

# RAPPORT DE MISSION

2023

JULES



# PREFACE – Jules et ses ambitions en tant que leader du prêt-à-porter en France



Jules a vécu une année 2023 très riche, de l'obtention du statut d'entreprise à mission au lancement du redressement de la performance économique et commerciale.

Dans une industrie chahutée et malmenée, Jules a entrepris une évolution en profondeur de son modèle pour retrouver son attractivité produit, sa compétitivité commerciale et la redynamisation de la marque. Dans ce contexte, nos engagements RSE, le statut d'entreprise à mission sont de véritables atouts sur lesquels nous nous appuyons pour (re)créer la désirabilité de notre proposition de valeur.

Notre ambition de (re)devenir la marque de référence du marché masculin passe par l'enrichissement de notre offre, sur des segments attendus par nos clients (notamment pour adresser toutes les morphologies), pour nous rendre encore plus légitime en tant que destination préférée des hommes. Nous voulons faire de Jules un acteur à impact, pour nos clients, pour nos équipes et pour la planète. Cette ambition passe par une meilleure maîtrise des volumes mis en marché, par un effort accru sur la traçabilité de nos approvisionnements, et par l'utilisation de matières à moindre impact.

La diminution de notre empreinte carbone est l'objectif majeur de nos équipes chez Jules.

Concrètement, à partir de 2024, nous rapprocherons les lieux de production des matières des unités de confection, nous réduirons les volumes mis en marché via de meilleures prévisions, grâce à nos investissements sur la Data, et la concentration de nos points de vente. Nous prendrons de nouvelles initiatives pour être circulaire, via le lancement de notre plateforme de seconde main, et de notre service de réparation. Nous ferons également évoluer nos organisations, notamment achat, via la création d'une équipe dont l'objectif moyen terme sera la diminution du recours aux matières vierges, ou la promotion de matière recyclée ou biodégradables.

Notre proposition de valeur sera donc renforcée par l'ensemble de ces actions. Au-delà des performances économiques et commerciales, prérequis de notre pérennité, nous nous engageons donc avec détermination sur le chemin de la performance durable.

Joannes Soënen  
Directeur Général de Jules



*“Nous avons la fibre de l'Homme.  
Retisser le lien entre l'homme et son  
environnement est notre seconde  
nature.”*



# SOMMAIRE

## I. JEM : JULES ENTREPRISE A MISSION, UN ENGAGEMENT AFFIRME

JEM   Notre mission	<b>P.6</b>
JEM   Notre démarche	<b>P.7</b>
Devenir une entreprise à mission : les étapes	<b>P.8</b>

## II. UN COMITE DE MISSION ACTIF ET ENGAGE

Notre comité de mission	<b>P.9</b>
Les mots du comité	<b>P.10</b>
Les actions du comité de mission depuis la création de JEM	<b>P.11</b>

## III. NOTRE ENGAGEMENT EN 6 OBJECTIFS

Objectif 1 : Eco-concevoir pour accroître la durabilité de nos produits	<b>P.16</b>
Objectif 2 : Augmenter la traçabilité de la chaîne de valeur responsable	<b>P.18</b>
Objectif 3 : Favoriser l'engagement responsable des clients	<b>P.21</b>
Objectif 4 : Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne	<b>P.24</b>
Objectif 5 : Améliorer l'empreinte environnementale de la chaîne de valeur	<b>P.27</b>
Objectif 6 : Devenir une entreprise apprenante	<b>P.30</b>

## IV. CONCLUSION ET PERSPECTIVES

Synthèses des évolutions de JEM sur l'année 2023	<b>P.33</b>
Les perspectives d'évolution de JEM	<b>P.34</b>
Le mot de la fin	<b>P.35</b>

**ANNEXES** **P.36**



amour de mer

# 01 JEM : JULES ENTREPRISE À MISSION UN ENGAGEMENT AFFIRMÉ

# JEM | Notre mission

*Avec JEM, nous avons pour ambition d'être connus et reconnus pour notre utilité réelle sur le marché du textile homme. Nous souhaitons **accroître la fierté de nos employés, tout en attirant des candidats et partenaires engagés**. En positionnant JEM au centre de notre stratégie RSE, nous favorisons le développement d'un modèle d'affaire durable alliant impact social, environnemental et économique positif.*



## NOTRE RAISON D'ETRE

***Nous avons la fibre de l'Homme.  
Retisser le lien entre l'homme et son environnement est notre  
seconde nature.***



## TRUST : NOS OBJECTIFS STATUTAIRES

T	R	U	S	T
Transformer l'industrie de la mode à notre échelle	Réconcilier les hommes aux vêtements	S'unir avec les acteurs locaux	Sauvegarder les ressources	Transmettre les savoirs et le savoir-faire

# JEM | Notre démarche

Objectifs statutaires	Objectifs opérationnels	Indicateurs
<p><b>T</b></p> <p>Pour <u>Transformer</u> l'industrie de la mode, à notre échelle</p>	<p>1. Eco-concevoir pour accroître la durabilité de nos produits</p> <p>2. Augmenter la traçabilité de la chaîne de valeur responsable</p>	<p>1. Taux de produits avec garantie longévité</p> <p>2. Taux de matières à moindre impact utilisées dans l'ensemble des références (en tonnage dans la collection)</p> <p>3. Taux d'usines de rang 1 et 2 auditées et répondant à nos exigences RSE</p>
<p><b>R</b></p> <p>Pour <u>Réconcilier</u> tous les hommes aux vêtements</p>	<p>3. Favoriser l'engagement responsable des clients</p>	<p>4. Taux d'achats vertueux moyen (produits « In Progress, seconde main, services de réparation, et pré-commandes)</p>
<p><b>U</b></p> <p>Pour <u>s'Unir</u> avec les acteurs locaux</p>	<p>4. Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne</p>	<p>5. Taux de volumes dont la confection est faite en Paneuromed (rang 1)</p>
<p><b>S</b></p> <p>Pour <u>Sauvegarder</u> nos ressources</p>	<p>5. Améliorer l'empreinte environnementale de la chaîne de valeur</p>	<p>6. Intensité carbone Scope 1, 2 et 3 (kg de CO2 émises par pièce vendue)</p> <p>7. Taux de fournisseurs conformes au cahier des charges ZDHC MRSL*</p>
<p><b>T</b></p> <p>Pour <u>Transmettre</u> les savoirs et le savoir-faire</p>	<p>6. Devenir une entreprise apprenante</p>	<p>8. Taux de collaborateurs formés</p>

\*ZDHC MRSL (Zero Discharge of Hazardous Chemicals, Manufacturing Restricted Substances List) correspond à une liste de substances chimiques interdites d'utilisation intentionnelle dans le traitement des matériaux utilisés dans l'industrie textile, de l'habillement et de la chaussure.

# Devenir une entreprise à mission | Les étapes

## QU'EST-CE QU'UNE ENTREPRISE A MISSION ?

Adoptée en 2019, la loi Pacte (Plan d'action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises) permet aux entreprises de repenser leur place en société en inscrivant dans leurs statuts des ambitions sociales et environnementales.

Pour devenir entreprise à mission, il faut :

- Se doter d'une **raison d'être** et l'inscrire dans ses statuts ;
- Définir précisément des **objectifs sociaux et environnementaux** en accord avec sa raison d'être ;
- Former un **comité de mission** capable de suivre et de évaluer la réalisation des objectifs fixés ;
- Désigner un **organisme tiers indépendant** chargé de vérifier la bonne exécution de la mission.

1507

sociétés à mission  
référéncées à ce jour\*

37

sociétés à mission dans  
le secteur du textile\*

### STRUCTURE DE L'ENTREPRISE A MISSION



#### Le Comité de Mission

Organe de gouvernance de l'entreprise à mission

Le rôle du Comité de Mission est de valider et de challenger le modèle de la mission en apportant un regard critique sur la cohérence entre la raison d'être, les objectifs statutaires et l'activité de l'entreprise.



#### 1. La Raison d'être

Enracinée dans l'entreprise, elle définit la mission et les objectifs sociaux et/ou environnementaux qui sont matériels pour son activité.



#### 2. Les Objectifs Statutaires

Constituent les leviers pour accomplir la raison d'être. Ils sont inscrits dans les statuts de l'entreprise.



#### 3. Les Objectifs Opérationnels

Associés à chaque objectif statutaire, ils sont quantitatifs / qualitatifs et associés à des indicateurs clés de suivi des performances.



#### 4. Les Indicateurs de Performance

Mesurent l'évolution des objectifs et les résultats atteints.



#### 4. Les Moyens mis en place

Il s'agit des moyens financiers et non-financiers mis en œuvre pour atteindre les objectifs fixés.



#### 5. Le Rapport de Mission

Communique sur le travail effectué par le comité de mission sur l'année écoulé. Il est revu par l'organisme tiers indépendant.





# 02 Un comité de mission actif et engagé

# Notre comité de mission

Le comité de mission de JEM est composé de 5 membres externes à JULES et 3 membres internes ayant des profils variés, incarnant les différentes parties prenantes de Jules. Leur regard critique et leurs expériences sont un véritable atout pour mener à bien les ambitions de JEM. Erika Joffrin Cadix, Leader RSE chez Jules, préside ce comité de mission.



“ *Passionnée par la mode et experte du secteur textile, outre créer des collections les plus dési-durables, j'affectionne particulièrement les challenges liés à ce secteur en pleine mutation. J'aspire à apporter ma "pierre" à la transformation de l'industrie de la mode qui se doit d'être plus responsable, plus circulaire, plus en adéquation avec le monde d'aujourd'hui et ses responsabilités sociales et sociétales.*

**Erika Joffrin-Cadix**  
Directrice RSE et Offre – JULES



“ *Un Réseau de 430 magasins et plus de 2300 collaborateurs qu'il faut embarquer dans le projet JEM. C'est un enjeu pour la transformation de Jules de donner le sens aux équipes pour atteindre nos objectifs et séduire nos clients dans cette démarche responsable*

**Isabelle Ingelaere**  
Directrice réseau - JULES



“ *JEM est une différenciation et un engagement marquant sur le marché du retail. On dit ce qu'on fait et on fait ce qu'on dit. Jules propose des indicateurs clairs et impactants pour ses collaborateurs et pour ses clients.*

**Marie Weexsteen**  
Responsable approvisionnement magasin - JULES



“ *Il est important d'encourager toutes les initiatives visant à renforcer une démarche de relocalisation, de diminution de l'impact carbone tant décriée dans ce secteur et souvent à tort.*

**Olivier Ducatillon**  
Président de l'Union des Industries Textiles  
et DG de Lemaitre-Demeestere 1835



“ *Le secteur du textile fait face depuis longtemps à des enjeux sociaux et environnementaux critiques. Jules fait le choix de relever ce défi immense avec ambition et enthousiasme. Les accompagner dans cette démarche est très enrichissant et passionnant.*

**Marine Jacquier**  
Directrice Développement Durable de Voltalia



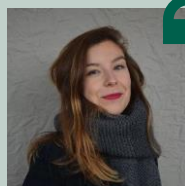
“ *Economos, c'est littéralement « l'administration de la maison ». Notre maison commune, la terre a besoin aujourd'hui de soin car notre qualité de vie dépend de son état. Que les entreprises s'engagent pour prendre des responsabilités dans ce challenge est une nécessité. Jules peut montrer l'exemple dans cette voie avec de meilleures matières premières et relations avec ses clients et partenaires.*

**Majdouline Sbai**  
Sociologue de l'environnement et Présidente Fashion Green Hub



“ *Notre mission est d'accompagner la transformation des enseignes vers une mode plus durable et un commerce innovant.*

**Yohann Petiot**  
Directeur Général - Alliance du Commerce



“ *Notre mission est de challenger et conforter l'entreprise dans ses directions prises au regard d'une éco-conception de ses produits. Le tout, au service du vivre-mieux pour ses clients et collaborateurs !*

**Marie Cayuela**  
Designer produit industriel chez Decathlon  
et Membre de l'AFM

# Lettre d'introduction du comité de mission

*Dans un contexte de secteur particulièrement instable, la force de Jules est d'entreprendre une démarche à la fois d'introspection et de projection. L'entreprise a pris pleinement conscience de son impact social et environnemental et des efforts à déployer pour le réduire, tout en se projetant vers l'avenir pour s'aligner avec sa mission et sa raison d'être : Jules, Entreprise à Mission (JEM).*

*La force de la démarche de Jules est de passer avec pragmatisme et humilité d'une ambition forte à l'action concrète. Elle se décline pour cela en une feuille de route opérationnelle précise qui embarque et engage l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise, de ses collaborateurs à ses fournisseurs partenaires, en passant par ses clients, sur toute la chaîne de valeur.*

*Chaque plan d'actions, projet et indicateur est piloté avec transparence et cohérence, à chaque étape de la vie du produit : de la création, à la conception, à la communication en magasin et en ligne.*

*Dans cette démarche, le rôle du comité de mission est de challenger les décisions prises dans le cadre de JEM en questionnant, conseillant et aidant à prioriser les actions. Le comité de mission constitué par Jules réunit une grande diversité de profils, enrichis par la présence d'invités à chaque comité de mission, qui ont rendu les échanges collectifs à la fois riches, agréables et constructifs.*

*Le comité apprécie l'implication demandée par Jules, qui va au-delà de la consultation et sollicite le comité dans les décisions qui structurent la mission de JEM. Le dialogue établi entre Jules et le comité de mission est constructif, basé sur la confiance et la transparence. Cela permet de partager une vision « rêvée » et de la transformer en actions concrètes, pertinentes et ancrées dans la réalité de l'entreprise.*

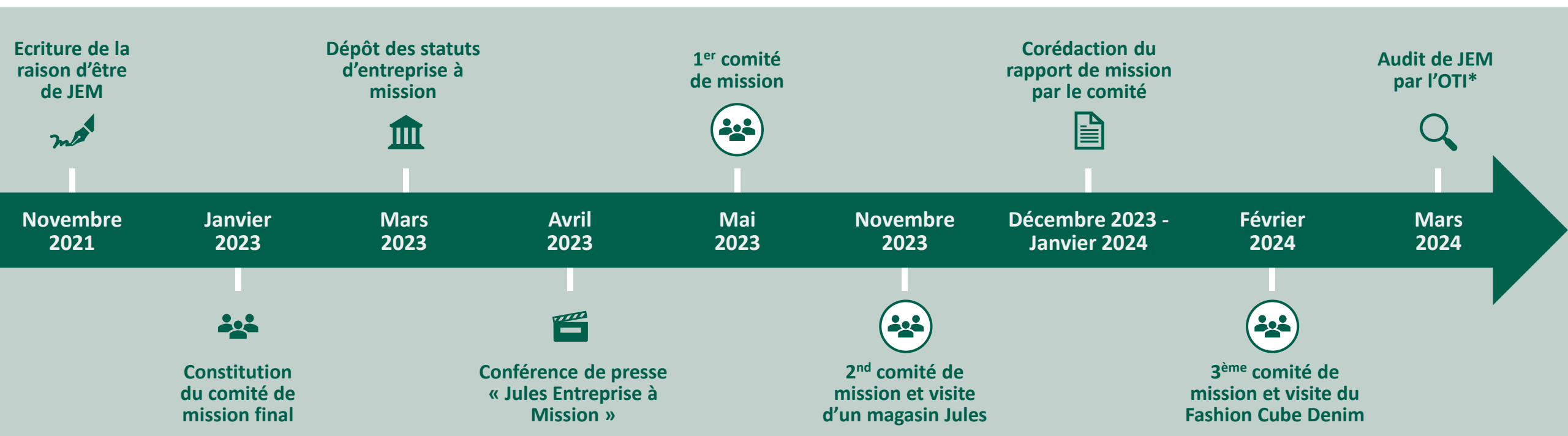
*Nous sommes fiers des travaux déjà menés ensemble. Soulignons les 2 résultats les plus concrets pour le comité de mission : l'atteinte des 47% de tonnage de fibres à moindre impact en 2023 et le renforcement de la politique d'audits environnementaux dans les usines de teinture et d'impression.*

*D'ici 2030, un chemin ambitieux est tracé. D'abord avec l'accompagnement des clients vers de nouveaux modes de consommations alternatifs plus vertueux. Mais également avec le travail de consolidation du parc de fournisseurs de Jules en Paneuromed pour se donner les moyens d'un objectif ambitieux de relocalisation d'une partie de la production en 2030. Relocalisation nécessaire pour réduire l'impact environnemental de la production ainsi que le temps de fabrication des produits Jules.*

*Au terme de cette 1ère année, le comité salue la réalisation des actions entreprises, avec des premiers résultats concrets, et soutient la trajectoire prise à l'horizon 2030 et qui mobilise l'ensemble de l'entreprise et de ses collaborateurs.*



# Les actions du comité de mission depuis la création de JEM



## Jules adopte le statut d'entreprise à mission

L'enseigne de mode masculine, qui relocalise sa production et lance des produits garantis quatre ans, devient société à mission, pour inscrire ses ambitions durables et sociétales dans l'ossature de l'entreprise.



A photograph of a clothing store display. Several jackets are hanging on dark wooden hangers from a metal rack. The jackets are in various colors: a dark navy blue jacket at the top, a tan jacket in the middle, and a dark purple jacket at the bottom. The background shows wooden shelves and a bright window. A semi-transparent green banner is overlaid across the middle of the image, containing the text '03 NOTRE ENGAGEMENT EN 6 OBJECTIFS' in white.

# 03 NOTRE ENGAGEMENT EN 6 OBJECTIFS

# Transformer l'industrie de la mode à notre échelle

## **Nous habillons l'homme sans abîmer le monde**

Permettre au plus grand nombre d'hommes de prendre du plaisir à s'habiller, sans culpabiliser, de façon responsable et durable.



# OBJECTIF #1 – Eco-concevoir pour accroître la durabilité de nos produits

## Ambition, objectif et indicateurs

Nous nous engageons à "habiller l'homme sans abîmer le monde," en permettant à tous les hommes de s'habiller de façon responsable et durable, sans sacrifice ni culpabilité.

Notre objectif est d'augmenter la durabilité de nos produits en s'appuyant sur l'éco-conception. En alliant esthétique, qualité et durabilité, nous offrons la meilleure expérience à nos clients tout en minimisant notre empreinte environnementale.

Nous mesurons notre réussite à travers 2 indicateurs témoins de la longévité de nos produits et des matières à moindre impact avec lesquelles ils sont conçus. La collection « In Progress » et la gamme des « Parfaits » permettent à nos clients de s'habiller plus durablement.

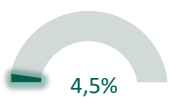
## Mesurer les résultats

### Indicateur 1

% de produits avec garantie longévité

**Définition** : Ratio annuel du nombre moyen de références coloris\* couvertes par une garantie longévité, par rapport au total moyen de références coloris commercialisées.

Résultat 2023



Objectif 2030

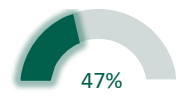


### Indicateur 2

% de matières à moindre impact utilisées dans l'ensemble des références (en poids)

**Définition** : Mesure du pourcentage en poids de matières à moindre impact (recyclées, issues de l'agriculture biologique ou régénérative) utilisées par Jules dans les produits des gammes « In Progress » et « Parfaits By Jules ».

Résultat 2023



Objectif 2030



### Collection In Progress

Vêtements fabriqués à partir de matières à moindre impact (coton issu de l'agriculture biologique, coton recyclé, polyester recyclé, fibre de lin, etc.).

### Le Parfait by JULES

Gamme de vêtements éco-conçus et coconçus avec nos clients, avec une garantie longévité étendue à 4 ans.



## Agir pour atteindre nos objectifs



Définir et garantir la longévité des produits Jules grâce à un processus qualité strict et un cahier des charges exigeant.



Gérer les non-conformités grâce à un cadre clair de retours et lancer de nouveaux produits durables chaque saison.



Évaluer la performance des produits avec garantie longévité et améliorer constamment leur impact environnemental.



Utiliser des matières à moindre impact, informer nos équipes et nos clients sur leur importance dans la baisse de notre impact environnemental, et effectuer une veille constante sur les matériaux à moindre impact.



## Zoom sur l'action : Définir et garantir la longévité des produits Jules grâce à un processus qualité strict et un cahier des charges exigeant

OBJECTIF #1 – Eco-concevoir pour accroître la durabilité de nos produits

### Ce qui a été fait en 2023

Jules propose depuis septembre 2023 une gamme de produit "Les Parfaits by Jules" garantis 4 ans, soit 2 ans de plus que la garantie légale de conformité qui s'applique à tous les produits de consommation.



Le début de la saison hiver 2023 a vu l'aboutissement d'un long travail sur l'année 2023 : la sortie de nos produits « **Parfaits by Jules** ». Nous avons poussé les tests qualité de ces produits encore plus loin en se faisant accompagner d'un laboratoire externe. Un t-shirt, une chemise, un pantalon et un pull : ces 4 produits ont été co-conçus **avec nos clients**, en les questionnant sur leurs irritants\* pour chacun de ces produits. Ces « **Parfaits By Jules** » ont été développés pour répondre à ces attentes, et avec des matières à moindres impact.

### Les prochaines étapes pour 2024

Analyser les performances des "Parfaits by Jules" et rechallengez ces produits si nécessaire en fonction des retours (clients, magasins)

Nous sommes fiers et confiants dans ces produits, cependant nous n'oublions pas que le but est qu'ils répondent aux attentes et aux besoins de nos clients. Comme pour le reste de nos collections, nous allons suivre de près leurs résultats de vente, et d'encore plus près les potentiels retours de la part de nos clients. Cela nous permettra d'identifier s'il reste des irritants sur ces produits et de les corriger, dans une logique d'amélioration continue.



Jules affirme son ambition à développer l'écoconception de ses produits afin de diminuer leur impact environnemental et d'allonger leur durée de vie. Avec 47% de matières durables utilisées dans l'ensemble de ses références, la marque a dépassé ses engagements et se donne les moyens d'atteindre son objectif de 100% de matières durables en 2030.

**Yohann Petiot**

Directeur Général - Alliance du Commerce





# OBJECTIF #2 – Augmenter la traçabilité de la chaîne de valeur responsable

## Ambition, objectif et indicateurs

Nous nous engageons à "habiller l'homme sans abîmer le monde," en permettant à tous de s'habiller de façon responsable et durable, sans sacrifice ni culpabilité.

Notre objectif est d'augmenter la traçabilité de notre chaîne de valeur. Pour cela, nous travaillons sur l'amélioration du suivi et de la documentation des étapes de production de chacun de nos produits. De la production des matières premières à la distribution, nous souhaitons assurer une production éthique et durable.

Nous mesurons notre réussite à travers le nombre d'usines de rangs 1 et 2 auditées et répondant à nos exigences, c'est-à-dire dont les pratiques sont vérifiées par un organisme tier au travers d'audits sociaux (pour le rang 1 – les usines de confection) et environnementaux (pour le rang 2 – les usines de teintures et d'impression), afin d'évaluer leur respect des normes et réglementations relatives aux conditions de travail, à la santé et à la sécurité, à la protection de l'environnement et aux pratiques commerciales éthiques.

## Mesurer les résultats

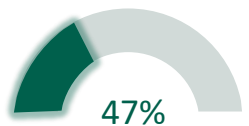
### Indicateur

Taux d'usines de rang 1 et 2 auditées et répondant à nos exigences RSE

**Définition** : Ratio du nombre d'usines avec un audit valide par rapport au nombre total d'usines actives.

- Usine ayant un audit social valide : résultat d'audit = note A, B ou C selon le référentiel ICS\*.
- Usine ayant un audit environnemental valide : audit Higg FEM\*\* vérifié ou audit ICS\* environnemental.
- Usine active : qui ont eu au moins une commande sur l'année N.

Résultat 2023



Objectif 2030



Le défi pour Jules est d'aller plus loin que la définition de mesures dites de « conformité » à la réglementation sur le Devoir de Vigilance pour engager concrètement ses fournisseurs dans une démarche de transparence et de respect d'exigences RSE claires, à travers notamment des audits sur site, et ainsi atténuer réellement les risques opérationnels et réputationnels associés.

**Marine Jacquier**

Leader RSE de Volitalia et membre du comité



## Agir pour atteindre nos objectifs



Définir une stratégie de traçabilité et établir des règles pour nos partenaires, tout en assurant la conformité RSE de nos fournisseurs.



Elaborer un plan de communication et développer une stratégie marketing ciblée.



Former les équipes JULES aux standards et labels RSE pour renforcer notre responsabilité sociale.



# Zoom sur l'action : Définir une stratégie de traçabilité et établir des règles pour nos partenaires, tout en assurant la conformité RSE de nos fournisseurs

OBJECTIF #2 – Augmenter la traçabilité de la chaîne de valeur responsable

## Ce qui a été fait en 2023

Identifier et caractériser nos partenaires de rang 2

L'année 2023 nous a permis d'avancer sur la traçabilité de notre chaîne de valeur. Nous avons **concentré nos efforts sur les usines de rang 2 pratiquant teintures et impression** et dans lesquelles **80% de nos quantités sont produites**. La collecte d'informations, issue d'audits et de certifications de ces usines, nous a permis d'identifier les standards les plus représentés dont **ICS environnemental\*** et le **Higg FEM\***, standards d'audits environnementaux. L'étude et la comparaison de ces standards nous ont confortées dans leur robustesse puisqu'ils couvrent et évaluent le niveau de performance environnementale d'une usine sur 7 grandes thématiques :



SME\*\*



Energie



Eau et Eaux usées



Déchets



Emissions dans l'air



Produits chimiques

## Les prochaines étapes pour 2024

- Intégrer le standard Higg FEM à nos outils d'audit pour assurer une visibilité plus fiable des performances environnementales de nos fournisseurs de rang 2 – teinture et impression ;
- Instaurer des seuils de performance minimums en-dessous desquels nous ne pourrons plus travailler avec une usine ;
- Mettre en place un outil de fiabilisation de la traçabilité, basé dans un premier temps sur les certificats que nous obtenons sur nos produits contenant des matières à moindre impact, et qui permettent d'identifier la région d'origine de la matière première (et donc le rang 4).

## Représentation de la chaîne de valeur



# Réconcilier tous les hommes aux vêtements

**Le vêtement est source de bien-être, objet de plaisir, est support de diversité**

Éminemment accessibles, nos vêtements permettent à tous les hommes de se vêtir dignement, au-delà des contraintes de moyens et devenir des consomm-acteurs.



# OBJECTIF #3 - Favoriser l'engagement responsable des clients

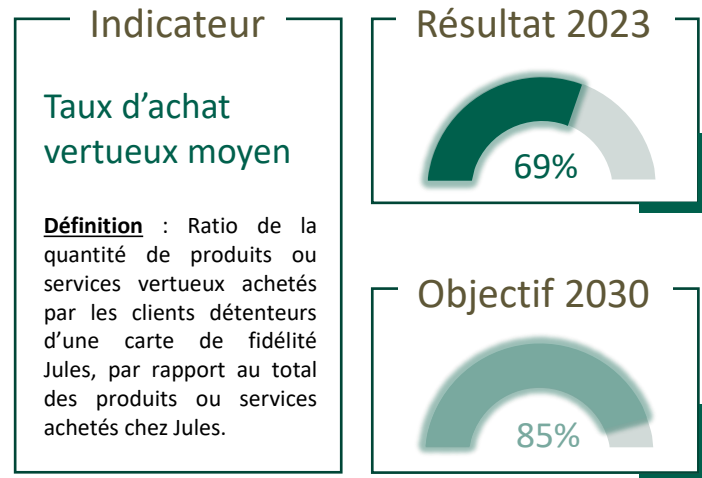
## Ambition, objectif et indicateurs

Nous souhaitons que chaque homme, indépendamment de ses moyens, puisse s'habiller dignement grâce à notre offre. En transformant la façon dont les hommes consomment la mode, nous changeons la donne et nous les aidons à se convertir en **consomm-acteurs**.

Notre objectif est de favoriser l'engagement responsable de nos clients en renforçant leur prise de conscience autour de leur mode de consommation. Chaque achat effectué chez nous n'est pas simplement une transaction, mais une contribution à un mouvement plus large de consommation plus consciente et plus responsable.

Nous mesurons notre réussite à travers le taux d'achats vertueux moyen parmi nos clients. Les achats vertueux incluent les produits « In Progress » et de seconde main, les services de réparation et demain tous les nouveaux services ou produits plus vertueux qui viendront enrichir notre offre.

## Mesurer les résultats



*JULES a pour cœur le bien-être de ses clients et entretient durablement un lien avec eux tout en les rendant acteurs. La collection 'In Progress' en est l'exemple qui apporte justesse dans la transmission de son savoir-faire produits. 'In Progress' responsabilise le client, et donc le collaborateur, dans sa manière de consommer. De l'animation de sa communauté, en passant par "In Progress", Jules fait preuve de transparence et de pédagogie afin d'intégrer pleinement le client dans son process.*

**Marie Cayuela**

*Designer produit industriel chez Decathlon  
et Membre de l'AFM*



## Agir pour atteindre nos objectifs



Acculturer les équipes magasins et les consommateurs aux achats plus vertueux



Inciter à une meilleure consommation en faisant évoluer le programme de fidélité



Démultiplier des options de consommation responsable en développant les offres de seconde main et réparation





## Zoom sur l'action : Démultiplier des options de consommation responsable en développant les offres de seconde main et réparation

OBJECTIF #3 - Favoriser l'engagement responsable des clients

### Ce qui a été fait en 2023

Lancement du chantier « Seconde vie »

Les chantiers de la **seconde main** et de la **réparation** sont des sujets qui nous tiennent à cœur et qui font l'objet d'études et d'analyses depuis plusieurs années. Bien que nos premières initiatives, menées dans les années précédentes, se soient avérées peu concluantes, notre rôle en tant **qu'acteur de la mode**, est de **mettre en valeur ces solutions de « nouvelle vie »** qui permettent d'allonger la durée d'utilisation d'un vêtement.

C'est pour ces raisons qu'en 2023 nous avons lancé des études approfondies sur ces deux thématiques sous des prismes différents, et avons envisagé d'autres solutions pour les mettre en place en 2024.



### Les prochaines étapes pour 2024

- Proposer un service de réparation dans une dizaine de magasins en grâce à nos propres retoucheurs. Ces derniers seront également en charge des réparations. Ces services de réparation proposés dans nos magasins vont permettre à nos clients de bénéficier du bonus réparation de [ReFashion](#) ;
- Continuer d'étudier d'autres scénarios de mise en place de la réparation, notamment via des prestataires externes ;
- Lancer notre offre de seconde main, que vous pourrez découvrir à partir d'avril 2024 !



*Promouvoir l'engagement responsable des clients, c'est cultiver un partenariat entre Jules et sa communauté de clients, une obsession collective où la réussite mutuelle est guidée par des valeurs responsables, engagées et partagées.*

**Isabelle Ingelaere**  
Directrice réseau - JULES

# S'Unir avec les acteurs locaux

## **Viser l'universel à partir du local**

Nous sommes attachés à notre terre de tradition de l'industrie textile: tout a commencé à Roubaix et tout recommence à Roubaix. Tout en veillant à tisser des partenariats locaux pour une entreprise actrice et immergée dans sa communauté partout où nous sommes implantés.



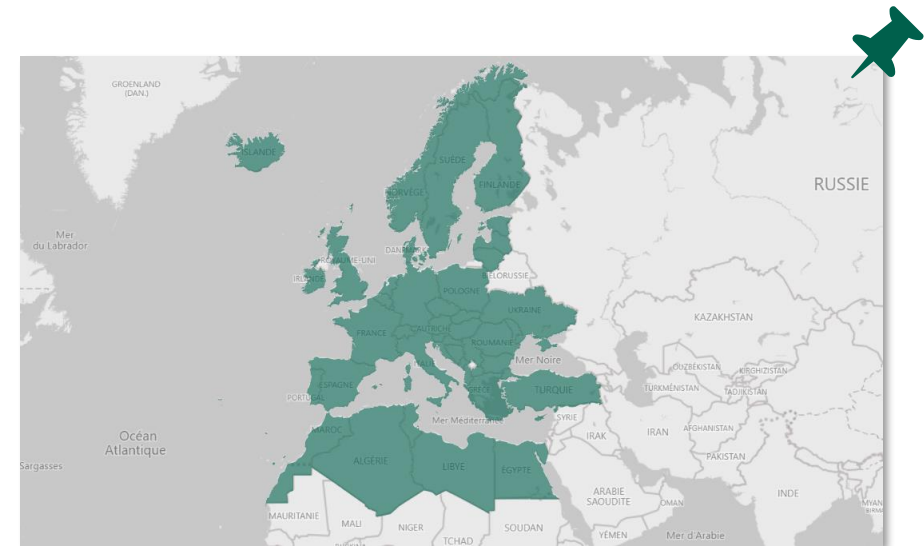
# OBJECTIF #4 – Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne

## Ambition, objectif et indicateurs

Notre ambition chez Jules est de renouer avec notre riche héritage textile à Roubaix, tout en engageant des partenariats locaux pour une intégration communautaire forte.

Nous visons à relocaliser notre production en zone pan-euro-méditerranéenne, un objectif qui résonne avec notre histoire et nos valeurs.

Pour suivre la progression de notre objectif, notre indicateur mesure le taux de produits dont la confection est faite en Europe, au Maghreb et en Turquie. Cette mesure nous permet de contribuer à la réduction de notre empreinte environnementale, à l'amélioration de la satisfaction client, à la diminution des risques liés à un approvisionnement excessif en grand import et à la réduction de nos engagements budgétaires.



La zone pan-euro-méditerranéenne

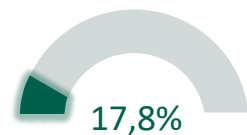
## Mesurer les résultats

### Indicateur

Taux de volumes dont la confection est faite en zone Paneuromed (rang 1)

**Définition** : Ratio de la quantité de produits commandés dans la zone Paneuromed (Europe, Maghreb et Turquie), par rapport au total des produits commandés sur l'année (saisons Été + Hiver).

### Résultat 2023



### Objectif 2030



## Agir pour atteindre nos objectifs



Amorcer la refonte de notre parc fournisseur en identifiant de nouveaux fournisseurs et en envisageant l'extension de notre zone d'approvisionnement



Accompagner nos fournisseurs actuels en leur communiquant nos exigences et notre culture d'entreprise



Effectuer un suivi régulier de l'indicateur pour évaluer la progression à l'échelle de Jules.



## Zoom sur l'action : Amorcer la refonte de notre parc fournisseur en identifiant de nouveaux fournisseurs et en envisageant l'extension de notre zone d'approvisionnement

OBJECTIF #4 - Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne

### Ce qui a été fait en 2023

*Amorcer la refonte de notre parc fournisseur en zone pan-euro-méditerranéenne*

Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne est un **enjeu environnemental et de réactivité**. Pour produire au plus juste des besoins de nos clients, la production plus proche est une des solutions principales. C'est pourquoi nous avons amorcé en 2023 la **refonte de notre parc fournisseur proche import** grâce à plusieurs actions clefs :

- Reprise en direct du management de notre bureau d'achats en Turquie permettant de réduire le temps d'approvisionnement de ce pays de 12% ;
- Nomination d'un chef de projet sourcing pour les autres zones d'approvisionnement en proche import ;
- Mise en place de la possibilité de mener des audits internes pour accélérer l'ouverture de nouveaux partenaires
- Revue de nos process de collections et d'achats pour améliorer notre réactivité.



### Les prochaines étapes pour 2024

- Ralentissement de notre roadmap de relocalisation le temps de fiabiliser et de consolider un parc de fournisseur réactif.
- Identifier nos fournisseurs actuels capables et volontaires pour mener avec nous ce travail de réduction du temps d'approvisionnement, et les accompagner dans la définition de leurs plans d'actions et objectifs.
- Continuer la recherche de nouveaux partenaires répondant à nos besoins en proche import, en se fixant des objectifs de temps d'approvisionnement cibles à ne pas dépasser.
- Evaluer l'efficacité des process de collections et d'achats revus en 2023 pour les adapter si besoins.



*Produire en France est un véritable défi ! Jules a décidé de le relever avec l'implantation du Denim Center dans le Nord. Plus de 30 000 jeans Made in France sont déjà sortis d'usine depuis son ouverture en 2022. L'entreprise contribue ainsi au développement de l'activité économique locale, à la création d'emplois et à la transmission des savoir-faire tout en diminuant l'impact carbone de ses produits.*

**Yohann Petiot**

*Directeur Général - Alliance du Commerce*



# Sauvegarder nos ressources

## **Nous cherchons tous les jours à inventer la mode de demain**

Nous créons les conditions nécessaires à une conception plus écoresponsable et circulaire du vêtement.

Cela suppose de savoir faire mieux avec moins pour offrir à nos clients uniquement ce dont ils ont besoin.



# OBJECTIF #5 – Améliorer l’empreinte environnementale de la chaîne de valeur

## Ambition, objectif et indicateurs

Guidés par l'ambition d'inventer une Mode moins impactantes pour l'environnement, nous travaillons chez Jules à créer une approche de la mode plus responsable et circulaire, visant à faire plus avec moins.

Pour réaliser cette ambition nous nous animons à améliorer l'empreinte environnementale de notre chaîne de valeur, en optimisant chaque étape de notre processus.

Nous mesurons nos résultats via 2 indicateurs. L'intensité carbone de nos activités sur les scopes 1, 2 et 3 nous permet de mettre en place des actions respectant notre trajectoire carbone, pour limiter à notre échelle la hausse des températures à 1,5°C. Notre 2<sup>ème</sup> indicateur reflète notre engagement à réduire la pollution de l'eau et des sols due aux produits chimiques utilisés dans notre chaîne de valeur.

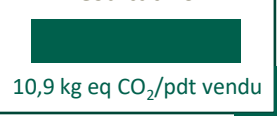
## Mesurer les résultats

### Indicateur 1

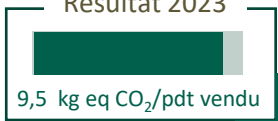
Intensité carbone Scope 1, 2 et 3 (kg CO<sub>2</sub>)

**Définition** : Ratio de la quantité de CO<sub>2</sub> émise par les activités Scope 1, 2 et 3 de JULES, par rapport au nombre de produits vendus sur l'année.

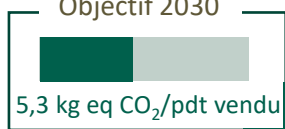
Résultat 2022



Résultat 2023



Objectif 2030

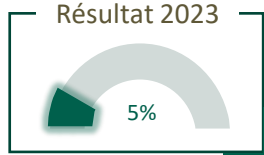


### Indicateur 2

Taux d'usines conformes au cahier des charges ZDHC

**Définition** : Ratio entre le nombre d'usines de rang 2 de conformes au cahier des charges ZDHC, par rapport au nombre total d'usines de teinture, impression et délavage.

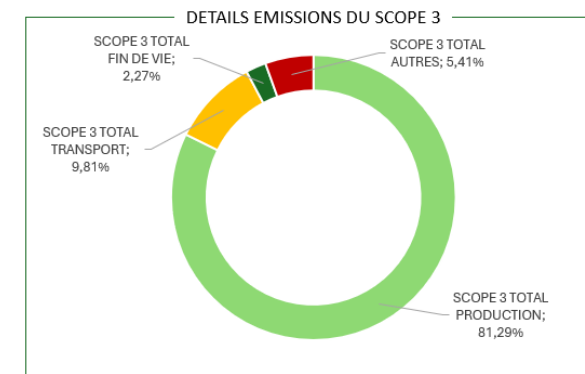
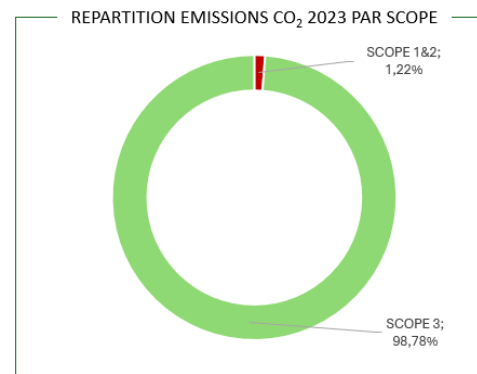
Résultat 2023



Objectif 2030



## La répartition de nos émissions de GES\* en 2023



\*GES: Gaz à effet de serre – Résultats hors émissions liées à l'entretien

## Agir pour atteindre nos objectifs



Définir notre année de référence et les objectifs de réduction d'émissions afin d'évaluer notre progression.



Déterminer nos attentes en matière de conformité ZDHC (Zero Discharge of Hazardous Chemicals) et établir une feuille de route afin de garantir une production plus sûre dans nos usines de teintures.



Promouvoir la circularité des vêtements (seconde vie) et de leurs emballages (polybags et cintres)



## Zoom sur le développement de l'outil trajectoire climat

OBJECTIF #5 – Améliorer l'empreinte environnementale de la chaîne de valeur

### Ce qui a été fait en 2023

*Réaliser notre bilan CO<sub>2</sub> tous les ans*

- **Réalisation de l'empreinte carbone** : En 2023, nous avons décidé de nous former en interne pour être autonome dans la réalisation de notre bilan carbone grâce à un accompagnement nous permettant de comprendre la méthodologie du GHG Protocol. Nous avons formé plusieurs profils : l'équipe RSE, mais également des personnes de la direction financière et du contrôle de gestion.
- **Création d'un outil de calcul de nos émissions de CO<sub>2</sub>** : Depuis fin 2023, nous sommes en mesure de calculer nos émissions CO<sub>2</sub> pour l'ensemble des scopes grâce à notre outil.
- **Identifier des leviers de décarbonation et trajectoire SBTi\*** : La réalisation de notre empreinte carbone 2022 nous a permis de confirmer les activités les plus émettrices de Jules et de commencer à identifier des leviers de réductions des émissions pour soumettre notre trajectoire de réduction d'émissions à SBTi en 2024.

### Les prochaines étapes pour 2024

- **Réaliser notre empreinte carbone 2023**, que nous pourrons comparer à notre empreinte carbone 2022 ;
- **Organiser un audit externe** de notre empreinte carbone afin d'avoir l'avis d'un tiers indépendant et de pouvoir communiquer en toute fiabilité et transparence ;
- **Valider notre trajectoire SBTi** : Savoir combien nous émettons est une première étape, l'objectif est de finir d'identifier les leviers à activer pour réduire ces émissions de CO<sub>2</sub>, et de faire valider notre trajectoire de réduction par SBTi.
- **Aller vers plus de circularité** : en travaillant sur le recyclage de nos polybags, cartons et cintre, ainsi que sur la revalorisation des vêtements collectés auprès de nos clients.



*La production est l'étape qui impacte le plus notre intensité carbone par produit vendu. Travailler sur les matières à moindre impact est donc une première étape clé mais il est également important de travailler sur notre traçabilité de notre parc fournisseurs. Les audits mis en place sur les rangs 1 et 2 devraient être une norme pour l'ensemble des entreprises. L'identification des rangs 3 et 4 est important pour aller plus loin dans cette démarche de traçabilité.*

**Marie Weexsteen**

*Responsable approvisionnement magasin JULES et membre du comité*

# Transformer les savoirs et le savoir-faire

## **Des savoirs et savoir-faire ouverts à l'autre**

Nous voulons participer au progrès individuel et collectif par la pédagogie, la diffusion des connaissances dans une industrie qui change et favoriser la formation de nouveaux talents aux savoir-faire de demain.



# OBJECTIF #6 – Devenir une entreprise apprenante

## Ambition, objectif et indicateurs

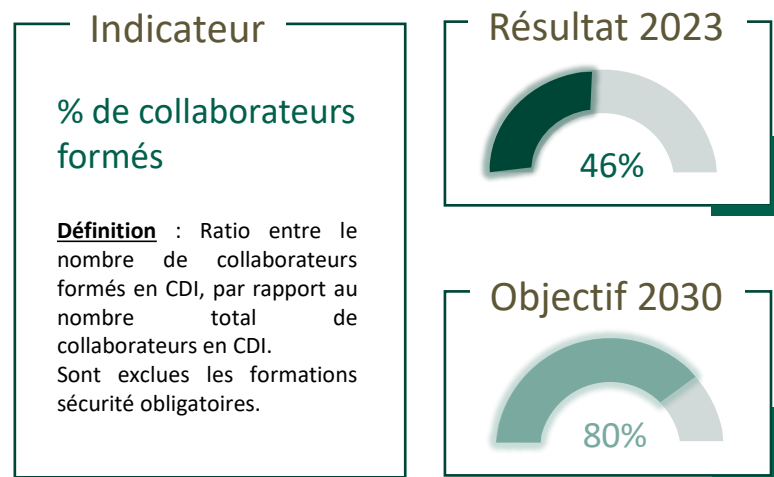
Une entreprise apprenante se caractérise par des modes de managements et des pratiques RH spécifiques, qui visent à soutenir une forte culture de l'apprentissage à travers 4 grands principes : favoriser le partage des connaissances, développer l'expérimentation et l'apprentissage au travail, capitaliser sur le retour d'expérience et le feedback et exploiter la formation professionnelle.

Nous voulons participer au progrès individuel et collectif par la pédagogie, la diffusion des connaissances dans une industrie qui change et favoriser la formation de nouveaux talents aux savoir-faire de demain.

Notre objectif est de constamment former nos collaborateurs pour favoriser une activité durable, équitable et porteuse de sens.

Nous mesurons notre réussite à travers le pourcentage de collaborateurs permanents (CDI) ayant bénéficiés d'une action de formation au cours de l'année étudiée. En parallèle nous nous challengeons pour former 100% de nos collaborateurs tous les 2 ans.

## Mesurer les résultats



*Jules affirme la volonté de faire grandir ses équipes durablement. Réelle entreprise apprenante, Jules a pour son ambition de faire monter en compétences ses collaborateurs et d'ainsi rendre chacun.e responsable de son parcours professionnel. Permettre à chacun.e d'augmenter sa désirabilité sur le marché du travail en est une preuve singulière de confiance envers ses collaborateurs et Demain.*

**Marie Cayuela**  
Designer produit industriel chez Decathlon  
et Membre de l'AFM



## Agir pour atteindre nos objectifs



Rédaction de la stratégie « entreprise apprenante », formalisation de l'ambition de cette stratégie.



Refonte et communication du catalogue des formations managériales et RSE.



Définition d'un parcours d'intégration pour tous.



# Zoom sur l'action : Rédaction de la stratégie « entreprise apprenante », formalisation de l'ambition de cette stratégie

## OBJECTIF #6 – Devenir une entreprise apprenante

### Ce qui a été fait en 2023

En 2023 nous avons fait une refonte totale de notre stratégie de formation pour répondre à notre ambition de devenir une entreprise apprenante. Nous avons formalisé 3 ambitions :

- Se professionnaliser : en proposant une offre axée sur les besoins en compétences clairement identifiés, en ayant des parcours métier complet (de l'intégration à la mobilité) et en évaluant la qualité et le ROI de nos formations.
- Transmettre : en valorisant l'expertise métier avec des formateurs terrain et en favorisant les échanges (tutorat/mentorat) et l'accompagnement de proximité.
- Transformer : en proposant une nouvelle offre de formations, en challengeant nos pratiques pour gagner en efficacité et en proposant une expérience phygitale.

2023 a aussi vu la formation de 400 nouveaux managers et la finalisation d'un parcours d'intégration pour tous !

### Les prochaines étapes pour 2024

En 2024, le but est de continuer à déployer cette nouvelle stratégie de formation, avec une tactique en 2 teintes :

- Les incontournables : des formations pour tous en lien avec la stratégie et des formations individuelles en lien avec les besoins spécifiques de chaque collaborateur.
- Les bonus : l'accès à des e-learning et des conférences en libre accès ou en replay pour s'adapter au mieux aux agendas de chacun, des journées thématiques (cyberday, semaine du développement durable...) et des ateliers « express » sur des formats courts et répondants à l'actualité ou des besoins ponctuels identifiés (faire un feedback constructif pendant la période des entretiens individuels par exemple).

L'objectif de 2024 est également de finaliser la formation « RSE pour tous » et de la déployer.



**Bienvenue chez JULES**  
Ton livret d'accueil



*Il ne faut pas oublier nos Hommes (nos collaborateurs) en interne, la responsabilité d'une entreprise est aussi de faire grandir ses collaborateurs et de les faire monter en compétence et en particulier sur des nouveaux domaines comme la RSE, l'IA ou les nouvelles technologies.*

**Erika Joffrin-Cadix**  
Directrice RSE et Offre – JULES  
et Présidente du comité de mission





# 04 CONCLUSION ET PERSPECTIVES

# Synthèse des indicateurs de JEM sur l'année 2023

Légende	
✓	Objectif atteint
✗	Objectif non atteint

Objectifs statutaires	Objectifs opérationnels	Indicateurs de performance	Résultats 2023	Objectifs 2030
<b>T</b> Pour <u>Transformer</u> l'industrie de la mode, à notre échelle	1. Eco-concevoir pour accroître la durabilité de nos produits	1. Taux de produits avec garantie longévité	4,5 % ✓	18 %
		2. Taux de matières à moindre impact utilisées dans l'ensemble des références (en tonnage dans la collection)	47 % ✓	100 %
	2. Augmenter la traçabilité de la chaîne de valeur responsable	3. Taux d'usines de rang 1 et 2 auditées et répondant à nos exigences RSE	47 % ✓	99 %
<b>R</b> Pour <u>Réconcilier</u> tous les hommes aux vêtements	3. Favoriser l'engagement responsable des clients	4. Taux d'achats vertueux moyen (produits « In Progress, seconde main, services de réparation, et pré-commandes)	69 % ✓	100 %
		5. Taux de volumes dont la confection est faite en Paneuromed (rang 1)	17,8 % ✓	20 %
<b>U</b> Pour <u>s'Unir</u> avec les acteurs locaux	4. Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne	6. Intensité carbone Scope 1, 2 et 3 (kg de CO2 émises par pièce vendue)	9,5 kg eq CO <sub>2</sub> / produit vendu ✓	5,3 kg eq CO <sub>2</sub> / produit vendu
		7. Taux de fournisseurs conformes au cahier des charges ZDHC	5% ✓	75%
<b>S</b> Pour <u>Sauvegarder</u> nos ressources	5. Améliorer l'empreinte environnementale de la chaîne de valeur	8. Taux de collaborateurs formés	46 % ✓	80 %
<b>T</b> Pour <u>Transmettre</u> les savoirs et le savoir-faire	6. Devenir une entreprise apprenante			





# Les perspectives d'évolution de JEM



Les piliers de TRUST sont particulièrement ambitieux et complexes, à l'image des défis majeurs que doit relever l'ensemble du secteur du textile d'ici 2030. Jules parvient à dépasser les effets d'annonce et à définir une feuille de route opérationnelle concrète, déclinée de manière simple en actions et indicateurs précis, et permettant de suivre les progrès accomplis et ceux à atteindre. Toute l'entreprise, en allant du fournisseur au client en magasin, est embarquée dans cette aventure positive.

**Marine Jacquier**

*Leader RSE chez Voltalia*



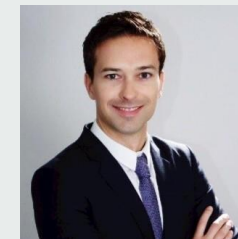
Les engagements pris par Jules sont challengeants mais sous contrôle grâce à une équipe en maîtrise du sujet et une adhérence du projet par l'ensemble de l'entreprise. Il y a encore beaucoup de choses à apprendre et réfléchir à travailler différemment. Jules est sur la bonne voie et dans une belle démarche d'éco-responsabilité nécessaire sur ce secteur d'activité.

**Marie Weexsteen**

*Leader approvisionnement magasin omnicanal*



En tant que membre du comité de mission, nous avons pris le temps de comprendre la stratégie de la marque et les défis auxquels elle fait face afin de challenger les objectifs établis. En travaillant dans un climat de confiance et en toute transparence, l'Alliance du Commerce est heureuse de pouvoir accompagner le succès durable de l'entreprise et plus largement d'ouvrir la voie à une transformation de la mode.



**Yohann Petiot**

*Directeur Général - Alliance du Commerce*



Dans un environnement économique perturbé, il est important que les objectifs du comité de mission soient alignés sur la stratégie de l'entreprise et la situation économique de cette dernière et vice-versa. L'important est de rester transparents sur ses objectifs, et les moyens mis en œuvre et de préserver un maximum de cohérence et d'équilibre entre les convictions, la vision et la situation à court terme.



**Olivier Ducatillon**

*Président de l'Union des Industries Textiles  
et DG de Lemaitre-Demeestere 1835*

# Les perspectives de JEM



*Pour 2024...*

*Poursuivre la démarche initiée sur le pilier « s'Unir avec les acteurs locaux » en définissant notre projet social et sociétal en lien avec notre projet d'entreprise.*

*Travailler sur notre proposition de valeur en lien avec notre statut d'entreprise à mission et en sollicitant toutes nos parties prenantes.*

*Intensifier nos efforts sur la circularité produit avec une augmentation de l'utilisation des matières à moindre impact et la recherche de solutions pour revaloriser en boucle fermée les produits que nous avons mis sur le marché.*

*Explorer des modèles de valeur alternatifs tels que la location, la seconde main, etc.*

*Se challenger pour encore mieux transmettre nos savoirs et nos savoir-faire.*

*La mission continue...*



05 ANNEXES

# Définitions des termes clefs (1/2)

## Eco-conception

Conception d'un produit en prenant en compte les impacts environnementaux de chaque étape de son cycle de vie, de la création à sa fin de vie en passant par la fabrication, le transport, l'utilisation par le client, etc.

Chez Jules, pour être considéré éco-conçu, un produit doit répondre à 3 critères de réduction d'impact.

## Garantie longévité

Garantie d'échanger, rembourser ou réparer selon les possibilités un article couvert par une garantie longévité étendue par rapport à la garantie légale de conformité. Chez Jules, nos produits « Parfaits By Jules » sont garantis 4 ans.

## Collection In Progress

Produits de la collection Jules ayant été fabriqués en utilisant des matières à moindres impact comme le coton issu de l'agriculture biologique, le coton recyclé, le lin, le polyester recyclé, etc.

## Matières à moindre impact

Matière dont l'impact environnemental a été mesuré et est plus faible que celui de la matière conventionnelle la plus couramment utilisée. Nous considérons ainsi le coton recyclé comme une matière à moindre impact car son impact environnemental est plus faible que celui du coton conventionnel. (mais nous ne comparons pas son impact au polyester par exemple, puisque les applications sont différentes).

## Les Parfaits

Gamme de produits co-crésés avec nos clients avec une attention particulièrement poussée sur leur durabilité. Ces produits pensés pour durer longtemps sont garantis 4 ans.

## Définitions des termes clefs (2/2)

Zone Paneuromed (Pan-euro-méditerranéenne)  
Proche Import

Zone d'approvisionnement englobant l'union européenne, le Maghreb et la Turquie.

Achat vertueux

Achat fait par un client sur un produit ou un service considéré comme vertueux, c'est-à-dire permettant de limiter l'impact comparé à l'impact de l'achat d'un produit neuf. Sont considérés comme des achats vertueux : l'achat des produits In Progress

Intensité carbone (au produit)

Rapport du total des émissions de GES\* de l'entreprise par produit. C'est la mesure de la quantité de GES\* émis en moyenne par produit, à différencier des émissions de GES\* total de l'entreprise (valeur absolue).

Audits sociaux et environnementaux

Processus de vérifications des conditions de travail et de gestion des risques environnementaux dans une usine. Ces audits sont faits par une tierce personne, et selon un référentiel validé par une organisation indépendante

# Précision sur les organisations externes mentionnées dans le rapport

## GHG Protocol

Le GHG Protocol, ou Greenhouse Gas Protocol, est une initiative mondiale visant à développer des normes et des outils pour mesurer, gérer et réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) liées aux activités humaines. Il a été créé par le World Resources Institute et le World Business Council for Sustainable Development pour fournir des lignes directrices normalisées aux entreprises et aux gouvernements afin de quantifier et de rendre compte de leurs émissions de gaz à effet de serre. En utilisant les normes du GHG Protocol, les entreprises peuvent évaluer leur impact climatique, identifier les opportunités de réduction des émissions, et rendre compte de manière transparente de leurs performances en matière de durabilité.

## Higg FEM

Le Higg FEM (Higg Facility Environmental Module) est un outil d'évaluation environnementale de la Sustainable Apparel Coalition. Il permet aux entreprises de l'industrie textile d'évaluer l'impact environnemental de leurs installations de production, couvrant des aspects tels que la consommation d'eau, les émissions de gaz à effet de serre et la gestion des produits chimiques. L'objectif est d'encourager la durabilité et l'amélioration continue dans le secteur de la mode.

## ICS

Initiative for Compliance and Sustainability (ICS) est une initiative sectorielle internationale visant à améliorer les conditions de travail le long des chaînes d'approvisionnement mondiales de ses détaillants et marques membres. L'ICS est composée de 47 détaillants et marques multinationaux des secteurs du textile, de la vente au détail, de la chaussure, de l'électronique et du mobilier. Les membres collaborent avec des outils communs pour mutualiser les audits, contribuer à la réduction de la "fatigue des audits" et partager des connaissances et des meilleures pratiques.

# Fiche indicateur T1.1 - KPI – Pourcentage de produits avec garantie longévité

<b>Pilier stratégie TRUST</b>	Transformer
<b>Objectif statutaire</b>	Eco-concevoir pour accroître la durabilité de nos produits

<b>Définition du KPI</b>	Cet indicateur mesure le pourcentage de produits, en nombre de références commercialisées par Jules, qui sont couverts par une garantie de longévité. La garantie de longévité est un engagement pris par Jules à l'égard de ses clients, garantissant que le produit aura une durée de vie prolongée (vs une référence similaire sur l'année de référence) ou qu'il sera réparé ou remplacé en cas de défaillance pendant cette période. Cet indicateur reflète l'engagement de Jules à fabriquer des produits de haute qualité et durables et à fournir un niveau élevé de service et d'assistance à la clientèle.
<b>Formule du KPI</b>	Calcul = Nombre de références avec garantie longévité déclarées au plan de gamme / Nombre total de références sur chaque période Total à l'année = Moyenne des périodes pondérées par le nombre de semaines par période

	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	%
<b>Engagements</b>	4%	9%	12%	15%	18%	<b>Granularité</b>	A la référence coloris
						<b>Périmètre géographique</b>	Total
						<b>Exclusions</b>	Hors accessoires

# Fiche indicateur T1.2 - KPI – Pourcentage de matières à moindre impact utilisées dans l'ensemble des références (en tonnage dans la collection)

<b>Pilier stratégie TRUST</b>	Transformer
<b>Objectif statutaire</b>	Améliorer l'empreinte environnementale de la chaîne de valeur

<b>Définition du KPI</b>	Cet indicateur mesure le pourcentage de matières à moindre impact (recyclées, issues de l'agriculture biologique ou régénérative, etc.) utilisées par Jules dans certains de ses produits. Cet indicateur reflète l'engagement de Jules à fabriquer des produits ayant un impact réduit sur l'environnement.
<b>Formule du KPI</b>	Calcul = tonnage acheté + perte (matière transitionnelle + matière recyclée) / total tonnage acheté + pertes (matière conventionnelle + transitionnelle + recyclée) Tonnage acheté par matière = Quantités commandées selon la répartition de matière dans le produit * poids moyen de la famille Les pertes sont déterminées selon un coef. par matière

	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	%
<b>Engagements</b>	40%	50%	55%	75%	100%	<b>Granularité</b>	Tonnage par type de matières à moindre impact et par catégorie de produit
						<b>Périmètre géographique</b>	Total
						<b>Exclusions</b>	Uniquement les produits textiles (exclusions accessoires non textile)



# Fiche indicateur T2.3 - KPI – Taux de fournisseurs de rang 1 et 2 audités et répondant à nos exigences RSE

<b>Pilier stratégie TRUST</b>	<b>Transformer</b>
<b>Objectif statutaire</b>	<b>Augmenter la traçabilité de la chaîne de valeur responsable</b>

<b>Définition du KPI</b>	Cet indicateur mesure le nombre d'usines des rang 1 et 2 vérifiées par une tierce partie selon des référentiels indépendants, et répondant aux exigences de Jules sur les aspects sociaux et environnementaux. C'est-à-dire le nombre d'usines auditées au travers d'audits sociaux (pour les usines de rang 1) et environnementaux (pour les usines de rang 2), afin d'évaluer leur respect des normes et réglementations relatives aux conditions de travail, à la santé et à la sécurité, à la protection de l'environnement et aux pratiques commerciales éthiques.
<b>Formule du KPI</b>	Calcul = Nombre d'usines ayant un audit valide / Nombre total d'usines actives (rang 1 sur le social et rang 2 sur l'environnemental) Usine ayant un audit valide : résultat audit = note A (Très bon audit), B (Bon audit) ou C (audit correct). Résultat non valides : notes D (mauvais audit) ou E (très mauvais audit). Usine active : qui ont eu au moins une commande sur l'année N.

	2023	2024	2025	2027	2030		
<b>Engagements</b>	45%	50%	60%	85%	98%	<b>Unité</b>	%
						<b>Granularité</b>	Usine
						<b>Périmètre géographique</b>	Total
						<b>Exclusions</b>	Usines avec lesquelles la collaboration n'est plus active à la date de calcul du KPI. Fournisseurs de trims sont exclus. Rang 2: uniquement si collaboration en N-1 et N

# Fiche indicateur R3.4 - KPI – Taux d'achat vertueux moyen

<b>Pilier stratégie TRUST</b>	Réconcilier
<b>Objectif statutaire</b>	Favoriser l'engagement responsable des clients

<b>Définition du KPI</b>	Taux d'achat vertueux moyen des clients : quantités de produits ou service achetés par client (ayant une carte de fidélité enregistrée dans le système de Jules) en label « In progress », 2nde main, réparation, location, etc. sur le total des quantités de produits ou services achetés chez Jules
<b>Formule du KPI</b>	<p>1e étape : nous calculons le taux d'achat vertueux par client = ( Nombre articles achetés avec label In progress ou en 2nde main ou upcycling ou en pré-commande + Nombre services vertueux tels que la réparation) / ( Nombre articles achetés neufs ou 2nde main + Nombre de services)</p> <p>2e étape : nous calculons le taux d'achat vertueux global = somme des taux par client / nombre de clients différents ayant acheté sur la période d'analyse</p> <p>NB : les articles retournés comptent pour des quantités négatives</p>

	2023	2024	2025	2027	2030		
<b>Engagements</b>	60%	70%	75%	80%	85%	<b>Unité</b>	%
						<b>Granularité</b>	Pour le calcul du taux au client, la granularité est au produit/article (Référence coloris). Pour le calcul du taux global, la granularité est au client.
						<b>Périmètre géographique</b>	Pays en propre : France, Belgique
						<b>Exclusions</b>	Ne rentrent pas dans le calcul les tickets des clients non cartés (moins de 5% des tickets/an) Les clients dont le compte est supprimé sont exclus du calcul rétroactivement. Hors achat de carte cadeau et sacherie

# Fiche indicateur U5.6 - KPI – Pourcentage de volumes dont la confection est faite en Paneuromed

<b>Pilier stratégie TRUST</b>	Unir
<b>Objectif statutaire</b>	Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne (dont la France)

<b>Définition du KPI</b>	Cet indicateur mesure les pourcentages de volumes dont la confection (usines de rang 1) est faite dans la zone Paneuromed. Cet indicateur doit contribuer à la réduction de nos engagements budgétaires, à l'amélioration de la satisfaction client, à la diminution des risques liés à un approvisionnement excessif en grand import et la réduction de notre empreinte environnementale.
<b>Formule du KPI</b>	Calcul = Volume de produits en quantités commandées dans la zone Paneuromed (Europe + Maghreb + Turquie) / Volume total de quantités commandées sur un cumul de la saison Eté + Hiver de l'année analysée.

	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	Quantités commandées
<b>Engagements</b>	17%	13%	14%	17%	20%	<b>Granularité</b>	Au pays
						<b>Périmètre géographique</b>	Total
						<b>Exclusions</b>	NC

# Fiche indicateur S6.7 - KPI – Intensité carbone Scopes 1,2 et 3 (kg de CO2 émises par unité vendue)

<b>Pilier stratégie TRUST</b>	Sauvegarder
<b>Objectif statutaire</b>	Améliorer l'empreinte environnementale de la chaîne de valeur

<b>Définition du KPI</b>	Cet indicateur mesure la totalité des émissions de gaz à effet de serre de Jules (scopes 1, 2 et 3), comptabilisée en équivalent de CO <sub>2</sub> , et les réparti sur la totalité des pièces vendues pour obtenir les émissions de gaz à effet de serre émises par Jules par produits vendus. Cet indicateur doit nous permettre de mettre des actions en place pour réduire ces émissions de gaz à effet de serre par produit et respecter notre trajectoire de baisse d'émissions de gaz à effet de serre pour maintenir à notre niveau la hausse des températures à 1.5°C.
<b>Formule du KPI</b>	Emissions GES de Jules / nombre de produits vendus sur l'année.

	2023	2024	2025	2027	2030		
<b>Engagements</b>	9,5 kg eq CO <sub>2</sub> / produit vendu	9,2 kg eq CO <sub>2</sub> / produit vendu	8,7 kg eq CO <sub>2</sub> / produit vendu	7,3 kg eq CO <sub>2</sub> / produit vendu	5,3 kg eq CO <sub>2</sub> / produit vendu	<b>Unité</b>	kg eq CO <sub>2</sub> /produit
						<b>Granularité</b>	Au produit
						<b>Périmètre géographique</b>	Tous les scopes du bilan CO <sub>2</sub> - Scope 1, 2 et 3
						<b>Exclusions</b>	Hors émissions de CO <sub>2</sub> liées à l'usage (dans l'esprit d'une trajectoire SBTi).

# Fiche indicateur S6.8 - KPI – Taux d'usines conformes au cahier des charges ZDHC MRSL

<b>Pilier stratégie TRUST</b>	Sauvegarder
<b>Objectif statutaire</b>	Améliorer l'empreinte environnementale de la chaîne de valeur

<b>Définition du KPI</b>	<p>Cet indicateur mesure le nombre de fournisseurs conformes au cahier des charges ZDHC MRSL, qui lutte contre les rejets de produits toxiques dans l'environnement ainsi que contre leur utilisation dans la chaîne de production.</p> <p>Cet indicateur reflète l'engagement de Jules à réduire la pollution de l'eau et des sols due aux produits chimiques utilisés dans sa chaîne de valeur. Les usines de teintures, délavage et impression étant les plus consommatrices d'eau et de produits chimiques, l'indicateur se concentrera sur celles-ci dans un premier temps.</p>
<b>Formule du KPI</b>	<p>Nombre d'usine conformes rang 2 (teinturiers et délaveurs) / nombre total d'usines de rang 2 (teinturiers et délaveurs)</p>

	2023	2024	2025	2027	2030		
<b>Engagements</b>	5%	10%	15%	50%	75%	<b>Unité</b>	%
						<b>Granularité</b>	par usine
						<b>Périmètre géographique</b>	Total
						<b>Exclusions</b>	Hors accessoire Uniquement les usines de rang 2 avec procédé de teinture, impression, délavage.

# Fiche indicateur T7.9 - KPI – Pourcentage de collaborateurs formés

<b>Pilier stratégie TRUST</b>	Transmettre
<b>Objectif statutaire</b>	Devenir une entreprise apprenante

<b>Définition du KPI</b>	Mesurer le pourcentage de collaborateurs en CDI de l'entreprise ayant bénéficié d'une action de formation au cours de l'année considérée : - Salariés enregistrés dans l'outil de suivi des formations ayant bénéficié d'au moins une action de formation sur l'année n - Effectif inscrit annuel cumulé de l'année n.
<b>Formule du KPI</b>	Nombre de collaborateurs en CDI formés / nombre de matricules CDI inscrits.

	<b>2023</b>	<b>2024</b>	<b>2025</b>	<b>2027</b>	<b>2030</b>	<b>Unité</b>	Effectif (matricule) inscrit en CDI
<b>Engagements</b>	40%	50%	60%	70%	80%	<b>Granularité</b>	Sexe
						<b>Périmètre géographique</b>	France et Belgique (Belgique à partir de 2025)
						<b>Exclusions</b>	La Belgique est exclue jusqu'à fin 2024 pour permettre la mise en place d'une stratégie de déploiement et de pilotage pour la formation commune. Formation de sécurité obligatoires exclues

## **JULES SAS**

**Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la vérification de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux**

**(Période allant du 1er janvier au 31 décembre 2023)**



## Rapport de l'un des commissaires aux comptes, désigné organisme tiers indépendant, sur la vérification de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

(Période allant du 1<sup>er</sup> janvier au 31 décembre 2023)

A l'Assemblée Générale  
**Jules SAS**  
152, avenue Alfred Motte  
59100 Roubaix

En notre qualité de commissaire aux comptes de la société Jules SAS (ci-après « l'entité »), désigné organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le COFRAC (Accréditation Cofrac Validation, n°3-1862, portée disponible sur [www.cofrac.fr](http://www.cofrac.fr)), avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que votre entité s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission telles que présentées dans le rapport du comité de mission et relatives à la période allant du 1er janvier 2023 au 31 décembre 2023, joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce.

### Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, pour chaque objectif social ou environnemental retenu en application du 2° de l'article L. 210-10 du code de commerce et inscrit dans ses statuts, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification :

- le fait que l'entité ait atteint les objectifs opérationnels qu'elle a définis et sous-tendant les objectifs sociaux et environnementaux précités,
- le fait que l'entité ait mobilisé les moyens adéquats et cohérents au regard de ses ressources et du plan d'action défini par la direction, et que
- par conséquent, la société Jules SAS respecte chacun des objectifs, inscrits dans ses statuts, qu'elle s'est donné pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité.

---

*PricewaterhouseCoopers Audit, SAS, Bâtiment Shake 612 rue de la Chaude Rivière 59000 Lille  
Téléphone : +33 (0)3 20 12 49 00, [www.pwc.fr](http://www.pwc.fr)*

Société d'expertise comptable inscrite au tableau de l'ordre de Paris - Ile de France. Société de commissariat aux comptes membre de la compagnie régionale de Versailles et du Centre. Société par Actions Simplifiée au capital de 2 510 460 €. Siège social : 63 rue de Villiers 92200 Neuilly-sur-Seine. RCS Nanterre 672 006 483. TVA n° FR 76 672 006 483. Siret 672 006 483 00362. Code APE 6920 Z. Bureaux : Bordeaux, Lille, Lyon, Marseille, Metz, Nantes, Neuilly-Sur-Seine, Rennes, Rouen, Strasbourg, Toulouse, Montpellier.



## **Préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux**

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lesquels s'appuyer pour évaluer et mesurer les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux permet d'utiliser des techniques de mesure différentes, mais acceptables, pouvant affecter la comparabilité entre les entités et dans le temps.

Par conséquent, les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux doivent être lues et comprises en se référant aux procédures de l'entité, (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans le rapport du comité de mission (ou disponible sur demande au siège de l'entité).

## **Limites inhérentes à la préparation des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux**

Les informations peuvent être sujettes à une incertitude inhérente à l'état des connaissances scientifiques ou économiques et à la qualité des données externes utilisées. Certaines informations présentées sont sensibles aux choix méthodologiques, hypothèses et/ou estimations retenues pour leur établissement.

En outre, la quantification des gaz à effet de serre est soumise à une incertitude inhérente en raison des connaissances scientifiques incomplètes utilisées pour déterminer les facteurs d'émissions et les valeurs nécessaires pour combiner les émissions de différents gaz.

## **Responsabilité de l'entité**

Il appartient à l'entité :

- de constituer un comité de mission chargé d'établir annuellement un rapport en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce ;
- de sélectionner ou d'établir des critères et procédures appropriés pour élaborer le Référentiel de l'entité ;
- de concevoir, mettre en œuvre et maintenir un contrôle interne sur les informations pertinentes pour la préparation du rapport du comité de mission ainsi que de mettre en place le contrôle interne qu'elle estime nécessaire à l'établissement des informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux ne comportant pas d'anomalies significatives, que celles-ci proviennent de fraudes ou résultant d'erreurs ;
- d'établir les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux conformément au Référentiel et mises à disposition du comité de mission.

Il appartient au comité de mission d'établir son rapport en s'appuyant sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux transmises par l'entité et en procédant à toute vérification qu'il juge opportune.

Ce rapport est joint au rapport de gestion du Président.

## **Responsabilité du commissaire aux comptes désigné organisme tiers indépendant**

En application des dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce, il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur le respect par l'entité des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Comme il nous appartient de formuler une conclusion indépendante sur les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous ne sommes pas autorisés à être impliqués dans la préparation desdites informations, car cela pourrait compromettre notre indépendance.

## **Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable**

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, notamment l'avis technique de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, Intervention du commissaire aux comptes – Intervention de l'OTI – Sociétés à mission, tenant lieu de programme de vérification.

## **Indépendance et contrôle qualité**

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du code de commerce et le code de déontologie de la profession de commissaire aux comptes. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires applicables, des règles déontologiques et de la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention.

## **Moyens et ressources**

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 5 personnes et se sont déroulés entre mars 2024 et juin 2024 sur une durée totale d'intervention de 6 semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale.

Nous avons notamment mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation des informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, représentant notamment les directions RSE, Ressources Humaines, Opérationnelle, Offres, Finance et Achats.

## **Nature et étendue des travaux**

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives sur les informations relatives à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que l'entité se donne pour mission de poursuivre sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

Nous estimons que les procédures que nous avons menées en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée.

Nous avons pris connaissance des activités de l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission, de la formulation de sa raison d'être ainsi que ses enjeux sociaux et environnementaux.

Nos travaux ont porté sur :

- d'une part, la cohérence d'ensemble de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 du code de commerce et inscrits dans ses statuts ;
- d'autre part, l'exécution de ces objectifs.

Concernant la cohérence d'ensemble de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux de l'entité, nous l'avons appréciée au regard d'une part, de son activité et d'autre part, des objectifs opérationnels qu'elles a retenus :

- Cohérence de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus au regard de l'activité de l'entité :
  - Nous avons conduit des entretiens destinés à apprécier l'engagement de la direction et des membres de la gouvernance au regard des attentes des principales parties prenantes internes ou externes concernées par l'activité de l'entité.
  - Nous avons apprécié le processus mis en place pour structurer et formaliser cette démarche en nous appuyant sur :
    - les informations disponibles dans l'entité (par exemple, procès-verbaux des réunions du conseil, échanges avec le comité social et économique, comptes rendus ou support des réunions avec des parties prenantes internes ou externes, analyses des risques) ;
    - la feuille de route de société à mission et le dernier rapport du comité de mission établi depuis la dernière vérification ;
    - le cas échéant, ses publications (par exemple, plaquette commerciale, rapport de gestion, rapport intégré, Déclaration de performance extra-financière, sur le site internet).
  - Nous avons apprécié si les objectifs sociaux et environnementaux sont cohérents avec la raison d'être, s'ils constituent des leviers pour l'accomplir ou des engagements sur la façon de l'accomplir ;
  - Nous avons apprécié si la raison d'être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus :
    - sont explicites et permettent à un lecteur qui ne connaît pas l'entreprise d'identifier son activité ;
    - permettent de comprendre la contribution de l'entreprise à la Société et si l'entreprise est en capacité de maîtriser et d'agir sur ses enjeux sociaux et environnementaux ;
    - sont spécifiques à l'entreprise, au regard de ceux des autres sociétés à mission du même secteur ;
    - sont alignés avec le modèle d'affaire de l'entité ; nous avons vérifié notamment que le chiffre d'affaires de l'entité n'est pas déconnecté de sa raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus et que l'évolution du chiffre d'affaires n'est pas potentiellement sans rapport, voire partiellement contradictoire, avec sa raison d'être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus ;
    - sont exprimés avec des termes précis en lien avec l'activité de l'entreprise et non uniquement avec des termes génériques tels que durable, responsable, soutenable.
- Cohérence et articulation de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux au regard des objectifs opérationnels retenus

Nous avons apprécié si :

- les objectifs opérationnels contribuent au respect de l'objectif social ou environnemental et/ou de l'engagement correspondant et s'ils sont indispensables pour les respecter ;
- l'atteinte des objectifs opérationnels apportera une preuve convaincante du respect de l'objectif social ou environnemental et/ou de l'engagement correspondant ;
- les objectifs opérationnels sont vérifiables et si les mesures retenues sont cohérentes avec eux.

Nous avons ainsi apprécié, compte tenu de l'activité de l'entité, la cohérence entre :

- les informations collectées ;
- la raison d'être et
- les objectifs sociaux et environnementaux formulés dans les statuts.

Concernant l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous avons vérifié l'existence éventuelle d'objectifs opérationnels et d'indicateurs clés de suivi et de mesures de leur atteinte par l'entité à la fin de la période couverte par la vérification, nous avons apprécié si l'entité a mobilisé les moyens adéquats et cohérents au regard de ses ressources et du plan d'action défini et si les objectifs opérationnels sont en ligne avec les valeurs attendues des trajectoires définies par l'entité sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission tel que décrit dans le rapport de comité de mission et atteints.

Pour ce faire, nous avons réalisé les diligences suivantes :

- Prise de connaissance :
  - nous avons pris connaissance des documents établis par l'entité pour rendre compte de l'exercice de sa mission, notamment les dispositions précisant les objectifs opérationnels et les modalités de suivi qui y sont associées, ainsi que le rapport du comité de mission ;
  - nous avons échangé avec le comité de mission sur son appréciation de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux et, le cas échéant, avec les parties prenantes pour les objectifs qui les concernent. Par ailleurs, nous avons revu l'analyse présentée dans le rapport du comité de mission, les résultats atteints à échéance des objectifs opérationnels en regard de leurs trajectoires définies, afin d'apprécier le respect des objectifs sociaux et environnementaux. Nous avons également pris connaissance de la manière dont le comité de mission a rendu compte de ces résultats ;
- Analyse des moyens et ressources mobilisés :
  - par entretien avec notamment l'organe de direction de l'entité, nous avons apprécié les moyens financiers et non financiers mis en œuvre pour le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;
  - nous avons apprécié, au regard de l'évolution des affaires sur la période, l'adéquation des moyens et ressources mis en œuvre et de ceux visant spécifiquement à l'atteinte des objectifs opérationnels par rapport à leurs trajectoires ;
- Sincérité des indicateurs de performance :
  - nous avons vérifié la présence dans le rapport du comité de mission d'indicateurs de performance cohérents avec les objectifs opérationnels, définis le cas échéant, permettant de rendre compte de l'atteinte des objectifs opérationnels et de l'avancement sur les trajectoires définies ;

- nous avons apprécié la sincérité de l'ensemble de ces indicateurs et, notamment nous avons :
  - apprécié le caractère approprié du Référentiel de l'entité au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible ;
  - vérifié que les indicateurs couvrent l'ensemble du périmètre concerné par la qualité de société à mission ;
  - pris connaissance des procédures de contrôle interne mises en place par l'entité et apprécié le processus de collecte visant à la sincérité de ces indicateurs ;
  - mis en œuvre des contrôles et des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
  - mis en œuvre des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres méthodes de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès du siège de l'entité et couvrent entre 20% et 100% des données utilisées pour le calcul des indicateurs ;
  - apprécié la cohérence d'ensemble du ou des rapports du comité de mission au regard de notre connaissance de l'entité et du périmètre concerné par la qualité de société à mission.
- Non respect d'un ou de plusieurs objectifs sociaux et environnementaux

Dans le cas où un ou des objectifs sociaux et environnementaux ne sont pas respectés, nous avons pris connaissance des raisons le justifiant, présentées dans le rapport du comité de mission. Au regard du contexte de l'entité, nous avons apprécié si ces raisons sont liées à des circonstances exceptionnelles, extérieures à l'entité, ne pouvant pas être anticipées au moment où les objectifs opérationnels ont été définis.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une assurance raisonnable effectuée selon la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Fait à Neuilly-sur-Seine, le 12 juin 2024

L'un des commissaires aux comptes  
**PricewaterhouseCoopers Audit**



**Alexandre Decrand**  
Associé



**Anne Parenty**  
Associée Développement Durable