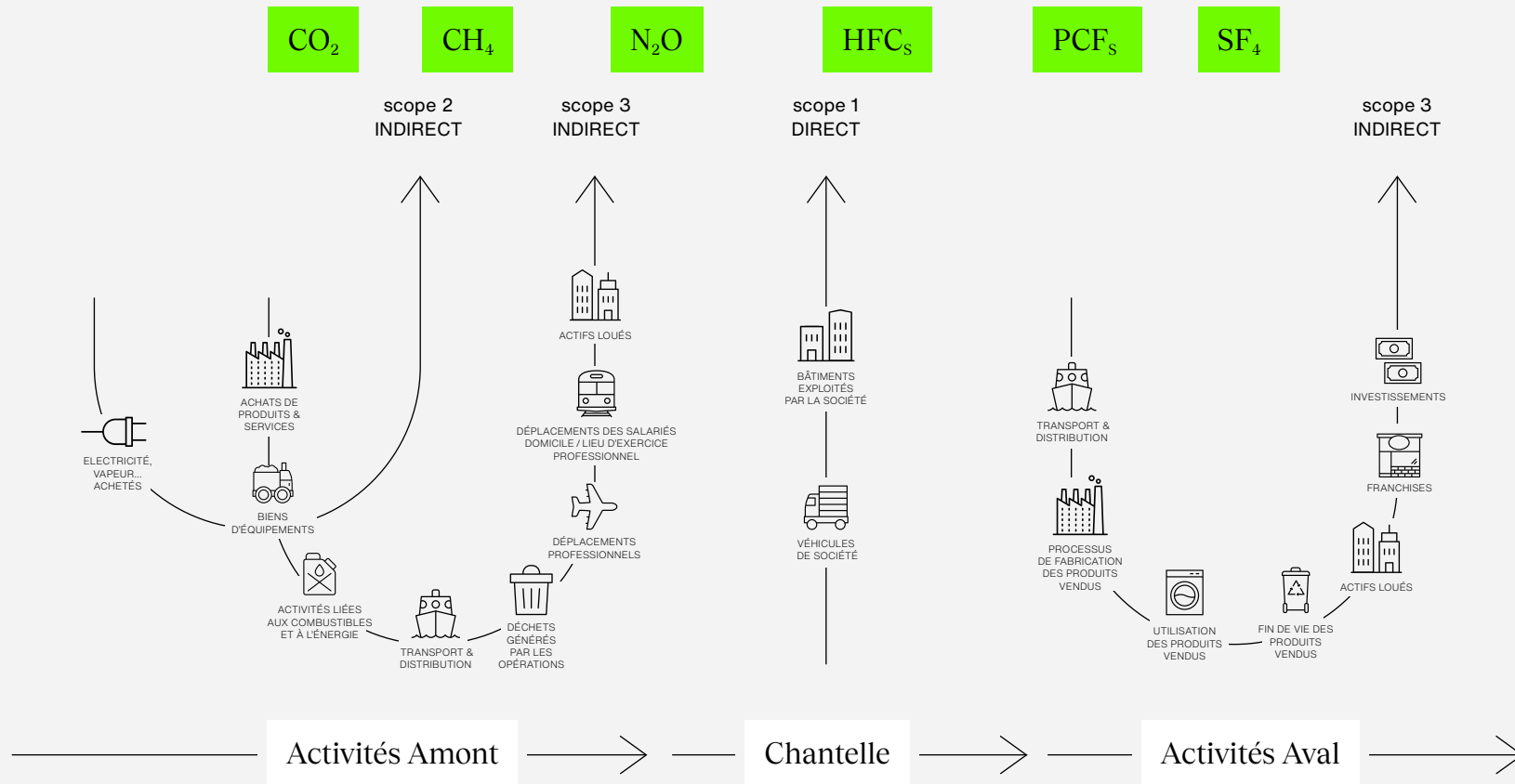
« **Cachan** » pour le siège social des sociétés figurant dans le Périmètre France qui regroupe notamment les activités de création, développement et sièges administratifs situés à Cachan (France) en proche banlieue parisienne (94).

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 ».

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. Takadoum Lot N°26 RABAT	Maroc	99,9	Industrielle
SIGMA Lingerie Co, LTD	Samutsakhon, 74130 Thailand	Thaïlande	49	Industrielle

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

Ressources



Ressource
Eau



Appauvrissement
Minerais



Appauvrissement
Énergies Non
Renouvelables

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

CRITÈRES D'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

	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