

Chloé

RAPPORT
DE MISSION 2023



CHIFFRES CLÉS 2023

ÉGALITÉ DES GENRES

95 000

filles soutenues dans le cadre
de notre partenariat
avec l'UNICEF

PRODUITS

63%

des fabricants de Prêt-à-Porter Chloé
sont couverts par notre Approche
Social Profit & Loss

WOMEN FORWARD.
VERS UN AVENIR PLUS ÉQUITABLE.

L'HÉRITAGE
DE NOTRE FONDATRICE,
GABY AGHION, ET SA VISION
DE LA FÉMINITÉ RÉSOLUMENT
TOURNÉE VERS LE PROGRÈS,
CONTINUENT D'INSPIRER
NOTRE ENGAGEMENT EN FAVEUR
DE L'AVANCEMENT DES FEMMES.
CHEZ CHLOÉ, NOS ÉQUIPES
SONT LES MEILLEURES
AMBASSADRICES
DE NOS VALEURS.

ÉQUIPES

71%

des postes de direction⁽¹⁾
à travers le monde
sont occupés par des femmes⁽²⁾

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

>20%

de l'offre de Prêt-à-Porter est fabriquée
par des entreprises Fair Trade,
des entreprises sociales ou des partenaires couverts
par un contrat à impact social

⁽¹⁾ Les postes de direction sont définis par la méthodologie RJR (Richemont Job Ranking) et suivis au niveau de la Maison et du Groupe

⁽²⁾ Les femmes représentent 80% des équipes de Chloé à travers le monde

TABLE DES MATIÈRES

INTRODUCTION

Présentation du Rapport	4
À Propos De Chloé.....	6
Lettre De Notre Président.....	7
Notre Approche De L'engagement Social Et Environnemental	8
Nos Partenaires	9
Cadre De La Société À Mission.....	10
Notre Comité De Mission	11
Nos Objectifs Opérationnels	12

ÉQUIPES

Objectifs Responsabilité Sociale et Environnementale Pour Les Employé·e·s	15
Formations Sur La Responsabilité Sociale et Environnementale	16
Volontariat.....	17
Focus Sur RÈV'ELLES.....	18

PRODUITS

Matières À Impact Réduit	20
Émissions De Gaz À Effet De Serre.....	21
Focus Sur Le Transport.....	22

Focus Sur Les Scopes 1&2	23
Consommation D'eau	24
Circularité	25

CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

Passeport Numérique Des Produits	27
Traçabilité Des Matières Premières	28
Fair Trade Et Approvisionnement À Impact Social... ..	29
Focus Sur Une Sélection de Partenaires.....	30
Notre Approche Social Profit & Loss.....	31
Transparence Des Fournisseurs.....	32
Conformité Des Fournisseurs	33

ÉGALITÉ DES GENRES

Les Femmes Aux Postes De Direction.....	35
Égalité Des Rémunérations.....	36
Partenariats Women Forward	37
Dons Aux Initiatives Pour L'égalité Des Genres.....	39

AUTRES OBJECTIFS

Emballages	42
------------------	----

Stock Dormant de Matières Premières.....	43
Stratégie De Contribution Carbone	44

CONCLUSION

Évaluation Du Comité De Mission	46
Conclusion Du Comité De Mission	47

ANNEXE

Rapport De Vérification De L'Organisme Tiers Indépendant	49
Glossaire Et Abréviations	50
Analyse De Matérialité.....	53
Méthodologie : Mesure De La Consommation D'eau	54
Méthodologie : Mesure De L'empreinte Carbone....	56
Méthodologie : Approvisionnement À Impact Social	58
Aperçu De La Chaîne De Valeur Chloé 2023	61
Fournisseurs Fair Trade Et Approvisionnement Social	62
Liste Des Dons En Nature	63
Liste Des Matières Premières Utilisées	64

PRÉSENTATION DU RAPPORT

OBJECTIF

La publication d'un rapport sur nos performances en matière d'engagement social et environnemental s'inscrit dans notre stratégie plus large de responsabilité et de transparence. La transparence est primordiale pour préserver la confiance de nos parties prenantes : client-e-s, employé-e-s, fournisseurs et actionnaires. Chloé a publié deux rapports d'impact en 2021 et 2022 et s'engage à continuer de partager chaque année des informations sur ses initiatives et ses progrès en matière d'engagement social et environnemental (RSE).

Cette troisième édition de notre rapport d'impact évolue pour s'adapter au nouveau statut de Chloé en tant que Société à Mission. Chloé a décidé de s'appuyer sur le cadre de la loi française PACTE* pour garantir un engagement à long terme et une continuité dans sa stratégie de responsabilité sociale et environnementale. Le cadre de Société à Mission et le Comité de Mission de Chloé sont détaillés aux pages 10 et 11 du rapport. Ainsi, le rapport de cette année reflète

les progrès de Chloé par rapport à sa « raison d'être » : soutenir l'avancement des femmes vers un avenir plus équitable tout en adoptant des pratiques environnementales et sociales responsables dans l'ensemble de ses opérations. Le rapport met en lumière les avancées de la société selon 16 indicateurs clés de performance (KPIs) répartis sur les 4 objectifs statutaires de Chloé.

L'évolution du rapport d'impact de Chloé répond également à notre objectif 2023 de nous tourner vers une approche de reporting davantage structurée. Nous considérons ce rapport de mission comme une première étape dans cette direction. La version originale de ce rapport a été rédigée en langue anglaise. En cas de distinction fortuite entre les versions française et anglaise, la version anglaise fait foi. Nous cherchons continuellement à améliorer nos rapports. Contactez-nous à l'adresse sustainability@chloe.com pour nous faire part de tout commentaire.

* La loi PACTE (Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises) a été adoptée en mai 2019.

PRÉSENTATION DU RAPPORT

SCOPE

Chloé est l'une des 28 Maisons et sociétés de Richemont. Ce rapport ne couvre pas les opérations ou les collaborateurs de Richemont, sauf indication contraire expresse.

Ce rapport prend en compte toutes les opérations directes de Chloé, y compris les boutiques, l'entrepôt central et les entrepôts régionaux, le siège social et les bureaux régionaux. Il couvre quatre catégories de produits : Prêt-à-Porter, Maroquinerie, Chaussures et Accessoires de mode. En l'absence d'indication contraire, les termes « nous », « notre » et « nos » font référence à Chloé.

Les produits gérés sous licence (Parfums, Lunettes, Vêtements pour enfants et Chaussures See by Chloé), produits par nos partenaires sous licence, sont exclus du rapport.

Concernant nos effectifs, ce rapport adopte une approche consolidée englobant à la fois les collaboratrices et les collaborateurs de Chloé SAS (entité légale française) et la part des employé·e·s de Chloé au sein des bureaux régionaux de Richemont.

Conformément aux pratiques de Richemont et à son exercice financier, le Rapport de Mission 2023 de Chloé couvre

les activités entreprises entre le 1^{er} avril 2023 et le 31 mars 2024 (exercice financier 2024).

Pour simplifier la lecture, nous appelons cette période l'année 2023 tout au long du rapport. Il est important de noter que, bien que la plupart des objectifs publiés dans ce rapport concernent l'exercice financier 2024, nos empreintes carbone et eau sont mesurées sur l'année civile 2023.

MÉTHODOLOGIE

Pour préparer ce rapport, nous avons travaillé avec les équipes de Chloé pour définir des indicateurs de performance pertinents et mettre en place un processus rigoureux de recueil de données tout au long de l'année. Les données recueillies ont été agrégées, analysées et rassemblées au printemps 2024 pour permettre la publication du rapport en juillet 2024, après examen par une organisation tierce indépendante (OTI).

Une méthodologie détaillée d'évaluation des émissions de gaz à effet de serre, conformément au Protocole sur les Émissions de Gaz à Effet de Serre (GES), est disponible en annexe à la page 56. Notre méthodologie d'évaluation de la consommation d'eau est également disponible en

annexe à la page 54. Nos indicateurs clés de performance liés aux produits et aux fournisseurs ont été développés en interne et sont spécifiques à Chloé. Vous en trouverez les détails en annexe à la page 58. Pour chacun des 16 KPIs couverts par le rapport, l'OTI mandatée pour fournir une mission de vérification s'est vue communiquer le périmètre, les méthodologies, les données, et le protocole de reporting.

AVIS D'UN ORGANISME TIERS INDÉPENDANT

Afin de se conformer aux exigences légales applicables à toute société ayant adopté la qualité de Société à Mission, les objectifs statutaires que Chloé s'est donné pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité, ont été vérifiés par PricewaterhouseCoopers (PwC), en sa qualité d'organisation tierce indépendante (OTI). Cette évaluation a été effectuée conformément à la doctrine de la Compagnie Nationale des Commissaires aux Comptes (CNCC). Une copie du rapport de PwC est disponible en annexe à la page 49.

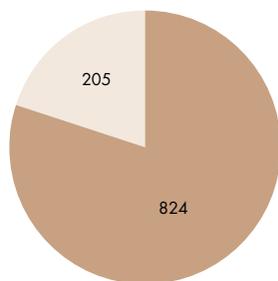
À PROPOS DE CHLOÉ

Chloé a été fondée en 1952 par Gaby Aghion, une Parisienne d'origine égyptienne. Avec la création de l'une des premières maisons de prêt-à-porter de luxe, Gaby était une pionnière qui a contribué à libérer les femmes des carcans de la mode conformiste et contraignante de l'époque. Visionnaire, Gaby Aghion était convaincue que les femmes devaient s'accomplir par elles-mêmes. Aujourd'hui, Chloé est une Maison de couture de luxe française de premier plan, qui, sous la direction créative de Chemena Kamali, continue de faire vivre la vision de sa fondatrice : une féminité libre et sans effort.

STRUCTURE ORGANISATIONNELLE DE CHLOÉ

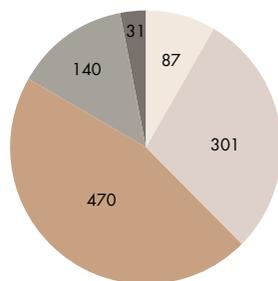
- Chloé exerce ses activités dans cinq zones géographiques : Amérique du Nord, Europe, Moyen-Orient et Afrique, APAC (à l'exception du Japon) et Japon.
- Chloé est structurée autour de cinq catégories de produits : Prêt-à-Porter, Maroquinerie, Accessoires de Mode, Chaussures et Licences.
- Chloé est présente dans 16 pays pour la vente retail*, 67 pays pour les partenaires de distribution et est disponible en ligne dans 100 pays.

Équipe Chloé



Femme Homme

RÉPARTITION
PAR GENRE AUTO-IDENTIFIÉ



Europe APAC Amérique du Nord
Japon Moyen-Orient et Afrique

RÉPARTITION PAR RÉGION

“QUAND GABY AGHION A FONDÉ CHLOÉ AU DÉBUT DES ANNÉES CINQUANTE, PEU DE TEMPS APRÈS LA GUERRE, ELLE SOUHAITAIT CONTRIBUER À LA LIBÉRATION DES FEMMES, LEUR PERMETTRE DE VIVRE LEUR VIE COMME ELLES LE VOULAIENT. C'EST QUELQUE CHOSE QUE JE METS EN AVANT DANS MES COLLECTIONS - QUE LES FEMMES DOIVENT ÊTRE LIBRES DE SUIVRE LEUR INTUITION, DE RÉALISER LEURS RÊVES, ET DE PORTER CE QUI LEUR SEMBLE JUSTE D'UNE FAÇON QUI LEUR PERMETTE D'ÊTRE ELLES-MÊMES.”

Chemena Kamali
Directrice de la Création

* Ventes dans les boutiques opérées par Chloé

LETTRE DE NOTRE PRÉSIDENT



En 1952, Gaby Aghion a fondé Chloé avec l'intuition visionnaire que la création de mode pouvait accompagner l'émancipation des femmes. Pionnière, elle a souhaité créer une Maison « par les femmes, pour les femmes ». Aujourd'hui encore, Gaby inspire notre mission, plus pertinente que jamais en ces temps incertains : promouvoir l'égalité des genres pour construire un avenir plus équitable.

L'un des moments forts de 2023 a été l'arrivée de Chemena Kamali en tant que Directrice de la Création. Avec sa profonde compréhension de l'identité de Chloé, Chemena est prête à guider notre voyage créatif au plus près des racines de la Maison. Chemena considère que s'habiller fait partie de la découverte de soi et célèbre l'épanouissement des femmes à toutes les étapes de leur vie.

Cette année, Chloé est devenue une Société à Mission, marquant une étape importante qui renforce nos engage-

ments sociaux et environnementaux. Notre « Comité de Mission » veille à ce que nos actions reflètent de manière cohérente la raison d'être de Chloé : soutenir l'avancement des femmes pour un avenir plus équitable tout en adoptant des pratiques environnementales et sociales responsables dans l'ensemble de ses opérations. En ayant cet objectif constamment à l'esprit, nous avons continué à relever activement certains des défis les plus importants auxquels notre secteur est confronté.

La transparence et la traçabilité de nos chaînes d'approvisionnement sont essentielles pour atteindre nos objectifs sociaux et environnementaux. Cette année, nous avons lancé notre passeport numérique (Digital ID) et l'avons déployé sur l'ensemble du Prêt-à-Porter à partir de la collection Hiver 2023. Nous avons pu partager davantage d'informations sur la provenance de nos produits, tout en facilitant les possibilités d'authentification et de revente.

Nous poursuivons notre engagement à mesurer et à améliorer notre impact social, notamment grâce au déploiement de notre Approche Social Profit & Loss. Cet outil nous fournit des informations utiles pour orienter nos opérations internes et celles de nos fournisseurs.

En termes d'empreinte carbone, Chloé s'est également fixé un objectif de réduction de 25% par produit (par rapport à 2019, sur les Scopes 1, 2, 3) d'ici 2025, un objectif que nous avons réalisé avec 2 ans d'avance. Ainsi, Chloé s'est fixé un objectif plus ambitieux visant une réduction de 30%

par produit d'ici 2025, atteignant 28% cette année.

Notre partenariat avec l'UNICEF reste au cœur de notre mission. Nous avons renouvelé notre collaboration pour trois années supplémentaires afin de poursuivre notre engagement commun dans trois pays, avec l'objectif d'accompagner des filles et des jeunes femmes dans l'acquisition des compétences qui leur donneront la confiance dont elles ont besoin.

Bien que nous soyons fiers de nos réussites, nous sommes conscients du travail qui nous reste à accomplir. Notre statut de Société à Mission et celui de B Corp™ nous offrent tous deux des cadres solides.

Diriger Chloé, une marque dont la responsabilité sociale et environnementale est profondément ancrée, est une immense fierté. Je tiens à exprimer ma gratitude à notre équipe en charge de la Sustainability et à tous nos collègues à travers le monde. À l'horizon 2024 et au-delà, notre engagement envers nos valeurs fondamentales reste inébranlable et la vision de Gaby Aghion continuera de nous guider.

LAURENT MALECAZE, PRÉSIDENT

NOTRE APPROCHE DE L'ENGAGEMENT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

CADRES

Chloé exerce ses activités en tant que Société à Mission depuis avril 2023. Il s'agit d'un cadre juridique spécifique, dont les détails sont fournis à la page 9 du rapport. Ce changement légal reflète l'engagement de Chloé à soutenir l'avancement des femmes pour un avenir plus équitable tout en adoptant des pratiques environnementales et sociales responsables dans l'ensemble de ses opérations. En plus de s'appuyer sur le cadre juridique de Société à Mission comme guide pour atteindre ses objectifs à long terme, Chloé tire parti de son statut B Corp, un cadre supplémentaire permettant d'encourager et mesurer la transformation.

ORGANISATION

L'équipe Sustainability de Chloé est organisée pour aider tous les services de la Maison à atteindre leurs objectifs RSE (Responsabilité Sociale et Environnementale). La Chief Sustainability Officer fait partie du comité exécutif. Les équipes Sustainability de Chloé et de Richemont travaillent en étroite collaboration avec l'objectif commun d'adopter des pratiques plus responsables.

La Maison Chloé collabore également avec différentes initiatives et institutions. Vous les trouverez sur la page suivante.

DOMAINES CLÉS

Nous avons mis l'accent sur deux domaines prioritaires :

1. L'engagement inclusif des parties prenantes : Notre parcours de transformation permet l'engagement de toutes les parties prenantes car un changement significatif repose sur l'écoute et la collaboration. Nous intégrons les perspectives des ONG, des start-ups et des client-e-s dans nos processus de prise de décision.

Notre deuxième analyse de matérialité, réalisée en 2023 avec un partenaire externe, était centrée sur le principe de double matérialité et impliquait des parties prenantes internes et externes. Vous trouverez les résultats en annexe à la page 54.

2. Repenser notre modèle commercial : Cela nous a conduits à faire progresser nos modèles commerciaux d'impact (IBM) B Corp qui créent un résultat positif spécifique pour nos parties prenantes. Les IBM sur lesquels nous travaillons actuellement s'intitulent « chaîne d'approvisionnement et réduction de la pauvreté » (Fair Trade et approvisionnement à impact social), « conservation des ressources »

(utilisation de matières recyclées) et « réduction des toxines » (utilisation de matières avec un impact réduit tels que les fibres organiques).

CERTIFICATION B CORP



Chloé a obtenu la certification B Corp en octobre 2021, une certification qui évalue l'impact social et environnemental et la gouvernance des marques. Toutes les marques certifiées B Corp doivent suivre un processus de vérification dans les trois ans suivant la certification initiale.

Au cours de l'année écoulée, notre groupe de travail B Corp s'est concentré sur la préparation du prochain B Impact Assessment que nous avons soumis le 24 avril 2024, un processus qui nous pousse à examiner de manière critique chaque aspect de nos opérations. Nous attendons les résultats de cette évaluation et sommes prêts à partager nos apprentissages et nos marges de progrès. Vous trouverez des informations supplémentaires à propos de B Corp [ici](#).

“JE TIENS À REMERCIER TOUTES LES ÉQUIPES POUR LES EFFORTS ET L'ENGAGEMENT DONT ELLES ONT FAIT PREUVE EN VUE D'OBTENIR LE RENOUVELLEMENT DE LA CERTIFICATION B CORP. CETTE DEUXIÈME ÉVALUATION DÉMONTRE NOTRE ENGAGEMENT EN FAVEUR D'UNE AMÉLIORATION CONTINUE.”

Aude Vergne
Chief Sustainability Officer, Chloé

NOS PARTENAIRES

LA MAISON CHLOÉ EST FIÈRE DE CONTRIBUER
AU SEIN D'UN ÉCOSYSTÈME ENGAGÉ

CADRES



CERTIFICATIONS
ET CADRES



PRIX DU SECTEUR
DÉCERNÉS CETTE ANNÉE :

- WWD - Corporate Citizenship Award
- Sustainable Fashion Awards CNMI (entreprises engagées dans la mode durable) - Capital Humain et Impact Social
- Prix Green Store & Building Challenge LVMH x Paris Good Fashion

INITIATIVES
ET INSTITUTIONS



THE
FASHION
PACT



institut
FRANÇAIS
de la
MODE



PARIS
GOOD
fashion



CADRE DE LA SOCIÉTÉ À MISSION

L'OBJECTIF DE CHLOÉ EST DE SOUTENIR L'AVANCEMENT DES FEMMES POUR UN AVENIR PLUS ÉQUITABLE
TOUT EN ADOPTANT DES PRATIQUES ENVIRONNEMENTALES ET SOCIALES RESPONSABLES
DANS L'ENSEMBLE DE SES OPÉRATIONS.

OBJECTIF
STATUTAIRE 1

DONNER
À NOS ÉQUIPES
LES MOYENS D'ŒUVRER
POUR LE CHANGEMENT

SECTION
ÉQUIPES

OBJECTIF
STATUTAIRE 2

CRÉER DES PRODUITS
DÉSIRABLES ET DURABLES
AVEC UN IMPACT
ENVIRONNEMENTAL RÉDUIT

SECTION
PRODUITS

OBJECTIF
STATUTAIRE 3

METTRE EN PLACE
UNE CHAÎNE
D'APPROVISIONNEMENT
TRANSPARENT, TRAÇABLE
ET ÉQUITABLE

SECTION
**CHAÎNE
D'APPROVISIONNEMENT**

OBJECTIF
STATUTAIRE 4

PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ
DES GENRES AU SEIN
DE LA SOCIÉTÉ ET AU-DELÀ,
NOTAMMENT À TRAVERS
L'ÉDUCATION ET L'INCLUSION
ÉCONOMIQUE

SECTION
ÉGALITÉ DES GENRES

NOTRE COMITÉ DE MISSION

Notre nouveau Comité de Mission remplace le conseil consultatif de Chloé pour la RSE présenté dans nos rapports précédents. Composé de membres internes et externes, ce comité se réunit deux fois par an pour suivre les résultats de la société dans le cadre de sa mission et pour évaluer la conformité des actions de l'entreprise par rapport à ses objectifs statutaires. La mission du Comité comprend :

- Évaluer et approuver le modèle statutaire de Chloé, y compris sa mission et ses objectifs
- Superviser la progression des principaux indicateurs clés de performance en matière d'engagement social et environnemental et évaluer la réalisation des objectifs statutaires
- Superviser le Rapport de Mission annuel
- Assurer la représentation d'une variété de parties prenantes, des équipes internes aux client-e-s externes.

Le Comité de Mission vise à créer un environnement propice à l'adoption d'approches innovantes en matière de RSE.

La première réunion du Comité de Mission, qui s'est tenue le 19 octobre 2023, a été consacrée à l'évaluation de nos résultats semestriels et à l'examen de notre stratégie environnementale à long terme. Parmi les principaux sujets abordés, il a été question de l'avancement de notre stratégie concernant les matières premières à impact réduit, d'un examen approfondi de notre plan de décarbonisation et de la présentation de notre première évaluation de la biodiversité.

La deuxième réunion du Comité de Mission s'est déroulée le 25 mars 2024. Elle a porté sur l'évaluation de nos objectifs de fin d'exercice, l'examen du projet de Rapport de Mission et son approbation préliminaire. Parmi les autres sujets abordés figuraient les mises à jour concernant notre recertification B Corp et nos projets d'éco-conception, ainsi qu'un aperçu de nos partenariats Women Forward.

MEMBRES EXTERNES



Lubomila Jordanova
PDG et Fondatrice
de Plan A
Membre du Comité
depuis mars 2023



Elisabeth Laville
PDG et Fondatrice
d'UTOPIES
Membre du Comité
depuis mars 2021



Claire Simier
Coach Exécutive et Fondatrice
de Simier Partners
Représentante client-e-s
Membre du Comité depuis octobre 2023

MEMBRES INTERNES



Chemena Kamali
Directrice
de la Création



Laurent Malecaze
Président
Directeur Général



Aude Vergne
Chief Sustainability
Officer et Secrétaire
du Comité



Yves Cauchon
Chief Operating Officer

NOS OBJECTIFS OPÉRATIONNELS & INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE (KPIs)

OBJECTIF OPÉRATIONNEL	KPI CORRESPONDANT	RÉSULTAT 2023	OBJECTIF 2023	OBJECTIF 2024	OBJECTIF 2025	COMMENTAIRES 2023
1. DONNER À NOS ÉQUIPES LES MOYENS D'ŒUVRER POUR LE CHANGEMENT						
Sensibiliser nos collaborateurs.rices en matière de RSE	1. Part des objectifs individuels des employé.e-s comprenant un objectif RSE	96%	100%	100%	100%	3 ^e année de mise en œuvre
Améliorer les compétences RSE de notre organisation afin que nos équipes puissent mener le changement	2. Part des collaborateurs.rices ayant accès à un parcours de formation sur la RSE, avec des modules obligatoires pour les équipes chargées des produits	100%	100%	Nouveau KPI : 95% des équipes chargées du développement des produits et de l'industrialisation suivent une formation sur les principes fondamentaux de la RSE	Nouveau KPI : 95% de tous les employé.e-s ont suivi une formation sur la D&I	5% du nombre total des heures de formation consacrées à la RSE, soit environ 700 heures
Offrir un lieu de travail inspirant au sein duquel les équipes peuvent agir	3. Nombre d'heures de travail consacrées à des programmes de volontariat	2 099	2 000	2 200	2 500	46% des employé.e-s participant dans 5 pays
2. CRÉER DES PRODUITS DÉSIRABLES ET DURABLES AVEC UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL RÉDUIT						
Concevoir nos produits en vue de réduire notre empreinte environnementale	4. Part des produits contenant des matières premières à impact réduit dans l'offre générale	65% du Prêt-à-Porter >80% en moyenne sur toutes les catégories	65% du Prêt-à-Porter	85% en moyenne sur toutes les catégories	90% en moyenne sur toutes les catégories	% de volume de production supérieur à la part de l'offre
	5. Réduction des émissions globales de CO ₂ e par produit (en % de la base de référence de 2019)	28%	27%	29%	30%	Principaux piliers de la décarbonation : augmentation de l'utilisation de matières à impact réduit, augmentation de la part du transport maritime
	6. Réduction de la consommation d'eau dans notre production, comprenant les matières premières et la fabrication (en % par rapport à 2019)	>21%	21%	23%	25%	Évolution du mix matières : diminution du coton et de la soie
Élaborer une stratégie de réparation, de réutilisation et de revente	7. Déploiement de notre nouvelle approche de circularité	1 projet	1 projet	Mettre en place un KPI pour mesurer les ventes de produits et services circulaires	Nouveau KPI : 5% des ventes liées aux produits et services circulaires	Partenariat avec Vestiaire Collective sur le Prêt-à-Porter et la Maroquinerie lancé en juin 2023
3. FAVORISER UNE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT TRANSPARENTE, TRAÇABLE ET ÉQUITABLE						
Renforcer la transparence et la traçabilité des produits	8. Part des achats effectués chez nos fournisseurs identifiés sur la liste publiée sur chloe.com	80%	80%	85%	90%	Liste de nos principaux fournisseurs
	9. Part des produits équipés d'un passeport numérique sur : • Prêt-à-Porter • Maroquinerie et Chaussures	• 100% • 18%	• 100% • 25%	• 100% • 25%	• 100% • 30%	Enjeux techniques d'industrialisation pour la Maroquinerie et les Chaussures en raison de la technologie (NFC)
	10. Part des produits de l'offre de Prêt-à-Porter et de Maroquinerie utilisant des matières premières principales entièrement traçables	10%	5%	10%	15%	Mise en œuvre de projets pilotes pour le Prêt-à-Porter et la Maroquinerie

NOS OBJECTIFS OPÉRATIONNELS & INDICATEURS CLÉS DE PERFORMANCE (KPIs)

OBJECTIF OPÉRATIONNEL	KPI CORRESPONDANT	RÉSULTAT 2023	OBJECTIF 2023	OBJECTIF 2024	OBJECTIF 2025	COMMENTAIRES 2023
Promouvoir une chaîne d'approvisionnement équitable au-delà de la conformité	11. Part d'approvisionnement Fair Trade et à impact social dans l'offre de Prêt-à-Porter	>20%	20%	22%	25%	2 nouveaux contrats d'impact social
	12. Part des fournisseurs évaluée avec l'Approche S P&L	64% des fournisseurs de Prêt-à-Porter 38% de l'ensemble des fournisseurs	Tous les fournisseurs de Rang 1 de Prêt-à-Porter	40% de l'ensemble des fournisseurs de Rang 1	50% de l'ensemble des fournisseurs de Rang 1	Nous avons décidé de tester d'autres catégories afin d'évaluer notre portefeuille de fournisseurs : 5 fournisseurs ont été évalués pour la Maroquinerie et les Chaussures
4. PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ DES GENRES AU SEIN DE L'ENTREPRISE ET AU-DELÀ, NOTAMMENT À TRAVERS L'ÉDUCATION ET L'INCLUSION FINANCIÈRE						
Continuer à promouvoir un environnement de travail exemplaire en matière d'égalité de genres	13. Part des postes de direction occupés par des femmes	71%	70%	70%	70%	Maintien d'une part élevée de femmes à des postes de direction
	14. Certification de l'égalité de rémunérations à travers le monde	Certification	Certification	Certification	Certification	Certification EQUALSALARY à travers le monde Indice de parité en France à 99
Offrir davantage d'opportunités d'éducation et d'inclusion économique aux filles et aux femmes	15. Nombre de filles et de jeunes femmes bénéficiant de la contribution de Chloé au partenariat UNICEF Girls Forward	95 000	95 000	98 000	105 000	Cette année marque le renouvellement d'un précédent partenariat de 4 ans
	16. Part des ventes retail reversée à des initiatives pour l'égalité des genres	0,4% des ventes retail	0,3% des ventes retail	0,6% des ventes retail	1% des ventes retail	Changement de référence pour la part des ventes retail pour une meilleure traçabilité des ventes
AUTRES KPIs						
1. KPI additionnel	Réduction du poids des emballages BtoC et BtoB (en % par rapport à 2021)	>15%	15%	20%	25%	Voir page 42
2. KPI additionnel	Part de fournisseurs ayant signé le Code de Conduite	95% pour le Rang 1	95% pour le Rang 1	Plus de 95% pour les Rangs 1, 2, 3	Plus de 98% pour les Rangs 1, 2, 3	Voir page 32
3. KPI additionnel	Part des fournisseurs de Rang 1 couverts par un audit	78%	/	/	> 90%	Voir page 33

Les KPIs additionnels ne sont pas couverts par le rapport de vérification de la réalisation des objectifs sociaux et environnementaux émis par l'organisme tiers indépendant.



NOS ÉQUIPES

OBJECTIF STATUTAIRE 1

DONNER À NOS ÉQUIPES LES MOYENS D'ŒUVRER POUR LE CHANGEMENT

EXAMEN DU COMITÉ DE MISSION

“Le succès d’une Société à Mission dépend de ses équipes. Chloé a élaboré une culture inclusive où les employé-e-s sont encouragé-e-s à être des leaders du changement. En tant que représentante des client-e-s au sein du Comité de Mission, je pense que la direction a transformé la façon dont la marque est perçue et vécue. Les interactions entre les client-e-s et les employé-e-s témoignent clairement de l’engagement social et environnemental de Chloé. Les investissements de l’entreprise dans des formations, des objectifs individuels de RSE et des opportunités de volontariat sont significatifs. En donnant les moyens à ses employé-e-s d’être actif.ve.s en matière d’engagement social et environnemental, Chloé s’assure que l’éthique de la marque n’est pas seulement maintenue, mais qu’elle est défendue par chacun. À l’avenir, je souhaite que les niveaux d’engagement dans ces initiatives soient encore renforcés, afin que cette approche s’étende à tous les secteurs de l’organisation. Cela créera des liens plus solides entre les employé-e-s, en particulier les équipes des boutiques, et les client-e-s, et renforcera la fidélité à la marque.”

Claire Simier
Coach Exécutive et Fondatrice de Simier Partners
Représentante Client-e-s

OBJECTIFS RSE POUR LES EMPLOYÉ·E·S

OBJECTIF STATUTAIRE 1

✓ PARTIELLEMENT
ACCOMPLI

OBJECTIF : 100% DES OBJECTIFS INDIVIDUELS DES EMPLOYÉ·E·S COMPORTENT UN OBJECTIF RSE

INTÉGRER LES INITIATIVES DE RSE DANS L'ÉVALUATION DES PERFORMANCES DES EMPLOYÉ·E·S

Cette année, 96% des employé·e·s avaient un objectif RSE parmi leurs objectifs individuels, manquant de peu notre objectif de 100%.

Au cours des trois dernières années, Chloé a progressé dans l'intégration de la responsabilité sociale et environnementale au sein de l'organisation. L'un des aspects clés de ce parcours a été l'intégration réussie des objectifs RSE de Chloé dans les objectifs individuels de performance pour chaque employé·e, couvrant tous les départements. Cette initiative, menée par notre équipe des ressources humaines, continue de favoriser l'engagement des équipes.

Les managers déterminent des objectifs RSE annuels spécifiques pour chaque membre de leur équipe. À l'instar d'autres indicateurs de performance personnelle, ces KPIs sont conçus pour être mesurables et définis dans le temps.

ENCOURAGER LES EMPLOYÉ·E·S GRÂCE À DES BONUS LIÉS À LA RSE

Ces objectifs RSE sont intégrés dans les bonus versés aux employé·e·s éligibles. 5% à 30% du bonus d'un·e employé·e éligible peut être liée à ses objectifs d'engagement social et environnemental. Cela renforce notre engagement à intégrer la RSE dans la culture d'entreprise de Chloé, en reconnaissant et en récompensant les contributions de nos employé·e·s pour atteindre nos objectifs.

EXEMPLES D'OBJECTIFS RSE :

- Équipes d'industrialisation : augmentation de la part des matières à impact réduit dans les offres par catégorie
- Équipes produits : lancement de projets pilotes sur la circularité et l'éco-conception
- Équipes de communication : objectifs de réduction des émissions CO₂e lors des défilés
- Équipes e-commerce : déploiement du passeport numérique dans toutes les catégories de produits
- Équipes de vente retail : mise en place d'une formation sur la RSE pour le personnel des boutiques

"JE CONSTATE DIRECTEMENT L'IMPACT DE L'INTÉGRATION DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE DANS NOS ÉVALUATIONS DE LA PERFORMANCE. CHAQUE EMPLOYÉ, PAR LE BIAIS D'OBJECTIFS INDIVIDUELS DE PERFORMANCE PERSONNALISÉS, CONTRIBUE DIRECTEMENT À NOS OBJECTIFS SOCIAUX OU ENVIRONNEMENTAUX, ET JUSQU'À 30% DES PRIMES SONT LIÉES À CES INDICES DE PERFORMANCE. NOUS FAISONS DE LA RSE UN ASPECT MESURABLE ET RÉCOMPENSÉ DE NOTRE CULTURE PROFESSIONNELLE. IL S'AGIT D'UNE APPROCHE PRATIQUE ET EFFICACE QUI GARANTIT QUE NOTRE ENGAGEMENT EST ANCRÉ DANS TOUS LES ASPECTS DE NOS ACTIVITÉS."

Camille Pilliard
Responsable Développement International RH, Chloé

FORMATIONS SUR LA RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

OBJECTIF STATUTAIRE 1

✓ ATTEINT

OBJECTIF : 100% DES EMPLOYÉ·E·S ONT ACCÈS À UN PARCOURS DE FORMATION SUR LA RSE, AVEC UNE FORMATION OBLIGATOIRE POUR LES ÉQUIPES PRODUITS SUR LES MATIÈRES À IMPACT RÉDUIT ET LA CIRCULARITÉ

Nous considérons les personnes comme des agents de changement ayant le pouvoir d'accélérer nos progrès vers nos objectifs RSE. Notre objectif est de former tous les employé·e·s de Chloé à la RSE, en leur fournissant des connaissances et une expertise techniques dans leurs domaines de travail respectifs, ainsi que les outils nécessaires pour participer activement à cette transition.

Chloé s'assure que 100% des collaborateurs·rices ayant un contrat à durée indéterminée à travers le monde, y compris les employé·e·s de nos boutiques, ont un accès complet à nos programmes de formation. La RSE fait partie de notre programme d'intégration appelé « Devenez Chloé » et notre programme de formation global comprend des sessions trimestrielles axées sur l'engagement social et environnemental sur des sujets tels que l'éco-conception, l'approvisionnement responsable, l'égalité des genres et la Diversité et Inclusion.

En équipant nos employé·e·s avec les outils et les compétences nécessaires, nous leur permettons de prendre au quotidien des décisions alignées sur nos objectifs de mission.

FOCUS SUR LA FRESQUE DU CLIMAT

Nous avons continué à proposer des formations spécialisées sur le changement climatique au personnel de notre siège social et de nos boutiques. En 2023, nous avons organisé des ateliers Fresque du Climat qui ont accueilli 54 participants. Nous avons formé plus de 313 employé·e·s Chloé à la Fresque du Climat depuis 2021.

FOCUS SUR L'ÉCO-CONCEPTION ET LES MATIÈRES À IMPACT RÉDUIT

Cette année, 41 employé·e·s ont été formé·e·s à l'éco-conception, aux matières à impact réduit et à la circularité. Le nombre total d'employé·e·s formé·e·s dépasse ainsi 123, soit environ 80% de nos équipes travaillant directement à la création de produits.



Employé·e·s Chloé participant à la Fresque du Climat

VOLONTARIAT

OBJECTIF STATUTAIRE 1



OBJECTIF : CONSACRER 2000 HEURES DE TRAVAIL À DES PROGRAMMES DE VOLONTARIAT

VOLONTARIAT AVEC NOS EMPLOYÉ·E·S

Afin d'inspirer nos équipes à s'engager, nous offrons à tous nos employé·e·s l'accès à 16 heures de volontariat par an auprès d'ONG alignées sur notre objectif : Women Forward. Vers un avenir plus équitable. Nous travaillons avec plus de 15 ONG à travers le monde qui contribuent à l'égalité des genres, à la responsabilité environnementale et à l'égalité sociale grâce à différents services, notamment le mentorat et le travail de terrain.

Le volontariat crée un sentiment d'appartenance à leur communauté parmi les employé·e·s, les client·e·s et les organisations impliqués. Ces activités renforcent les objectifs de notre mission et créent des expériences partagées.

VOLONTARIAT AVEC NOS CLIENTES

Nous offrons actuellement des opportunités de volontariat à nos clientes françaises.

Notre objectif est que l'interaction avec les ONG crée une opportunité pour les clientes de découvrir notre engagement en faveur de l'avancement des jeunes femmes plutôt que de simplement lire ou entendre des informations à ce sujet. Nous pensons non seulement que ces opportunités améliorent l'expérience globale des clientes avec Chloé, mais nous espérons également qu'en présentant ces ONG aux clientes, elles seront motivées à poursuivre leur engagement.

Nous prévoyons d'étendre nos programmes de volontariat des clientes au-delà de la France en 2024, offrant ainsi encore plus d'opportunités d'engagement à nos clientes.

RÉALISATIONS ET PERSPECTIVES

Cette année, nous avons atteint notre objectif de 2 000 heures de volontariat avec 46% des employé·e·s participant à au moins une mission de volontariat. Notre objectif est d'atteindre 2 200 heures pour l'année prochaine, en phase avec notre objectif de 2 500 heures d'ici 2025.

Pour faciliter notre démarche, nous prévoyons d'organiser l'année prochaine une journée dédiée au volontariat pour notre siège social de Paris. En fermant le bureau pendant quelques heures, notre objectif est d'encourager nos employé·e·s à prendre part à nos efforts de volontariat.

Nombre total d'heures de volontariat		
2021	2022	2023
800 h	1 455 h	2 099 h

FOCUS SUR RÊV'ELLES

À PROPOS DE RÊV'ELLES

En tant que partenaire Women Forward de Chloé depuis octobre 2022, Rêv'Elles est une association française à but non lucratif fondée en 2013 avec pour mission d'offrir aux filles la confiance, les outils et les opportunités dont elles ont besoin pour surmonter leurs difficultés et révéler leur potentiel. Grâce à ce programme, les jeunes filles et les femmes de milieu modeste bénéficient d'un soutien pour définir et atteindre leurs objectifs personnels et professionnels. Les jeunes filles présentent leur projet à un jury composé de femmes, qui leur apportent des conseils et des retours, suivis d'un programme de mentorat de cinq mois. Vous trouverez plus d'informations sur notre contribution à cette organisation à la page 39.

EMPLOYÉ·E·S

CLIENT·E·S



© Pauline Gouablin

Naomi Soumahoro
Assistante de Gestion
du Merchandising, Chloé

"LA PARTICIPATION AU PROGRAMME DE MENTORAT DE RÊV'ELLES A ÉTÉ UNE EXPÉRIENCE INCROYABLEMENT ENRICHISSANTE POUR MOI. VOIR LA DÉTERMINATION ET L'ASPIRATION DANS LES YEUX DE CES JEUNES FILLES ALORS QU'ELLES NAVIGUAIENT ENTRE LEURS RÊVES ET LEURS DÉFIS M'A RAPPELÉ LE POUVOIR DE L'ORIENTATION ET DU SOUTIEN. L'EXPÉRIENCE NE CONSISTAIT PAS SEULEMENT À TRANSMETTRE DES CONNAISSANCES OU DES CONSEILS ; IL S'AGISSAIT D'UN VOYAGE À DOUBLE SENS GRÂCE AUQUEL JE ME SUIS SOUVENUE DE LA RÉSILIENCE, DE L'ESPOIR ET DU POTENTIEL CHEZ LES FILLES LORSQUE NOUS LEUR DONNONS ACCÈS À DES OPPORTUNITÉS. C'EST GRATIFIANT DE SAVOIR QUE L'ENGAGEMENT DE NOTRE ENTREPRISE OUVRE LA VOIE À UN AVENIR MEILLEUR POUR CES JEUNES FEMMES."



© Pauline Gouablin

L'une de nos clientes françaises
s'exprimant lors d'un événement RVL
ton potentiel

Cette année, trois clientes de Chloé ont été invitées à faire partie du jury du programme « RVL ton Potentiel » (révèle ton potentiel), l'une des initiatives clés menées par Rêv'Elles avec plus de 250 jeunes femmes participantes sur trois sessions. Cette initiative a commencé en tant que projet pilote en 2022 et est depuis devenue récurrente pour notre équipe Expérience client. Ces expériences permettent non seulement à nos client·e·s de mieux comprendre nos partenariats Women Forward, mais aussi de renforcer le lien entre les valeurs de Chloé et les organismes à but non lucratif avec lesquels nous collaborons. En participant directement à ces programmes, nos client·e·s ont un aperçu direct de l'impact tangible de ces initiatives.

68% DES JEUNES FILLES SOUTENUES PAR RÊV'ELLES DÉCLARENT QUE LEUR RELATION AVEC LEURS ÉTUDES S'EST AMÉLIORÉE
ET 92% DÉCLARENT SE SENTIR MIEUX DANS LEUR PEAU.



PRODUITS

OBJECTIF STATUTAIRE 2

CRÉER DES PRODUITS DÉSIRABLES ET DURABLES AVEC UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL RÉDUIT

EXAMEN DU COMITÉ DE MISSION

“Après avoir examiné les objectifs de Chloé pour ses produits, il est clair que l’entreprise approfondit la compréhension de ses impacts et fait progresser ses objectifs en matière d’engagement social et environnemental. Ses initiatives en matière d’éco-conception et de transport ont permis de réduire son empreinte carbone. La priorité donnée par Chloé aux matières à impact réduit démontre un changement dans ses pratiques de production. Cela lui a permis d’atteindre ses objectifs de réduction d’émission de gaz à effet de serre pour 2025 avec deux ans d’avance. La mise en place d’initiatives en matière de circularité souligne son engagement à repenser le fonctionnement habituel de l’entreprise. Chloé doit désormais fixer sa trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre pour 2030.”

Lubomila Jordanova
PDG et Fondatrice de Plan A
Membre du Comité depuis mars 2023

MATIÈRES À IMPACT RÉDUIT

OBJECTIF STATUTAIRE 2

✓ ATTEINT

OBJECTIF : EN MOYENNE, 65% DE L'OFFRE ANNUELLE DE PRÊT-À-PORTER DE CHLOÉ EST FAITE À PARTIR DE MATIÈRES À IMPACT RÉDUIT

Les matières premières représentent la part la plus significative de notre empreinte carbone (54% des biens et services achetés, voir plus d'information à la page 21) c'est pourquoi nous optons pour des matières à impact réduit dans la mesure du possible.

MATIÈRES À IMPACT RÉDUIT

Par rapport à leur équivalent conventionnel, les matières à impact réduit permettent, sur la base de faits, d'études scientifiques et de certifications, une réduction de l'empreinte carbone, de la consommation d'eau, de la perte de biodiversité et/ou d'une amélioration du bien-être animal. Voici des exemples de matières à impact réduit :

- Matières certifiées issues de l'agriculture biologique
- Matières recyclées pour réduire la pression sur les ressources naturelles et l'agriculture
- Cuir produit par des tanneries qui respectent des pratiques environnementales plus vertueuses

Des règles et une liste complète de ce que Chloé considère comme des matières à impact réduit ont été élaborées en coopération avec des experts externes en utilisant notamment des Analyses de Cycle de Vie (ACV). La liste est mise à jour annuellement et disponible sur chloe.com. Elle comprend également notre politique en matière de bien-être animal.



L'année prochaine, nous visons à ce que 86% des produits Chloé soient fabriqués principalement à partir de matières à impact réduit.

AUTRES INITIATIVES

Nous avons rejoint le Leather Working Group en 2017, une communauté mondiale multipartite de la chaîne d'approvisionnement du cuir, qui s'efforce de promouvoir des pratiques environnementales plus vertueuses dans la fabrication du cuir et les secteurs d'activité connexes.

Nous continuons à travailler sur l'augmentation de l'utilisation de matières synthétiques recyclées dans le Prêt-à-Porter afin de réduire l'utilisation de sources pétrochimiques vierges.

Catégorie	Prêt-à-Porter	Ma-roquinerie	Chaus-sures
% de produits à impact réduit dans l'offre	65%	90%	93%
% de produits à impact réduit dans le volume de production	65%	79%	93%

Période d'avril 2023 à mars 2024 (saisons Printemps 2024, Été 2024, Automne 2024 et Hiver 2024)

La méthodologie complète de calcul se trouve en annexe à la page 51.

	2021	2022	2023
% de produits à impact réduit dans l'offre	61%	80%	86%

Période : avril 2023 à mars 2024

ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

OBJECTIF STATUTAIRE 2

✓ ATTEINT

OBJECTIF : 27% DE RÉDUCTION DES ÉMISSIONS GLOBALES DE GAZ À EFFET DE SERRE PAR PRODUIT PAR RAPPORT À 2019

En tant que Maison de Richemont, Chloé adhère au plan de réduction des émissions de gaz à effet de serre de Richemont pour 2025 et 2030⁽¹⁾ et contribue aux objectifs de réduction carbone en intensité économique des catégories du Scope 3, qui ont diminué de 18% en 2023 par rapport à 2019, année de référence.

En 2023, notre empreinte carbone globale était de 63 395 tCO₂e. Plus de 99% de ces émissions ont été générées par les catégories du Scope 3 et moins de 1% par celles des Scopes 1 et 2. Vous pouvez consulter notre méthodologie à la page 56.

Notre objectif était de réduire nos émissions de gaz à effet de serre de 27% par produit en 2023 et d'atteindre une réduction supplémentaire de 30% d'ici 2025. Nous avons atteint notre objectif et réduit de 28% de CO₂e par produit en 2023. Cette réduction peut être largement attribuée à trois actions :

- L'augmentation de l'utilisation de matières à impact réduit dans nos collections nous a permis de réduire les achats de matières conventionnelles. Cette année, en moyenne, 65% de matières à impact réduit ont été utilisés dans les collections de Prêt-à-Porter de Chloé (voir page 20).
- L'arrêt de la gamme de produits See By Chloé, permettant de réduire l'impact de l'approvisionnement à l'échelle mondiale.
- L'optimisation de notre taux d'écoulement grâce à un meilleur processus de suivi et de gestion des stocks.

Nous avons réduit le poids de nos Chaussures, ce qui a permis de réduire l'impact sur l'ensemble de notre chaîne de valeur, en particulier en matière d'émissions de gaz à effet de serre résultant des transports. Par exemple, notre basket Nama qui connaît un volume important de ventes est 32% plus légère que notre précédent modèle de basket Sonnie.

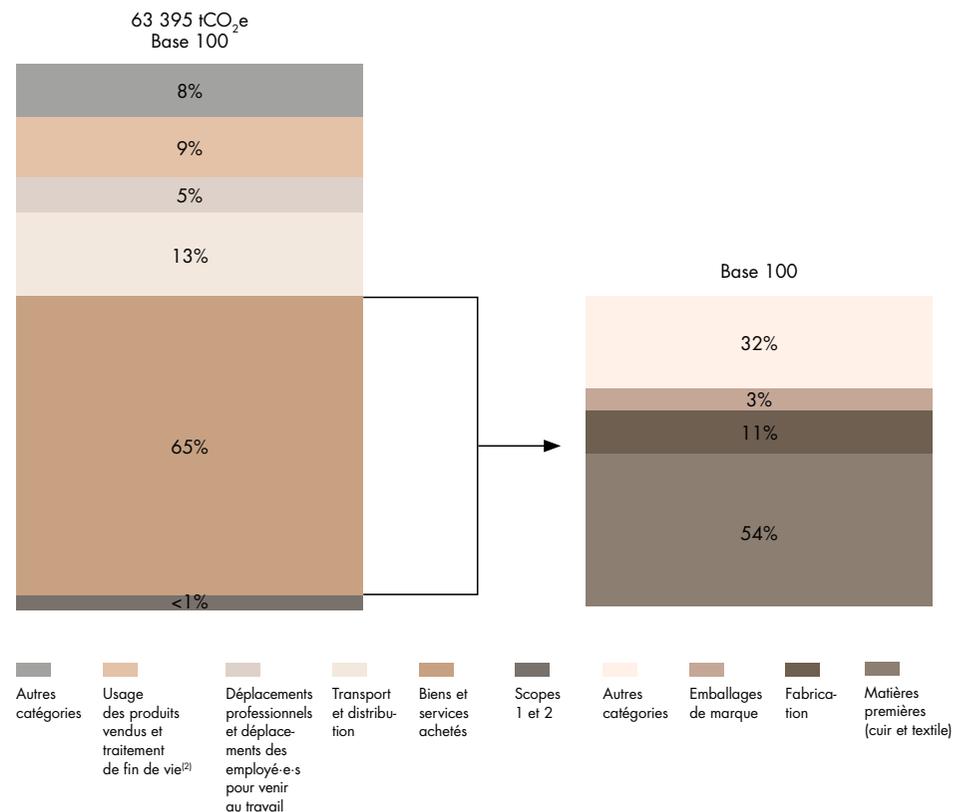
⁽¹⁾ 46% de réduction des émissions de gaz à effet de serre pour les Scopes 1 et 2 en valeur absolue, 55% de réduction par dollar de valeur ajoutée des émissions de gaz à effet de serre en intensité économique pour le scope 3 provenant des biens et services achetés et des voyages d'affaires, 100% d'électricité d'origine renouvelable pour 2025 et 20% des fournisseurs de Richemont couvrant les biens et services achetés, le transport en amont et la distribution auront des objectifs fondés sur les données scientifiques (SBT, Science-Based Targets) pour 2025.

⁽²⁾ En ce qui concerne la catégorie 3.11, « usage de produits vendus », les données prennent en compte l'endroit où les produits ont été vendus, le nombre de jours portés et l'usage, tel que le lavage, l'entretien et le repassage. Plusieurs scénarios ont été définis sur la base des instructions d'entretien de l'étiquette. Nous mènerons une enquête auprès de nos client-e-s pour affiner la mesure.

Graphique 1 : Réduction des émissions de gaz à effet de serre par produit

2021	2022	2023
-19% CO ₂ e	-25% CO ₂ e	-28% CO ₂ e

Graphique 2 : Émissions globales de gaz à effet de serre pour 2023



ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE : FOCUS SUR LE TRANSPORT

OBJECTIF STATUTAIRE 2

✓ ATTEINT

OBJECTIF : 27% DE RÉDUCTION DES ÉMISSIONS GLOBALES DE GAZ À EFFET DE SERRE PAR PRODUIT PAR RAPPORT À 2019

Le transport et la distribution de nos produits sont le deuxième contributeur à nos émissions globales de gaz à effet de serre, représentant 13% des émissions.⁽¹⁾

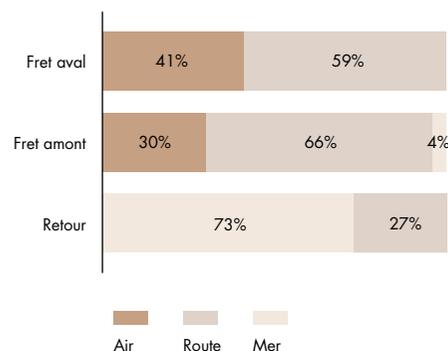
En 2023, ces émissions ont été réduites de 34% par rapport à 2019. Cette diminution peut être attribuée aux mêmes mesures clés expliquées à la page précédente, ainsi qu'à de nouvelles mesures mises en place au sein de notre chaîne d'approvisionnement :

- Optimisation de 15% des taux de remplissage des cartons transportant nos produits. Cela a été réalisé principalement en réduisant l'espace vide des catégories Maroquinerie et Chaussures au niveau des emballages secondaires et tertiaires.
- Priorité au fret maritime de 40% de nos produits de la collection permanente, le transport maritime émettant moins d'émissions de gaz à effet de serre que le transport aérien.⁽²⁾

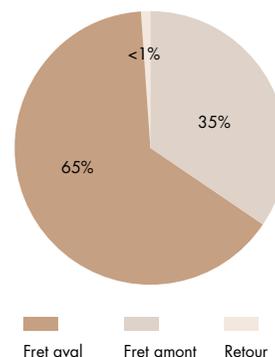
Pour 2024, nous nous sommes fixé.e.s les nouveaux objectifs suivants :

- Augmentation de 60% de la part du fret maritime par rapport au fret aérien pour les produits de la collection permanente
- Augmentation du flux de transport direct des fabricants vers les régions, en réduisant nos tonnes par kilomètre
- Réduction supplémentaire de 5% de l'espace vide dans les cartons en optimisant le taux de remplissage pendant le transport pour les catégories Maroquinerie et Chaussures
- Lancement d'un projet pilote de transport maritime à propulsion vélique pour les produits de la collection permanente et le retour des produits.

Graphique 1 : Pourcentage de quantités livrées par mode de transport⁽³⁾



Graphique 2 : Part de nos émissions de gaz à effet de serre dans notre chaîne d'approvisionnement⁽³⁾



“L'ÉQUIPE DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT S'EST ENGAGÉE À RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DE CHLOÉ, EN PARTICULIER EN OPTIMISANT LE POIDS DES PRODUITS ET DES EMBALLAGES, EN RÉDUISANT LES TONNES PAR KILOMÈTRE ET EN REMPLAÇANT LE TRANSPORT AÉRIEN PAR DU TRANSPORT MARITIME CHAQUE FOIS QUE CELA EST POSSIBLE.”

Sébastien Vinet
Supply Chain Director, Chloé

⁽¹⁾ Cela inclut toutes les opérations de transport et de distribution (entrantes, sortantes et retour), qui sont organisées et payées par Richemont et Chloé (Chloé appartenant à Richemont), en tenant également compte des expéditions aux client.e.s (livraisons commerce en ligne).

⁽²⁾ Source : Base Empreinte Ademe

⁽³⁾ Cela inclut les opérations de transport et de distribution (entrantes, sortantes et retour) sans les livraisons commerce en ligne aux client.e.s et sans les opérations de transport depuis le siège social.

ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE : FOCUS SUR LES SCOPES 1 ET 2



OBJECTIF : RÉDUCTION DE 25% DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE DES SCOPES 1 ET 2

Les émissions des Scopes 1 et 2 représentent moins de 1% de nos émissions globales.

En 2023, nos émissions des Scopes 1 et 2 étaient égales à 459 tCO₂e, contre 2 471 tCO₂e en 2019. Cela représente une réduction de 81% (voir Graphique 1).

À l'origine, notre objectif était de réduire les émissions de gaz à effet de serre en valeur absolue des Scopes 1 et 2 de 25% d'ici 2025 par rapport à l'année de référence 2019. Cela équivaut à une réduction en valeur absolue de 4,2% chaque année, ce qui correspond à la trajectoire de 1,5 °C fixée par l'Accord de Paris et au plan de réduction des émissions de gaz à effet de serre de Richemont.

Cet objectif a été dépassé, grâce à une baisse de 81% largement due à l'augmentation de la part d'électricité d'origine renouvelable achetée, passant de 25% en 2019 à 92% en 2023.

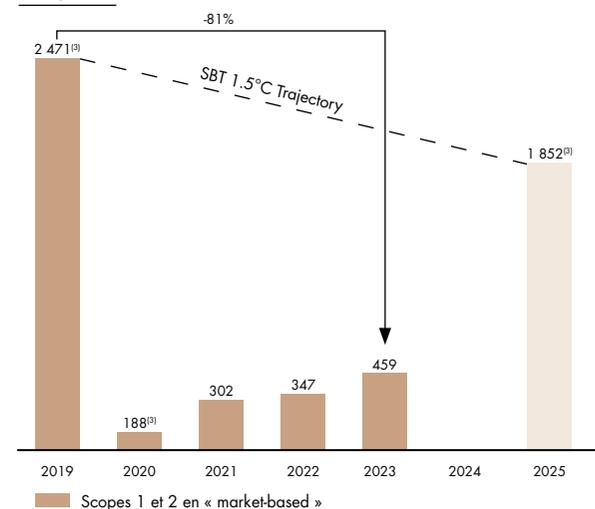
L'achat d'électricité d'origine renouvelable par le biais de certificats d'attributs énergétiques (EAC) ou d'actions locales en vue de passer à des solutions d'électricité d'origine renouvelable provenant de fournisseurs locaux n'est qu'une solution partielle à la réduction de notre empreinte carbone.

Nous devons également réduire la consommation énergétique de nos bâtiments.

Depuis 2022, Chloé a lancé un processus de certification de ses bâtiments. Quatre nouveaux magasins ont été certifiés LEED Gold, pour un total de 7 magasins certifiés GOLD et 2 entrepôts certifiés LEED et BREEAM. Chloé s'est fixée pour objectif que 100% de ses boutiques soient certifiées LEED d'ici 2030, lorsque cela est possible.⁽¹⁾

La consommation d'énergie de l'ensemble de nos bâtiments pour 2023 était de 5,68 GWh, soit une baisse de 20% par rapport à 2019, et une augmentation de 18% par rapport à 2022, en raison d'une collecte de données plus précise et exhaustive (voir Graphique 2). Concernant nos boutiques, nous continuons de veiller à la mise en place d'un éclairage LED au sein de notre réseau de boutiques et nous travaillons à équiper les magasins d'une gestion technique. Pour notre siège parisien, et dans le cadre du décret tertiaire⁽²⁾, nous avons mis en place des pratiques d'économie d'énergie telles que l'allumage de l'éclairage par une minuterie et l'ajustement de la température de chauffage en fonction de la présence sur site, ce qui nous permet d'obtenir une réduction moyenne de 15%.

Graphique 1 : Émissions de gaz à effet de serre pour les Scopes 1 et 2 par an



Graphique 2 : Consommation globale d'énergie par an (Scopes 1 & 2)

GWh	2019	2021	2022	2023
Consommation d'énergie directe	0,52	0,93	0,94	0,40
Consommation d'énergie indirecte	6,55	4,48	3,86	5,28
Consommation globale d'énergie	7,07	5,41	4,8	5,68

⁽¹⁾ « Lorsque cela est possible » signifie lorsque Chloé est l'intervenant principal de l'ensemble du point de vente, des murs et de l'intérieur. Les partenaires de distribution comme les grands magasins sont exclus.

⁽²⁾ Le décret tertiaire ou DEET (Dispositif Eco-Energie Tertiaire) impose aux entreprises françaises de réduire de 60% la consommation d'énergie de leurs bâtiments servant à des activités tertiaires d'ici 2050. Vous pouvez consulter le site Internet de l'Ademe.

⁽³⁾ Données modifiées

CONSOMMATION D'EAU

OBJECTIF STATUTAIRE 2



OBJECTIF : RÉDUCTION DE 21% DE LA CONSOMMATION D'EAU, POUR LES MATIÈRES PREMIÈRES ET LA FABRICATION PAR RAPPORT À 2019

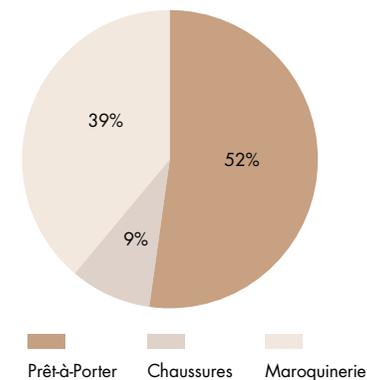
Entre 2019 et 2023, notre consommation d'eau a diminué de 62%. En 2023, notre consommation d'eau totale était de 1 225 397 mètres cubes.

Le graphique 1 montre la répartition de la consommation d'eau entre les différentes catégories de produits.⁽²⁾ Par rapport à 2019, la consommation d'eau pour les produits de Prêt-à-Porter (matières premières et fabrication) a diminué de 66% à 52% en raison du recours à des matières nécessitant moins d'eau :

- Coton : réduction de 67% du volume acheté en 2023 par rapport à 2019 et augmentation de 25% des achats de coton à impact réduit au niveau de la production
- Cachemire : 51% de cachemire recyclé utilisé dans la production en 2023, soit une consommation doublée par rapport à 2019
- Soie : réduction de 54% du volume acheté en 2023 par rapport à 2019, et 20% de soie à impact réduit utilisée dans la production en 2023

Nous sommes conscients que la consommation d'eau n'est qu'une partie de l'impact lié à l'eau. Les pénuries d'eau deviennent critiques et affectent directement les disponibilités en eau douce, représentant une menace importante pour les communautés. C'est pourquoi nous avons lancé un nouveau projet aligné sur la méthodologie SBTN pour prendre en compte la quantité et la qualité de l'eau dans toute notre chaîne de valeur.

Graphique 1 : Répartition de la consommation d'eau par catégorie de produits pour les matières premières et la fabrication en 2023



Graphique 2 : Répartition en% du volume utilisé en production et mètres cubes d'eau consommés par matière première en 2023

	% tonnes	% m ³
Fibres animales	5,0%	56,4%
Fibres végétales	21,6%	34,1%
Cuir	41,2%	5,4%
Fibres cellulosiques artificielles	0,27%	Moins de 1%
Fibres synthétiques	9,5%	2,4%
Autres	22,5%	1,8%

⁽¹⁾ Voir méthodologie aux pages 54 et 55

⁽²⁾ Nous mesurons la consommation d'eau pour nos 4 catégories de produits : Prêt-à-Porter, Maroquinerie, Chaussures et Accessoires de Mode. L'empreinte eau des Accessoires de Mode étant très faible (-1%), nous avons décidé de ne pas les intégrer dans nos graphiques.

CIRCULARITÉ

OBJECTIF STATUTAIRE 2

✓ ATTEINT

OBJECTIF : COMMENCER À DÉPLOYER NOTRE NOUVELLE APPROCHE DE CIRCULARITÉ

PARTENARIAT AVEC VESTIAIRE COLLECTIVE LANCÉ EN JUIN 2023

En juin 2023, Chloé a lancé un partenariat avec Vestiaire Collective, la plateforme de revente de produits de luxe certifiée B Corp, proposant un service de « revente instantanée » qui prolonge la durée de vie des produits et reflète l'engagement de la Maison sur le marché de la seconde main. Ce service a été une première dans le secteur. Les client-e-s peuvent renvoyer et vendre leurs articles Chloé via la plateforme de Vestiaire Collective. Tous les produits équipés d'un passeport numérique permettent aux client-e-s une expérience de vente simplifiée. En accédant à un formulaire prérempli Chloé x Vestiaire Collective, les client-e-s peuvent confirmer l'état de l'article, télécharger des images du produit et recevoir une offre immédiate de la part de Vestiaire Collective.

Une fois que le prix d'un article a été convenu et que le produit a été authentifié et contrôlé par la plateforme de revente, les client-e-s reçoivent leur paiement sans avoir à attendre que leur revente soit finalisée.

Les client-e-s peuvent choisir parmi trois options d'échange :

- Un bon d'achat qui peut être utilisé sur notre site Chloé en ligne.
- Un bon d'achat Vestiaire Collective, une première pour la plateforme, démontrant le soutien de Chloé à la seconde main.
- Sinon, un don caritatif peut être réalisé en faveur de projets de l'UNICEF pour l'égalité des genres, reflétant ainsi l'engagement de Chloé pour cette cause.

Les sacs de toutes les collections sont acceptés dans le cadre du partenariat. Ce service est disponible aux États-Unis, en Europe et au Royaume-Uni. Plus d'informations [ici](#).

METTRE EN PLACE UNE STRATÉGIE DE RÉPARATION, RÉUTILISATION ET REVENTE

Chez Chloé, les produits sont destinés à durer, à être chéris et à être transmis d'une femme à une autre. Cependant, nous sommes conscients qu'il existe encore des possibilités d'amélioration. C'est pourquoi une partie de notre stratégie de circularité consiste à améliorer notre offre après-vente grâce à de nouveaux services conçus pour prolonger la durée de vie de nos produits. Cette année, par exemple, nous avons testé un service d'entretien pour nos sacs en France, avec pour but de le proposer prochainement sur les marchés principaux du monde.



POUR ALLER PLUS LOIN :

5% de nos ventes réalisées à partir d'un produit circulaire ou d'une offre circulaire* d'ici 2025

* Voir définition dans le glossaire



CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

OBJECTIF STATUTAIRE 3

METTRE EN PLACE UNE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT TRANSPARENTE, TRAÇABLE ET ÉQUITABLE

EXAMEN DU COMITÉ DE MISSION

“Après avoir examiné les objectifs de production de Chloé, il est évident que ses efforts stratégiques se traduisent par des améliorations mesurables au sein de sa chaîne d’approvisionnement. Le secret des avancées d’une maison de mode en matière d’impacts sociaux et environnementaux repose sur la compréhension de sa chaîne de valeur. Cette année, Chloé s’est consacrée à la structuration et à la réalisation de plusieurs projets :

1. Le test réussi du déploiement de passeports digitaux, qui couvrent déjà 100% du Prêt-à-Porter, a mené à l’idée d’associer ces informations à un certificat numérique d’authenticité pour faciliter la revente potentielle et la deuxième vie des produits. Poussés par la loi AGECE en France, les progrès liés au passeport numérique au sein de la chaîne d’approvisionnement sont complexes à mettre en œuvre mais témoignent de la solidité de l’engagement de Chloé vers toujours plus de traçabilité et de circularité.
2. Finalisation et signature des premiers « contrats à impact social ». Il s’agit d’une approche qui fait progresser concrètement les fournisseurs traditionnels sur les questions de salaire décent, de performances environnementales et d’éthique. Ces contrats ouvrent des discussions nécessaires et courageuses.”

Elisabeth Laville
PDG et Fondatrice d'UTOPIES

PASSEPORT NUMÉRIQUE DES PRODUITS

OBJECTIF STATUTAIRE 3

✓ PARTIELLEMENT ACCOMPLI

OBJECTIF : PASSEPORT NUMÉRIQUE DÉPLOYÉ SUR 100% DU PRÊT-À-PORTER ET 25% DES CHAUSSURES ET DE LA MAROQUINERIE

La traçabilité des matières, de leur origine jusqu'à la pièce finie, améliore notre capacité à sélectionner des matières à impact réduit. En partageant ces informations de traçabilité avec nos client-e-s, nous leur donnons les moyens de prendre des décisions d'achat plus éclairées.

Conformément à cet objectif, nous avons introduit le passeport numérique (Digital ID) lors du lancement de la collection Chloé Vertical le 7 avril 2023. Le passeport numérique nous aide également à nous conformer à la loi anti-gaspillage pour une économie circulaire (AGEC) française, qui exige des informations de traçabilité pour les catégories Chaussures et Prêt-à-Porter.

FONCTIONNEMENT

En scannant le passeport numérique unique intégré à chaque produit (codes QR ou micropuces), les client-e-s sont dirigé-e-s vers un site Internet détaillant l'ensemble du processus de fabrication, des instructions d'entretien et de réparation, ainsi qu'un certificat d'authenticité grâce auquel ils-elles ont accès directement aux options de revente. Cette technologie peut être utilisée par notre personnel en boutique afin d'améliorer l'expérience client, communiquer les engagements de Chloé et expliquer les attributs des produits en matière de responsabilité sociale et environnementale.

"Nous sommes fiers d'avoir soutenu Chloé dans le projet du passeport numérique en apportant nos étiquettes tissées et connectées avec des codes QR uniques. La confiance et la collaboration étaient essentielles pour intégrer notre savoir-faire dans le projet. L'esprit de partenariat encouragé par les équipes Opérations et Sustainability de Chloé a permis un engagement concret pour le développement durable, l'expérience client et la notoriété de la marque."

Benoit Neyret
PDG, Neyret

INFORMATIONS SUR LA TRAÇABILITÉ

La traçabilité est essentielle à l'amélioration de notre impact environnemental et social. Grâce au passeport numérique, nos client-e-s bénéficient de plus de transparence sur les étapes de fabrication d'un produit.

AUTHENTICITÉ

Le passeport numérique fournit également un certificat d'authenticité qui rassure le client.e lors de son achat et facilite les services après-vente tels que l'entretien, la réparation et la revente.

ENGAGEMENT DU CLIENT

Depuis le lancement du projet, l'un de nos défis a été d'encourager les client.e.s à utiliser activement la fonction du passeport numérique. Pour l'année à venir, nous prévoyons d'améliorer son adoption en augmentant les efforts de communication, en formant plus efficacement le personnel des boutiques, et en proposant de nouveaux services aux client.e-s.

OBJECTIFS

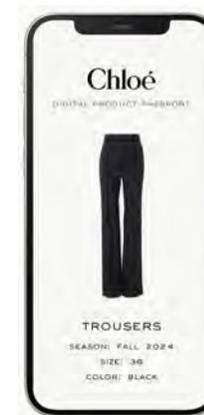
Cette année, notre objectif était d'équiper 100% des produits du Prêt-à-Porter avec un passeport numérique et 25% dans la Maroquinerie et les Chaussures.

Nous avons atteint 100% pour le Prêt-à-Porter et 18% pour la Maroquinerie et les Chaussures. Ce taux inférieur pour la Maroquinerie et les Chaussures est dû à l'intégration complexe des micro-puces dans le cuir et les semelles des chaussures, en raison des différentes matières utilisées.

Pour 2025, nous souhaitons poursuivre notre avancée en intégrant des passeports digitaux aux autres catégories de produits et en équipant 30% des collections Maroquinerie et Chaussures, tout en conservant 100% du Prêt-à-Porter.

% de produits équipés d'un passeport numérique	
Prêt-À-Porter	Maroquinerie et Chaussures
100%	18%

Période : d'avril 2023 à mars 2024 (saisons Printemps 2024, Été 2024, Automne 2024 et Hiver 2024)



SCANNER POUR VOIR L'EXPÉRIENCE CLIENT



TRACABILITÉ DES MATIÈRES PREMIÈRES

OBJECTIF STATUTAIRE 3

✓ ATTEINT

OBJECTIF : 5% DE L'OFFRE DE PRÊT-À-PORTER ET DE MAROQUINERIE UTILISANT DES MATIÈRES PREMIÈRES PRINCIPALES ENTIÈREMENT TRACABLES

La traçabilité est la capacité à suivre les matières et les produits tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Obtenir une traçabilité complète, depuis le champ jusqu'au produit fini, est un processus complexe.

L'impact de nos matières sur le changement climatique et la biodiversité est important au début de la chaîne d'approvisionnement, au niveau des pratiques agricoles sur le terrain.*

DÉFINITION

Chez Chloé, une matière première entièrement traçable a une chaîne d'approvisionnement connue et contrôlable, vérifiable et constante pendant toute la production d'un article.

Un produit de Prêt-à-Porter ou de Maroquinerie est considéré comme entièrement traçable si sa matière principale l'est également. À chaque étape de la chaîne d'approvisionnement, nous exigeons les noms, adresses et régions précises (province, comté, pays) des fournisseurs impliqués, y compris ceux des sous-traitants.

MAROQUINERIE

Afin d'améliorer notre connaissance de notre chaîne d'approvisionnement en cuir, nous avons consulté nos principales tanneries

(représentant 80% de notre volume de cuir), et mené des entretiens et des visites sur site. Nous demandons également à toutes nos tanneries et à tous nos partenaires de fabrication de signer une lettre d'engagement dans laquelle ils promettent de respecter la règle d'approvisionnement de Chloé qui stipule une utilisation de cuir bovin provenant uniquement d'animaux nés, élevés et abattus en Europe.

Grâce à ces directives, 11% de notre gamme de produits de Maroquinerie est maintenant considérée comme entièrement traçable, depuis les régions agricoles jusqu'aux fabricants. De plus, nous avons recueilli des données pour suivre chaque étape, de la région d'origine aux produits finis.

PRÊT-À-PORTER

Afin de poursuivre nos efforts en vue d'une meilleure traçabilité du Prêt-à-Porter, nous avons lancé en janvier 2024 un projet de recueil d'informations concernant les composants des articles (tissus, pièces métalliques, composants...) à partir de la collection Été 2024.

Grâce à ces connaissances, nous avons pu veiller à ce que 7% de l'offre de produits de Prêt-à-Porter soit entièrement traçable.

	Maroquinerie	Prêt-À-Porter
% de produits entièrement traçables dans notre offre	11%	7%
% de produits entièrement traçables dans le volume de production	6%	7%

Période : d'avril 2023 à mars 2024 (saisons Printemps 2024, Été 2024, Automne 2024 et Hiver 2024)

La méthodologie de calcul complète se trouve en annexe à la page 51



© Linen spinning - Enrique Vilalunga

"LA TRANSPARENCE DE L'APPROVISIONNEMENT EN MATIÈRES PREMIÈRES EST CRUCIALE ; ELLE GARANTIT NON SEULEMENT DES PRATIQUES PLUS RESPONSABLES, MAIS RENFORCE ÉGALEMENT LA RÉSILIENCE DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT. NOTRE ENGAGEMENT ENVERS CETTE TRANSPARENCE FAVORISE LA CONFIANCE EN NOS FOURNISSEURS ET ILLUSTRE UNE RÉFLEXION À LONG TERME EN CE QUI CONCERNE NOS OPÉRATIONS."

Yves Cauchon
Chief Operating Officer, Chloé

* Source : Directives sur les Science-Based Targets/ Secteur de l'Habillement et des Chaussures (sciencebasedtargets.org)

FAIR TRADE ET APPROVISIONNEMENT À IMPACT SOCIAL

OBJECTIF STATUTAIRE 3



OBJECTIF : 20% D'APPROVISIONNEMENT FAIR TRADE ET À IMPACT SOCIAL DANS L'OFFRE DE PRÊT-À-PORTER CHLOÉ

Chloé a atteint 28% d'approvisionnement à impact social positif dans l'offre de Prêt-à-Porter. En complément de notre partenariat avec l'Organisation Mondiale du Commerce Équitable (World Fair Trade Organization, WFTO), nous avons développé, avec le soutien d'experts externes, un nouveau cadre d'approvisionnement social propre à Chloé, inspiré par plusieurs normes existantes telles que la réglementation française pour le commerce équitable et la définition du droit français d'une entreprise sociale. Ce cadre comprend des étapes de vérification et des critères permettant de vérifier les déclarations et missions de l'entité. Vous trouverez plus d'informations à ce sujet dans la section méthodologie à la page 60.

Ce cadre s'applique aux fournisseurs qui répondent à deux critères principaux:

- Avoir une relation de travail avec Chloé depuis plus de deux ans.
- Déterminer et démontrer un impact social positif, mesuré par des audits sociaux, un score S P&L et une évaluation des salaires décents au sein de l'entreprise, vérifiés par un tiers indépendant.

Cela a donné lieu à la signature de deux nouveaux contrats avec Marie Hélène Couture et Chizé Confection, fabricants français de longue date de Prêt-à-Porter de Chloé.

Lorsque nous avons commencé en 2020, notre ambition était d'élargir notre approche Fair Trade et de l'approvisionnement à impact social à toutes les catégories de produits. Pour la Maroquinerie et les Chaussures, nous progressons plus lentement en raison de contraintes techniques.

Catégorie	Maroquinerie	Prêt-à-Porter
% de produits fabriqués avec des exigences d'impact social dans l'offre	4%	28%
% de produits fabriqués avec des exigences d'impact social en part de production	15%	26%

Période : d'avril 2023 à mars 2024 (saisons Printemps 2024, Été 2024, Automne 2024 et Hiver 2024)

Voici comment le pourcentage est calculé :

1. Nombre de modèles réalisés par des sociétés vérifiées par le référentiel WFTO
2. Nombre de modèles réalisés par des partenaires couverts par un contrat social
3. Nombre de modèles réalisés par des entités sociales selon la définition du droit français et vérifiés par les équipes Chloé.

Nous compilons les quantités de références qui répondent à ces trois critères et les comparons à la quantité totale de références au cours de l'année et qui sont présentés dans le cadre de l'offre.

	2021	2022	2023
% de produits fabriqués avec des exigences d'impact social dans l'offre de Prêt-à-Porter	13%	12%	28%

FOCUS SUR UNE SÉLECTION DE PARTENAIRES

OBJECTIF STATUTAIRE 3



MARIE HÉLÈNE COUTURE

Marie Hélène Couture, partenaire de Chloé depuis 38 ans, est spécialiste de la couture « floue ». L'entreprise est basée à Morlaas dans le Sud-Ouest de la France. Son expertise s'aligne sur les normes fixées par la certification « Métiers de la mode, vêtement flou », assurant ainsi la qualité de cette forme d'art délicate et la préservation d'un savoir-faire rare. Nous avons signé un contrat social en y incluant des prérequis, des devoirs et des engagements en vue d'ajouter un impact à cette entreprise par le biais d'actions telles qu'un don financier de Chloé à hauteur de 1% de la valeur des commandes pour des programmes d'impact social spécifiques à l'entreprise.

“APRÈS 38 ANS DE PARTENARIAT, NOUS SOMMES TRÈS FIER.E.S DE POURSUIVRE NOTRE COLLABORATION AVEC CHLOÉ EN APPLIQUANT CE CADRE INNOVANT DE CONTRAT SOCIAL, CAR IL RECONNAÎT NOTRE ENGAGEMENT DE LONGUE DATE ENVERS L'AMÉLIORATION DE NOS PRATIQUES SOCIALES.”

Michel Bertin
PDG, Marie Hélène Couture



MIFUKO

Notre collaboration avec Mifuko a commencé en 2020 avec notre collection Automne 2021. En 2023, plus de 35 000 paniers ont été fabriqués pour Chloé par plus de 1 300 femmes élevant le nombre total de paniers produits depuis 2020 à 108 000. Mifuko signifie « poche » en swahili et se traduit pour les employées par une rémunération équitable, une autonomisation et moins de dépendance à une agriculture aux résultats imprévisibles comme source de revenus. La RSE étant fondamentale dans la vision de Mifuko et leur production, les paniers sont conçus pour durer et ont un impact social positif. Mifuko est une entreprise sociale finno-kenyane et un membre de l'Organisation Mondiale du Commerce Équitable (WFTO).

“NOUS SOMMES TRÈS FIER.E.S DE NOTRE PARTENARIAT AVEC CHLOÉ QUI RÉSONNE PROFONDÉMENT AVEC NOS VALEURS FONDAMENTALES D'ENGAGEMENT ET D'AUTONOMISATION DES POPULATIONS LOCALES. CETTE COLLABORATION CÉLÈBRE NON SEULEMENT LA RICHESSE DU SAVOIR-FAIRE KENYAN, MAIS SOULIGNE ÉGALEMENT NOTRE ENGAGEMENT COMMUN ENVERS DES PRATIQUES PLUS ÉTHIQUES DANS LE SECTEUR DE LA MODE.”

Minna Impio
PDG, Mifuko



Photo d'une artisane de Mifuko tissant un panier au Kenya

NOTRE APPROCHE SOCIAL PROFIT & LOSS

✓ PARTIELLEMENT ACCOMPLI

OBJECTIF : 100% DES FOURNISSEURS DE PRÊT-À-PORTER PARTICIPENT À NOTRE APPROCHE S P&L

Après 3 ans de recherche académique en partenariat avec l'Institut Français de la Mode (IFM) et le Conservatoire National des Arts et Métiers (CNAM), nous avons publié notre approche S P&L en open source et l'avons mise en œuvre avec nos fournisseurs pour améliorer notre processus de conformité. L'outil vise à améliorer l'impact social de Chloé en surveillant davantage les activités de la société et leurs effets sur les parties prenantes, et à faciliter notre engagement à long terme en faveur de l'amélioration de la condition des femmes, de l'élimination des inégalités basées sur le genre et de la promotion de l'inclusivité.

L'approche S P&L est conçue pour mesurer si les conditions de travail respectent des pratiques sociales positives tout au long de la chaîne de valeur et des cycles de vie des produits. Elle permet d'évaluer 7 catégories d'impact : égalité des genres, salaire décent, diversité, équité et inclusion, bien-être, qualité des emplois, formation et engagement local.

Plus d'informations sur l'approche S P&L sont disponibles sur [chloe.com](https://www.chloe.com).

Des données telles que l'âge, le genre, les salaires, le taux d'absentéisme, le renouvellement du personnel et les formations sont recueillies via un questionnaire en ligne envoyé aux fournisseurs. L'exactitude des données est systématiquement vérifiée par un prestataire d'audit externe. Celles-ci servent à calculer différents indicateurs sur une échelle de 1 à 5, en lien avec les 7 catégories d'impact.

2023	Prêt-à-Porter
Nombre de fournisseurs ayant participé à l'approche S P&L	10
% de fournisseurs ayant participé à l'approche S P&L (en valeur d'achat)	64%

Notre objectif n'a été atteint que partiellement pour deux raisons : une sous-estimation du besoin d'accompagnement des fournisseurs pour le remplissage du questionnaire, et une augmentation du nombre de fournisseurs au cours de l'année en raison du changement de direction artistique de Chloé. Il était également important de tester cette approche sur d'autres catégories de produits. Nous avons pu évaluer 5 fabricants de Chaussures et de Maroquinerie, ainsi que le siège social de Chloé.

Chloé codirige une initiative sur l'impact social au sein de la Fédération de la Haute Couture et de la Mode (FHCM). Plusieurs sujets tels que les écarts de rémunération entre hommes et femmes et l'évaluation de salaires décents dans la chaîne d'approvisionnement de l'industrie du luxe, sont actuellement au cœur de nos discussions.

	2023
Score S P&L moyen (hors Chloé)	3,4
Score moyen en matière d'égalité des genres	3,2
Score moyen en matière de salaire décent	4,2

Le score S P&L obtenu évalue l'impact social positif d'un fournisseur, 1 étant le score le plus bas et 5 le plus élevé. Le score S P&L moyen (3,4), obtenu pour les 15 fournisseurs évalués, est supérieur au score minimum attendu (3). Ces évaluations d'impact social positif sont en accord avec les résultats d'audits obtenus par les fournisseurs.

L'approche S P&L nous permet de mettre en évidence les pratiques sociales positives déjà mises en place chez nos partenaires. Elle est également un critère d'évaluation de nos fournisseurs lors des réunions des comités d'approvisionnement et un prérequis pour la sélection des partenaires éligibles au contrat à impact social. Cependant, un ajustement de l'outil est nécessaire, notamment afin de tenir compte de la taille de l'effectif et de la zone géographique des sites évalués.

"LES DONNÉES RECUEILLIES EN 2023 NOUS ONT PERMIS D'IDENTIFIER PLUSIEURS PRATIQUES SOCIALES POSITIVES DÉJÀ MISES EN ŒUVRE PAR NOS FOURNISSEURS. JE SUIS TRÈS FIÈRE DE PILOTER UN OUTIL QUI NOUS AIDERA À MESURER ET À METTRE EN ÉVIDENCE LES PROJETS VISANT À PRÉSERVER LE BIEN-ÊTRE DES EMPLOYÉ·E·S TOUT AU LONG DE NOTRE CHÂÎNE D'APPROVISIONNEMENT."

Fabienne Sagory
Responsable de la Conformité Sociale des Fournisseurs, Chloé

AMÉLIORER LA TRANSPARENCE TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT ET PROMOUVOIR DES PRATIQUES ÉQUITABLES AUPRÈS DE NOS FOURNISSEURS



OBJECTIF : PUBLIER SUR NOTRE SITE INTERNET LA LISTE DE NOS FOURNISSEURS DE RANG 1, 2, ET 3 REPRÉSENTANT 80% DE NOS MONTANTS D'ACHATS POUR PLUS DE TRANSPARENCE

Publication de la liste des fournisseurs de rang 1, 2 et 3, représentant 80% des montants d'achats dans toutes les catégories de produits.

TRANSPARENCE

Conformément à notre engagement en faveur d'une plus grande transparence de notre chaîne d'approvisionnement, nous avons publié [la liste de nos principaux fournisseurs](#) de produits finis, de matières et de composants ayant eu des commandes d'une valeur totale supérieure à 100 000 euros en 2023.

Nous pensons que la collaboration avec nos fournisseurs est essentielle à la réduction de notre impact environnemental, tout en augmentant notre impact positif sur les populations locales. Nous demandons actuellement aux fournisseurs de se conformer au Code de Conduite Fournisseurs Richemont, mis à jour en 2022. 95% des fournisseurs de Rang 1 ont signé le Code de Conduite.

Les principaux domaines couverts par le Code de Conduite Fournisseurs Richemont sont :

- La promotion de pratiques responsables tout au long des chaînes et des activités de production.
- La création d'un cadre de transparence et de traçabilité depuis l'origine de la matière première jusqu'au produit fini.
- Un focus sur la gestion de l'impact environnemental et de l'impact social positif.

Le Code de Conduite Fournisseurs Richemont intègre différentes exigences, notamment les normes de l'Organisation Internationale du Travail et la Déclaration des Droits de l'Homme.

DIRECTIVES POUR NOS FOURNISSEURS

En janvier 2024, nous avons communiqué la troisième version de nos directives et bonnes pratiques matière de RSE pour nos principaux fournisseurs de produits finis.

Ces directives sont mises à jour chaque année et sont envoyées à l'ensemble des fournisseurs actifs de Rang 1 dans toutes les catégories de produits. Deux webinaires et cinq ateliers ont également été organisés avec certains de nos fournisseurs stratégiques et autres nouveaux fournisseurs de produits finis.

Nous avons profité de cette occasion pour échanger sur différentes initiatives visant à favoriser l'égalité des genres, éviter la discrimination et soutenir les populations locales. Les axes d'amélioration sur l'approvisionnement et le développement des matières premières, ou la traçabilité et la transparence, ont également été abordés pendant ces rendez-vous.

Les performances environnementales et sociales sont des critères de sélection et d'évaluation de nos fournisseurs. Elles sont revues lors des comités d'approvisionnement organisés par le Chief Operating Officer.

RENFORCER NOTRE POLITIQUE D'AUDIT SOCIAL ET ENVIRONNEMENTAL

Chloé consacre des ressources importantes à la gestion des audits sociaux et environnementaux chez ses fournisseurs. Ces audits sont réalisés selon les référentiels SMETA 2P et 4P par des prestataires d'audit indépendants. Des visites sur site sont également organisées dans les usines de nos fournisseurs.

En tant que référentiel d'audit social reconnu internationalement, un audit SMETA est conçu pour aider à protéger les travailleurs contre les conditions dangereuses, la surcharge de travail, la discrimination, les bas salaires et le travail forcé.

À la suite de chaque audit, nous évaluons les pratiques sociales de nos fournisseurs de A à D,

selon la criticité des non-conformités observées lors de l'audit et de leur récurrence.

Un suivi des plans d'actions correctives est mis en place avec chaque fournisseur dans les meilleurs délais.

La conformité réglementaire entre dans l'évaluation des performances globales de nos fournisseurs, et peut entraîner la résiliation de notre relation commerciale avec ceux-ci.

Les audits sociaux servent également à valider les nouveaux potentiels fournisseurs.

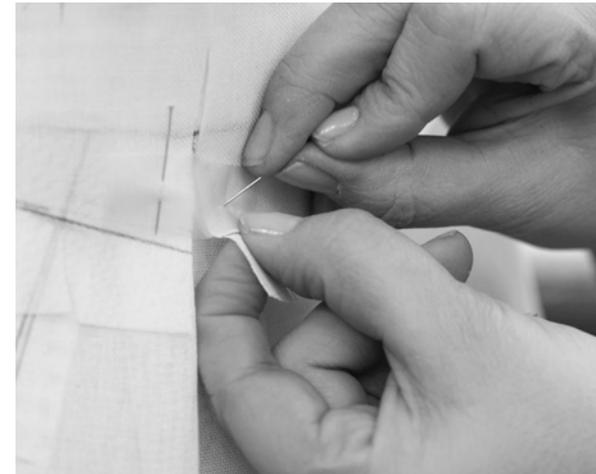


Image © Thomas Duval

78% des fabricants de produits finis Chloé ont été audités⁽¹⁾

95% des fabricants ayant fait l'objet d'un audit de produits finis Chloé ont été classés A ou B ou certifiés⁽²⁾

⁽¹⁾ Les audits sont renouvelés tous les 2 ans.

⁽²⁾ Explication du classement :

Notation A:

- Pas de non-conformité relative aux droits humains fondamentaux ni au Code de Conduite Fournisseurs Richemont
- Toute autre non-conformité mineure concernant la conformité à la législation

Notation B:

- Non-conformités mineures relatives aux droits humains fondamentaux ou au Code de Conduite Fournisseurs Richemont
- Toute autre non-conformité concernant la conformité à la législation avec mise en place d'un plan d'action



ÉGALITÉ DES GENRES

OBJECTIF
STATUTAIRE 4

PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ DES
GENRES AU SEIN DE LA SOCIÉTÉ
ET AU-DELÀ, NOTAMMENT PAR
L'ÉDUCATION ET L'INCLUSION
ÉCONOMIQUE

MISSION COMMITTEE REVIEW

“Les KPIs de cette année illustrent un engagement en faveur de l'égalité des genres. 71% des postes de direction sont occupés par des femmes, reflétant une culture d'entreprise engagée à favoriser l'évolution de carrière des femmes. Tandis que Chloé continue d'affiner et d'améliorer ses politiques internes, le renouvellement du partenariat UNICEF et la signature d'un nouveau partenariat au Japon avec Laureus Sport for Good montrent la volonté de la Maison d'investir pour créer plus d'opportunités pour les filles et les femmes.”

Aude Vergne
Chief Sustainability Officer, Chloé

LES FEMMES AUX POSTES DE DIRECTION

OBJECTIF STATUTAIRE 4

✓ ATTEINT

OBJECTIF : MAINTENIR UNE REPRÉSENTATION DE PLUS DE 70%
DE FEMMES À DES POSTES DE DIRECTION

CHEZ CHLOÉ

Cette année, 71% des postes de direction sont occupés par des femmes selon la méthodologie RJR (Richemont Job Ranking) et font l'objet d'un suivi au niveau de la Maison et du Groupe. Nous pensons que notre niveau élevé de représentation féminine à des postes de direction est le résultat de notre histoire et de notre culture d'entreprise, mais aussi des politiques RH qui soutiennent particulièrement l'évolution de carrière des femmes. Ces politiques constituent la pierre angulaire de nos efforts visant à maintenir un environnement où les femmes peuvent s'épanouir professionnellement. Nous nous engageons à offrir des possibilités de mentorat plus importantes, et à améliorer constamment nos politiques pour trouver le bon équilibre et les méthodes les plus efficaces.

LE SECTEUR

Le rapport de McKinsey « Women in the Workplace » (Les femmes sur le lieu de travail en 2023) souligne l'ambition croissante des femmes, stimulée par la flexibilité du lieu de travail, mais note aussi une disparité en matière

d'avancement. Le rapport remet en question les idées préconçues concernant les aspirations professionnelles des femmes, et considère que leur promotion initiale constitue un obstacle important, souvent appelé « échelon brisé ». Il souligne également le rôle essentiel de la flexibilité des modalités de travail dans l'évolution des femmes dans leur carrière et dans leur bien-être au travail.

PROJETS CLÉS

Pour relever ces défis, Chloé a mis en œuvre plusieurs projets clés :

- Flexibilité du travail : sachant que la situation de chaque parent est unique, nous proposons des horaires de travail flexibles.
- Télétravail : Chloé propose la possibilité de travailler à distance.

L'égalité des genres est l'une des quatre priorités de notre politique de diversité, d'équité et d'inclusion, que vous pouvez consulter [ici](#).



“EN TANT QUE DIRECTRICE ARTISTIQUE, JE SUIS PROFONDÉMENT CONVAINCUE DU RÔLE CRUCIAL DES FEMMES AUX POSTES DE DIRECTION POUR CONSTRUIRE L'AVENIR DE NOTRE SECTEUR. LE POINT DE VUE ET L'ÉNERGIE DES FEMMES S'INSUFFLENT DANS NOS COLLECTIONS, DEPUIS LES PERSONNES QUI CRÉENT, DESSINENT ET FABRIQUENT NOS PRODUITS JUSQU'À CELLES QUI LES PORTENT. JE M'ENGAGE À ENCOURAGER UNE CULTURE OÙ LE TALENT S'ÉPANOUIT ET EST RÉCOMPENSÉ.”

Chemena Kamali
Directrice de la Création, Chloé

ÉGALITÉ DE RÉMUNÉRATIONS

OBJECTIF STATUTAIRE 4

✓ ATTEINT

OBJECTIF : 100% DES ÉCARTS DE SALAIRE ENTRE HOMMES ET FEMMES PUBLIÉS DANS TOUS LES PAYS

PROGRAMME D'ÉGALITÉ DE RÉMUNÉRATIONS

Cette année, Chloé a participé à l'évaluation de l'égalité salariale entre hommes et femmes dans le cadre d'une évaluation Groupe. Cette évaluation a permis à Richemont de recevoir la certification EQUAL-SALARY (ÉGALITÉ- SALARIALE) à travers le monde. La méthodologie d'évaluation de l'égalité salariale impliquait l'évaluation et la comparaison des salaires des femmes et des hommes à travail égal, en identifiant tout écart salarial inexplicé. Cette réalisation est le résultat d'un processus détaillé et rigoureux, audité par PricewaterhouseCoopers (PwC), comprenant une analyse statistique des données de rémunération, des audits sur site, des enquêtes en ligne et des entretiens en personne.

Le processus de certification est lui-même basé sur une méthodologie développée avec l'Université de Genève, en Suisse, garantissant un cadre solide et crédible d'analyse. La certification EQUAL-SALARY, un processus qui permet la vérification et la communication de rémunérations équitables entre hommes et femmes, a été obtenue en plusieurs phases. Il s'agit notamment d'une analyse statistique détaillée garantissant que les différences salariales entre hommes et femmes sont inférieures ou égales à 5%, et d'examens sur site évaluant la manière dont les stratégies d'égalité salariale sont intégrées dans nos processus RH. En répondant aux critères d'audit définis

par PwC et la Fondation EQUAL-SALARY, Richemont et ses Maisons ont obtenu la certification. Celle-ci est valable pendant trois ans, au cours desquels nous effectuerons deux audits de suivi afin d'assurer la poursuite de pratiques de rémunération équitables et non discriminatoires.

QU'EST-CE QUE L'ÉCART DE SALAIRE ENTRE HOMMES ET FEMMES ?

L'écart de salaire entre hommes et femmes est défini comme la différence entre les salaires médians des hommes et des femmes divisées par les salaires médians des hommes. L'OCDE rapporte que l'écart salarial entre hommes et femmes continue d'être un problème important, provenant de déséquilibres structurels profondément ancrés. Il s'agit notamment d'une répartition inégale du travail rémunéré et non rémunéré et des femmes, bien que ces dernières aient des compétences similaires, mais occupent souvent des postes et des responsabilités différents au sein des entreprises par rapport aux hommes. En France, par exemple, l'écart de salaire entre hommes et femmes chez les travailleurs à temps plein s'élève à environ 15%, ce qui est supérieur à la moyenne de l'OCDE.

Source : Joining Forces For Gender Equality, OCDE 2023.



“L'ENGAGEMENT VIS-À-VIS DE LA TRANSPARENCE EN MATIÈRE DE RÉMUNÉRATION, SANS DISTINCTION DE GENRE, EST UN ENGAGEMENT ENVERS LA JUSTICE ET L'ÉQUITÉ ET UNE VALEUR FONDAMENTALE DE RICHEMONT ET DE CHLOÉ.”

Souraya Nato
Responsable Contrôle Gestion Sociale
& Rémunération, Chloé

FOCUS SUR L'UNICEF

OBJECTIF STATUTAIRE 4

✓ ATTEINT

OBJECTIF : 95 000 FILLES ET JEUNES FEMMES BÉNÉFICIAIRES DE LA CONTRIBUTION DE CHLOÉ AU PARTENARIAT GIRLS FORWARD AVEC L'UNICEF

NOTRE PARTENARIAT

Selon l'UNICEF, à travers le monde, le nombre de jeunes non scolarisés est deux fois plus élevé chez les filles que chez les garçons. Cela signifie que dans de nombreuses régions du monde, les filles n'ont pas la possibilité de s'épanouir pleinement et de contribuer au développement de leur communauté et de la société dans son ensemble.

Depuis 2019, Chloé est fière d'être partenaire de Skills4Girls, un programme de l'UNICEF visant à développer les compétences des jeunes filles dans des domaines tels que les technologies numériques et l'entrepreneuriat social, ainsi que des compétences de vie comme l'estime de soi, la communication, la négociation et la capacité à résoudre des problèmes. À ce jour, ce partenariat a permis la formation de plus de 95 000 jeunes filles. Depuis 2019, Chloé a collecté plus de 2,3 millions d'euros et continuera à recueillir des fonds pour soutenir les programmes de l'UNICEF en matière d'égalité des genres.

Cette année, Chloé a renouvelé un accord de trois ans avec l'UNICEF pour soutenir les efforts en faveur de l'égalité des genres au Maroc, en Jordanie et au Sénégal. Le nombre de jeunes filles bénéficiant des programmes n'a pas augmenté par rapport à notre dernier rapport d'impact. En effet, nous avons versé les fonds à l'UNICEF en novembre 2023, l'impact du partenariat GirlsForward sera par conséquent retranscrit dans les chiffres qui portent sur l'année 2024 (publiés en 2025).



Image © UNICEF Nadia Bseiso

ÉVÉNEMENTS UNICEF

Le 25 mars 2024, Chloé a organisé une discussion interactive à l'échelle de la Maison avec Lauren Rumble, Directrice Associée, Égalité des Genres à l'UNICEF. L'événement s'est concentré sur l'importance vitale d'investir en faveur des jeunes filles et sur les implications de l'égalité des genres au sens large. Cela a commencé par une discussion sur les raisons pour lesquelles il est crucial de soutenir les jeunes filles, encourageant le public à repenser à leur propre adolescence et à sa nature transformatrice. La discussion a offert des perspectives surprenantes sur l'égalité des genres et son impact universel. L'implication des maisons de luxe comme la nôtre a été mise en avant, soulignant ainsi l'impact significatif que nous pouvons avoir grâce à des partenariats avec une organisation comme l'UNICEF, qui permettent non seulement de collecter des fonds, mais aussi d'accroître la visibilité et de sensibiliser le public.

"TRAVAILLER AVEC CHLOÉ A ÉTÉ UNE EXPÉRIENCE REMARQUABLE POUR FAIRE AVANCER NOTRE MISSION EN FAVEUR DE L'ÉDUCATION DES JEUNES FILLES. LA VISIBILITÉ ET L'ENGAGEMENT QUE CHLOÉ APORTE À CETTE CAUSE SONT PRÉCIEUX. LORSQU'UNE MARQUE COMME CHLOÉ S'ENGAGE, ELLE NE SE CONTENTE PAS D'APPORTER DES RESSOURCES ; ELLE DONNE L'EXEMPLE AUX AUTRES ACTEURS DU SECTEUR. CE PARTENARIAT DÉMONTRE LA PUISSANCE DE LA COLLABORATION ENTRE LE SECTEUR PRIVÉ ET LES ORGANISATIONS HUMANITAIRES. CHLOÉ A OUVERT LA VOIE POUR QUE D'AUTRES ENTREPRISES SOUTIENNENT NOS PROGRAMMES D'ÉGALITÉ DES GENRES, MONTRANT AU MONDE L'IMPACT SIGNIFICATIF QUE NOUS POUVONS AVOIR ENSEMBLE SUR L'ÉDUCATION DES JEUNES FILLES."

Lauren Rumble
Directrice Associée, Égalité des Genres, UNICEF

FOCUS SUR STEM FROM DANCE

FOCUS SUR LA FONDATRICE DE NOTRE PARTENAIRE WOMEN FORWARD ÉTATS-UNIS

Fondé par Yamilée Toussaint, STEM From Dance associe de manière unique la danse au monde technique des STEM, afin d'inspirer la confiance et un sentiment d'appartenance aux jeunes filles de couleur, un groupe traditionnellement sous-représenté dans ces domaines.

STEM From Dance repose sur le principe selon lequel l'engagement dans les STEM doit non seulement être accessible, mais aussi amusant. Le programme, par le biais de clubs, d'événements éphémères et de camps d'été, offre aux jeunes filles âgées de 8 à 18 ans une approche pratique de l'apprentissage de l'outil informatique et du codage. Elles créent des costumes lumineux et des jeux de lumière animés pour des spectacles de danse, et ont aussi la possibilité d'apprendre auprès de femmes inspirantes travaillant dans le domaine des STEM, qui servent de mentors tout au long du programme. Cette approche enseigne non seulement des compétences techniques, mais expose également les jeunes filles à des carrières et à des rôles modèles du monde des STEM.

Le parcours de Yamilée, d'étudiante au MIT à enseignante d'algèbre au lycée, marqué par son vécu de femme de couleur dans les STEM, a conduit à la création d'un programme qui va bien au-delà de l'éducation. C'est un espace où les jeunes femmes peuvent découvrir leur potentiel dans les STEM grâce au pouvoir de l'expression dans la danse, et renforcer leur confiance.

Nous sommes fier·e·s de collaborer avec Yamilée et STEM From Dance, car nous croyons au soutien et à l'investissement dans les femmes déterminées à éliminer les obstacles qui entravent les chances des jeunes filles et à défendre une nouvelle génération de femmes.

Chloé s'est associée à STEM From Dance pour une période initiale de trois ans allant de 2023 à 2025, au cours de laquelle nous fournirons un soutien à la programmation générale. Vous trouverez plus d'informations sur nos contributions aux ONG à la page 39.

QUE SONT LES STEM ?

Les STEM sont un programme axé sur l'éducation dans les disciplines des sciences, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (Science Technology Engineering and Mathematics). L'acronyme STEM a été institué en 2001 par les administrateurs scientifiques de la National Science Foundation (NSF) des États-Unis. (Source : Hallinen, Judith. « STEM ». Encyclopédie Britannica, 2024)



“CETTE COLLABORATION CORRESPOND TOTALEMENT À NOTRE MISSION COMMUNE D'AMÉLIORER LA CONDITION DES JEUNES FILLES. LE SOUTIEN DE CHLOÉ EST ESSENTIEL POUR NOUS FAIRE CONNAÎTRE ET ACCROÎTRE L'IMPACT DE NOTRE PROGRAMME, PERMETTANT AINSI À CES JEUNES FEMMES D'IMAGINER ET CONSTRUIRE UN FUTUR REMPLI DE POSSIBILITÉS INFINIES.”

Yamilée Toussaint
Fondatrice et PDG, STEM From Dance

DONS AUX INITIATIVES POUR L'ÉGALITÉ DES GENRES

OBJECTIF STATUTAIRE 4



OBJECTIF : 0,4% DES VENTES RETAIL A ÉTÉ REVERSÉ À DES PROJETS CONTRIBUANT À L'ÉGALITÉ DES GENRES

NOTRE OBJECTIF

Cette année, nous avons modifié notre KPI, en le faisant passer des ventes globales aux ventes retail. Le motif de ce changement repose sur le fait que les ventes retail sont plus faciles à anticiper et à suivre. Une liste complète de nos dons en faveur de l'égalité des genres figure ci-dessous, par ordre de montant de financement, du plus élevé au plus modeste.

Nous avons fixé des objectifs annuels progressifs dans notre soutien pour l'égalité des genres. Cette année, notre objectif a été atteint, avec un pourcentage de dons de 0,40% des ventes retail. Nous restons fidèles à notre engagement en faveur de l'égalité des genres et nous profitons de cette expérience comme une occasion d'apprendre et d'adapter nos stratégies afin d'atteindre nos objectifs philanthropiques dans les années à venir.

Pourcentage des ventes		
2021 (ventes globales)	2022 (ventes globales)	2023 (ventes retail)
0,23	0,23	0,40

ONG	CATÉGORIE DE PARTENARIAT	DESCRIPTION	DONS	MISSIONS DE VOLONTARIAT
UNICEF	Inclusion sociale, éducation, égalité des genres	L'UNICEF travaille dans les endroits les plus isolés du monde afin d'atteindre les enfants et les adolescents les plus défavorisés, et de protéger les droits de chaque enfant. Dans plus de 190 pays et territoires, l'organisation met tout en œuvre pour aider les enfants à survivre, à s'épanouir et à réaliser leur plein potentiel, de la petite enfance à l'adolescence.	Chloé a soutenu Skills4Girls, un programme de l'UNICEF visant à développer les compétences des jeunes filles dans des domaines tels que les sciences, la technologie, l'ingénierie, les mathématiques (STEM), l'entrepreneuriat social, ainsi que les compétences de vie comme l'estime de soi, la communication, la négociation, la capacité à résoudre des problèmes.	
RÊV'ELLES	Inclusion sociale, éducation, égalité des genres	L'association française inspire et vient en aide aux jeunes femmes des quartiers défavorisés. Par le biais d'ateliers de confiance en soi, de programmes de mentorat et d'événements dédiés, Rêv'Elles vise à élargir l'horizon de ces jeunes femmes, tant sur le plan personnel que professionnel.	Dans le cadre de son partenariat avec Rêv'Elles, Chloé a soutenu le lancement du programme d'éloquence (RVL Ta Parole), la création de la Maison Rêv'Elles et les coûts de fonctionnement de l'association.	127 heures de volontariat ont été effectuées par les équipes du siège social de Chloé auprès de Rêv'Elles, par le biais d'une participation au programme trimestriel de Rêv'Elles et des mentorats individuels entre les participantes de Rêv'Elles et des employé.e-s de Chloé.
STEM FROM DANCE	Inclusion sociale, éducation, égalité des genres	STEM From Dance transforme les domaines de la science, de la technologie, de l'ingénierie et des mathématiques (STEM) en donnant aux jeunes filles de couleur le savoir-faire, l'expérience et la confiance nécessaires pour voir grand en matière de STEM, le tout grâce au pouvoir de la danse.	Chloé a apporté son soutien à STEM From Dance en répondant à des besoins essentiels en matière de programmation.	L'équipe Chloé France a effectué 2 heures de volontariat auprès de STEM from Dance pour le développement de leurs compétences.
PROGRAMMATION AU JAPON EN COLLABORATION AVEC LAUREUS SPORT FOR GOOD	Inclusion sociale, éducation, égalité des genres	Fondée sous le patronage de Nelson Mandela, Laureus Sport for Good utilise le sport comme un outil puissant et abordable pour aider les enfants et les jeunes à surmonter la violence, la discrimination et les désavantages qu'ils rencontrent dans leur vie.	Chloé soutient Laureus Sport for Good en tant que partenaire pour lancer un programme visant à promouvoir l'égalité des genres via le sport au Japon.	

ONG	CATÉGORIE DE PARTENARIAT	DESCRIPTION	DONS	MISSIONS DE VOLONTARIAT
MIFUKO TRUST	Inclusion économique des femmes	Mifuko Trust s'efforce de lutter contre la pauvreté et d'autonomiser les familles et les communautés à travers des projets qui améliorent leur bien-être dans la région rurale de Machakos au Kenya. Mifuko Trust est une organisation affiliée à Mifuko, entreprise sociale et partenaire de notre chaîne d'approvisionnement avec laquelle nous sommes fier-e-s de collaborer.	Chloé a soutenu le programme Wash and Grow de Mifuko Trust! Le programme vise à promouvoir l'assainissement écologique en partenariat avec l'administration sanitaire locale et des ambassadeurs de l'assainissement formés en la matière. Chloé soutient également le nouveau projet de promotion de l'agriculture régénératrice.	Les équipes Chloé France ont effectué 2 heures de volontariat dans le cadre de ce programme pour le renforcement des capacités.
HUMANITY DIASPO	Égalité des genres, santé et sécurité des femmes	Humanity Diaspo apporte son soutien aux personnes vulnérables dans le but principal de promouvoir leur autonomisation. Cette association s'engage également à lutter contre la précarité hygiénique et menstruelle, les violences sexuelles et la précarité des étudiant-e-s.	Chloé a soutenu Humanity Diaspo en finançant des produits d'hygiène et alimentaires pour réaliser plusieurs distributions aux étudiant-e-s et aux femmes dans des situations très précaires.	Les équipes Chloé France ont effectué 341,5 heures de volontariat auprès d'Humanity Diaspo, notamment pour la collecte et la distribution de marchandises.
AGIR POUR LA SANTÉ DES FEMMES	Santé et sécurité des femmes	Agir Pour La Santé des Femmes vise à améliorer le soutien et les conditions de santé des femmes qui vivent des situations d'exclusion extrême et cela grâce à l'organisation d'actions qui promeuvent leur accès aux soins de santé adaptés à leur genre et à leur situation personnelle.	Chloé a soutenu Agir pour la Santé des Femmes en finançant des produits d'hygiène pour les femmes victimes de violence en France.	Les équipes Chloé France ont effectué 43 heures de volontariat auprès de l'ADSF. Les équipes ont aidé l'association à préparer des kits hygiéniques et alimentaires pour les femmes en situation précaire.
MAMAMA	Santé et sécurité des femmes et des bébés, égalité des genres	MaMaMa est une association française qui distribue des colis d'articles essentiels aux mères et aux bébés à risque en Île-de-France.	Chloé a soutenu MaMaMa en finançant des colis alimentaires, d'hygiène et de bien-être pour les mères bénéficiaires de l'association.	Les équipes Chloé France ont effectué 151,5 heures de volontariat auprès de MaMaMa. Les équipes ont aidé l'association à préparer des kits hygiéniques pour les familles. De plus, l'équipe digitale de Chloé a passé un après-midi à aider MaMaMa à développer son site Web et sa stratégie de communication envers les donateurs.
THE BOWERY MISSION	Inclusion sociale	The Bowery Mission vise à lutter contre l'exclusion et la marginalisation à New York en fournissant abris d'urgence, repas, soutien médical et à la santé mentale, formation professionnelle, éducation et logements temporaires.	Chloé a soutenu The Bowery Mission dans ses activités.	Les équipes américaines de Chloé ont effectué 42 heures de volontariat auprès de The Bowery Mission. Les équipes ont aidé l'organisation à servir des repas aux bénéficiaires.
TRAVAIL ET VIE	Inclusion sociale, égalité des genres	Travail et Vie est l'organisation mère d'une blanchisserie qui gère les draps des professionnels parisiens de l'hôtellerie et de la restauration et des organisations de solidarité sociale. Elle est exclusivement composée de femmes originaires de milieux défavorisés, afin de créer un espace dans lequel les employées victimes de violence dans leur pays d'origine ou dans la rue peuvent se sentir en sécurité sur le lieu de travail. Un endroit où elles se sentent libres de travailler dans un esprit de solidarité féminine.	Chloé a soutenu Travail et Vie en contribuant au financement d'un nouveau vélo électrique dédié à la livraison, permettant ainsi à ses équipes de livrer le linge.	
MANOS DEL URUGUAY	Inclusion économique des femmes	Manos del Uruguay est une organisation à but non lucratif. Depuis 1968, Manos soutient le travail de centaines de femmes teinturières, tricoteuses et tisserandes. En hommage à l'artisanat uruguayen ancestral, Manos crée des produits de haute qualité dans le plus grand respect de l'environnement. Pour Manos, donner des emplois aux femmes des zones rurales en Uruguay ne se limite pas à leur fournir un revenu. Elles peuvent également se développer personnellement et gagner en indépendance, en gardant leurs racines et traditions proches de leur communauté et de leurs familles.	Chloé a réalisé un financement partiel pour l'achat d'un van afin de permettre la récupération et la centralisation des produits fabriqués entre les 12 coopératives que comporte Manos del Uruguay.	
MARIE HÉLÈNE COUTURE	Impact social dans la chaîne de valeur	Partenaire historique de Chloé depuis 1986, Marie Hélène Couture est spécialisée dans la technique du flou. Leur expertise permet de maintenir, en France, un haut niveau d'aptitude professionnelle dans cette forme d'art délicat et pointu. Chloé et Marie Hélène Couture ont signé un contrat visant à soutenir Marie Hélène Couture dans le renforcement de bonnes pratiques sociales, garantissant entre autres le financement e projets à impact positif pour ses salariés.	Chloé a financé l'intervention d'une thérapeute manuelle et psychocorporelle avec la mise en place d'ateliers de gestion du stress par la respiration, de communication relationnelle et aussi de séances individuelles de thérapie psychocorporelle. Ces interventions seront réalisées tout au long du prochain exercice financier.	
CHIZÉ CONFECTION	Impact social dans la chaîne de valeur	Chizé Confection, partenaire de longue date de Chloé, exerce ses activités en tant que Société Coopérative de Production (SCOP). Ce modèle coopératif se distingue par sa gouvernance démocratique, favorisant ainsi un environnement de travail collaboratif et démocratique. Chloé et Chizé Confection ont signé un contrat visant à soutenir Chizé Confection dans le renforcement de bonnes pratiques sociales, garantissant entre autres le financement de projets à impact positif pour ses salariés.	Chloé a financé l'intervention d'un praticien pratiquant de la prévention et du soin sur les TMS (Troubles Musculo Squelettiques). Ces interventions seront réalisées tout au long du prochain exercice financier.	



AUTRES OBJECTIFS

LA SECTION SUIVANTE
MET EN ÉVIDENCE DES OBJECTIFS
ADDITIONNELS LIÉS À NOS
OBJECTIFS STATUTAIRES EN TANT
QUE SOCIÉTÉ À MISSION.

EMBALLAGES

OBJECTIF STATUTAIRE 4



OBJECTIF : RÉDUCTION DE 15% DU POIDS DE L'EMBALLAGE

Chloé a lancé sa stratégie d'emballage en janvier 2022 avec les objectifs suivants :

- Éliminer progressivement les emballages BtoC en plastique à usage unique
- Réduire le poids des autres types d'emballage
- Sélectionner les meilleures solutions à impact réduit

Notre objectif est de réduire de 25% le poids des emballages⁽¹⁾ d'ici 2025 par rapport à 2021, un objectif que nous avons atteint avec deux ans d'avance. Nous avons donc décidé d'augmenter l'objectif pour 2025 à 30%.

Cette diminution est liée à deux actions majeures :

- Éviter la production d'emballages supplémentaire (Exemple : les brochures d'information)
- Opter pour des solutions plus légères en carton. Par exemple, nos nouvelles boîtes à chaussures de tailles petite et moyenne pèsent 25% de moins que les anciennes boîtes

De plus, nous prévoyons de fabriquer nos sacs de protection non plus en matière organique, mais en matériaux recyclés afin de réduire la pression portée sur les ressources naturelles. Nous avons entamé ces changements en 2023 et nos progrès se poursuivront en 2024.

Pour 2024, nous suivons les 7 R du cadre RSE appliqué aux principes de emballages (Repenser, Refuser, Réduire, Réaffecter, Réutiliser, Recycler, Rendre à la terre) que vous pouvez découvrir dans nos Règles pour l'approvisionnement (disponibles sur [chloe.com](https://www.chloe.com)).

Aperçu des matériaux de l'emballage utilisé en 2023

Le poids brut de nos emballages représente 287,5 tonnes de matières premières

Matière première	Poids brut par matières premières (en%)	Attribut à impact réduit ⁽⁴⁾	Poids brut par attribut (en%)
Plastique biosourcé ⁽²⁾ (Exemple : sac de protection)	1,4%	Certifié	100%
Papier (Exemple : sac de shopping)	22,3%	Recyclé	99%
		Conventionnel	1%
Carton (Exemple : boîte à chaussures)	56,6%	Recyclé	56%
		Autre certifié	37%
		Conventionnel	7%
Coton (Exemple : sac de protection)	19%	Biologique	90%
		Conventionnel	10%
Fer ⁽³⁾ (Exemple : cintres)	0,5%	Conventionnel	100%

⁽¹⁾ Emballages de marque (B2C et B2B) et emballages industriels (B2B et B2C) par rapport à 2021. Vous pouvez consulter notre glossaire pour plus d'informations.

⁽²⁾ Le sac de protection en plastique biosourcé est utilisé pour l'emballage B2B (Exemple : les sacs de protection) afin de protéger les produits pendant le transport.

⁽³⁾ Le fer est utilisé pour fabriquer le crochet des cintres de transport.

⁽⁴⁾ Attributs à faible impact : vous pouvez consulter nos Règles d'approvisionnement.

STOCK DORMANT DE MATIÈRES PREMIÈRES

✓ ATTEINT

OBJECTIF : 25% DE RÉDUCTION DE LA VALEUR DES STOCKS TEXTILES NON UTILISÉS PAR RAPPORT À MARS 2023

En 2023, nous avons établi de nouveaux objectifs pour gérer plus efficacement les stocks textiles et cuirs non utilisés. Plus précisément, nos objectifs étaient de :

- Réduire de 25% la valeur de stocks textiles non utilisés par rapport à la base de référence de mars 2023.
- Mettre en place des filières de réduction de nos stocks cuirs non utilisés.

Nous avons réussi à dépasser cet objectif, en obtenant une réduction de 26% par rapport à la base de référence de l'année précédente. Pour atteindre cet objectif, nous avons mis en place un comité trimestriel composé de membres des Directions Opérations, Merchandising, Finance et Sustainability. Ce comité est chargé d'élaborer des directives et de contrôler la réalisation de ces KPIs. Nous avons pris les mesures suivantes :

RÉUTILISATION INTERNE

Nous avons établi un catalogue avec les échantillons textile et cuir non utilisés qui est mis à disposition de toutes les équipes de conception afin de faciliter la réutilisation de ces matières.

- Tissus non utilisés
 - 9 215 mètres ont été réutilisés pour les produits des collections de l'année dernière
 - 11 457 mètres ont été réutilisés pour différents projets, par exemple 1 955 mètres utilisés par nos boutiques pour réaliser les emballages des cadeaux de Noël, les furoshiki, ou réutilisés en interne par une autre Maison,

comme par exemple AZ Factory, qui fait également partie du Groupe Richemont.

- Cuirs non utilisés
 - 16 000 mètres carrés ont été réutilisés dans nos ateliers de fabrication actuels et 245 mètres carrés ont été utilisés dans un canapé recyclé pour la décoration du showroom de Chloé, comme illustré ci-contre.

DONS

- 23 851 mètres de tissu ont été donnés à trois écoles et à l'ONG Ara Lumière. Vous pouvez consulter la page 63 pour plus d'informations.

REVENTE

- 10 649 mètres de textiles vendus à Nona Source, suite à notre projet pilote mené avec succès en 2023.

RECYCLAGE

Uniquement pour les matériaux de marque, nous nous sommes associés à différents prestataires de recyclage afin de transformer les matériaux en boucle ouverte et/ou fermée :

- 13 935 mètres ont été broyés et utilisés dans d'autres secteurs d'activités, pour produire des matériaux d'isolation par exemple (recyclage en boucle ouverte).
- 3 705 mètres ont été déchiquetés et utilisés pour produire de nouveaux tissus (recyclage en boucle fermée).



“APRÈS UN PROJET PILOTE RÉUSSI LANCÉ EN 2023 ENTRE NONA SOURCE ET CHLOÉ, NOS EFFORTS COLLABORATIFS SE POURSUIVENT POUR PROMOUVOIR LA CIRCULARITÉ, EN RÉAFFECTANT UN DEUXIÈME STOCK DE MATIÈRES EXCEPTIONNELLES NON UTILISÉES DE LA MAISON CHLOÉ.”

Marie Falguera
Co-Fondatrice de Nona Source

Lancée en 2021, Nona Source est la plateforme des surplus de stocks de tissus et de cuirs des maisons de couture les plus exclusives.

STRATÉGIE DE CONTRIBUTION CARBONE

✓ ATTEINT

OBJECTIF : METTRE EN ŒUVRE TROIS PROJETS DE CONTRIBUTION CARBONE OFFRANT DES BÉNÉFICES EN FAVEUR DE LA BIODIVERSITÉ

La réduction de notre empreinte carbone tout au long de notre chaîne de valeur est notre priorité. Cependant, malgré leurs limitations connues, les programmes de compensation carbone restent nécessaires pour équilibrer nos émissions de gaz à effet de serre résiduelles. Afin d'aller au-delà de la compensation de notre empreinte carbone, nous avons révisé notre stratégie climat pour inclure un programme de contribution plus complet.

Nous finançons 2 catégories de projets carbone :

- Éliminer et/ou séquestrer le dioxyde de carbone (CDR), de manière dite naturelle (par exemple la reforestation) ou de manière dite technologique (par exemple, la capture directe de l'air)
- Sélectionner des projets de contribution carbone intégrée (insetting) au sein de notre chaîne de valeur

Vous trouverez ci-dessous les projets de notre portefeuille 2023. Nous soutenons actuellement sept projets offrant des bénéfices en faveur de la biodiversité, et avec des solutions de contribution carbone à court, moyen et long terme.

Le CDR, ou l'élimination et la séquestration carbone est le processus consistant à capturer le dioxyde de carbone de l'atmosphère et à le piéger de manière non nocive dans des puits de carbone, y compris des réservoirs géologiques, terrestres ou océaniques.

L'insetting ou la contribution carbone intégrée, est le processus d'investir directement dans la décarbonation de sa chaîne de valeur. Chloé se concentre principalement sur sa chaîne d'approvisionnement amont, afin d'aider les fournisseurs à réduire leurs émissions de gaz à effet de serre. Par exemple, Chloé les aide à choisir de l'énergie d'origine renouvelable. Ces initiatives améliorent l'empreinte carbone de nos fournisseurs et profitent à l'industrie dans son ensemble.

CDR – technique naturelle



PROJET :
Réduction et évitement du carbone avec bénéfices pour la biodiversité

LIEU :
France

PARTENAIRE :
Agoterra

SCOPE:
5 exploitations dans lesquelles Chloé participe financièrement à la mise en place de pratiques agricoles plus durables
1 993 tCO₂e évitées potentielles d'ici 5 ans
Convention d'une durée de 5 ans

CERTIFICATION :
Label bas-carbone

PROJET :
Reforestation avec bénéfices pour la biodiversité

Lieu :
France

PARTENAIRE :
CNPF

SCOPE:
2 zones forestières qui représentent 9,18 hectares et 9 espèces d'arbres plantées par forêt.
2 019 tCO₂e séquestrées potentielles d'ici 30 ans
Convention d'une durée de 8 ans

CERTIFICATION :
Label bas-carbone

CDR – technique technologique



PROJET :
Capture et stockage directs de l'air (DAC+S)

LIEU :
Islande

PARTENAIRE :
Climeworks

SCOPE:
210 tCO₂e séquestrées potentielles d'ici 9 ans
Convention d'une durée de 9 ans

CERTIFICATION :
Puro.earth



CONCLUSION

CETTE SECTION COMPREND
LES COMMENTAIRES
ET SUGGESTIONS
DU COMITÉ DE MISSION
APRÈS SON EXAMEN DU RAPPORT

ÉVALUATION DU COMITÉ DE MISSION

OBJECTIFS STATUTAIRES	ÉVALUATION DU COMITÉ DE MISSION
1. Donner à nos équipes les moyens d'œuvrer pour le changement	L'objectif de Chloé visant à promouvoir une culture inclusive qui responsabilise les employé-e-s en tant que leaders du changement est fondamental. Il permet d'atteindre les autres objectifs, d'améliorer les interactions avec les client-e-s et de renforcer l'ADN de la marque. Pour les deux années à venir, nous souhaitons renforcer les objectifs opérationnels de formation.
2. Créer des produits désirables et durables avec un impact environnemental réduit	L'engagement de Chloé à atteindre des KPIs clés sur les produits à impact réduit et la chaîne de valeur est démontré par des réductions significatives de son empreinte carbone, de sa consommation d'eau et des changements importants dans ses pratiques de production. Chloé doit maintenant définir les trajectoires à l'horizon 2030.
3. Favoriser une chaîne d'approvisionnement transparente, traçable et équitable	Les avancées de Chloé en matière de transparence et d'équité de la chaîne d'approvisionnement, en particulier par le biais des passeports numériques et des contrats à impact social, sont significatifs et permettent d'avancer dans la résolution de défis sociaux et environnementaux complexes.
4. Promouvoir l'égalité des genres au sein de la société et au-delà, notamment à travers l'éducation et l'inclusion économique	Chloé a démontré son engagement en reversant 0,4% de ses ventes à des programmes consacrés à l'égalité des genres et en renouvelant son partenariat avec l'UNICEF. L'engagement en faveur de l'égalité des genres doit continuer à encourager l'implication plus active des employé-e-s dans ces efforts, notamment à travers la sensibilisation à ces questions.

“ÊTRE UNE SOCIÉTÉ À MISSION SIGNIFIE REPENSER LA FAÇON DONT NOUS EXERÇONS NOS ACTIVITÉS POUR DEVENIR PLUS EFFICACES ET INGÉNIEUX, EN RÉDUISANT NOS IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX NON SEULEMENT PARCE QUE C'EST CE QU'IL CONVIENT DE FAIRE, MAIS AUSSI PARCE QUE CELA EST STRATÉGIQUE ET VITAL POUR NOTRE RÉUSSITE COMMERCIALE À LONG TERME.”

Yves Cauchon
Chief Operating Officer, Chloé

CONCLUSION DU COMITÉ DE MISSION

En préparant ce Rapport de Mission, nous avons évalué les objectifs statutaires de Chloé au cours de sa première année en tant que Société à Mission. Notre examen a porté sur la mise en place de processus nécessaires pour définir et superviser ses objectifs sociaux et environnementaux et l'engagement envers sa mission fondamentale.

Pour l'Objectif 1, nous félicitons Chloé pour son initiative visant à promouvoir une culture inclusive dans laquelle les employé-e-s sont reponsabilisé-e-s en tant que leaders du changement. Cette transformation est évidente dans toutes les interactions avec les client-e-s, étayée par des programmes de formation et de volontariat. À l'avenir, nous prévoyons que ces initiatives se développent davantage, pour stimuler l'engagement des employé-e-s et les relations avec les client-e-s, renforçant ainsi la fidélité à la marque.

Pour l'Objectif 2, des efforts remarquables concernant les choix de matières premières et les transports ont réduit l'empreinte carbone. L'initiative de Chloé consistant à adopter des principes d'économie circulaire illustre son engagement à repenser son modèle d'affaires.

Pour l'Objectif 3, l'évaluation des KPIs de Chloé illustre des améliorations mesurables dans sa chaîne d'approvisionnement, soulignées par le déploiement réussi de passeports numériques et la mise en place de contrats d'impact social.

Pour l'Objectif 4, l'engagement de Chloé envers l'égalité des genres est soutenu par l'atteinte de l'ensemble des KPIs et une forte représentation des femmes aux postes de direction. Cette réussite constitue un précédent important pour la représentation du leadership dans le secteur du luxe. Nous sommes impatients de voir comment les partenariats de Chloé axés sur l'égalité des genres évoluent, ce qui renforcera leur impact au sein de l'organisation et au-delà.

Bien que Chloé ait atteint ou surpassé la plupart de ses objectifs pour 2023, nous avons constaté des domaines innovants nécessitant une attention accrue, tels que le déploiement du passeport numérique dans le secteur de la Maroquinerie et des Chaussures et de l'outil S P&L chez ses fournisseurs. Ces projets sont importants pour atteindre les objectifs de mission d'ici 2025.

En conclusion, nous saluons les réalisations de Chloé au cours de l'année écoulée et les objectifs fixés pour les deux prochaines années. Nous reconnaissons l'engagement de l'équipe pour la nouvelle évaluation B Corp ces derniers mois et attendons avec impatience la conclusion de ce processus pour examiner les avancées de Chloé depuis 2021.

Nous sommes ravis d'accueillir un nouveau membre en juin 2024 : Niki Schilling, Directrice de l'impact chez Rituals. L'expérience de Niki dans la transformation sera essentielle pour aider Chloé à fixer des objectifs ambitieux pour 2030. Nous sommes impatients de poursuivre notre parcours d'amélioration continue avec elle.

LE COMITÉ DE MISSION



ANNEXE

L'ANNEXE CONTIENT
DES INFORMATIONS
COMPLÉMENTAIRES SUR
LES DIFFÉRENTES SECTIONS
DU RAPPORT

RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT

CHLOÉ

Rapport du commissaire aux comptes, désigné organisme tiers indépendant,
sur l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

Période allant du 1er avril 2023 au 31 mars 2024

À l'Assemblée Générale
CHLOÉ

5/7 avenue Percier
75008 Paris

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société, désigné organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le Cofrac (Accréditation Cofrac Vérification, n°3-1862 portée disponible sur www.cofrac.fr), nous 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 avril 2023 au 31 mars 2024, joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce.

Conclusion

Pour l'objectif statutaire : « Donner la place et les outils à chacune et chacun d'œuvrer pour le changement », CHLOÉ a intégré des indicateurs RSE dans les plans de performance de ses employés. Ces critères n'ont pas encore pu être déployés à l'ensemble des employés.

Pour l'objectif statutaire « Mettre en place une chaîne d'approvisionnement transparente, traçable et équitable », CHLOÉ s'est fixé comme objectif de déployer un passeport numérique à l'ensemble de ses produits prêt-à-porter et à une partie des sacs, chaussures et petite maroquinerie. Pour des raisons techniques, l'objectif relatif aux sacs, chaussures et petite maroquinerie n'a pas pu être atteint.

En raison des faits décrits ci-dessus, nous n'avons pas été en mesure de collecter les éléments suffisants et appropriés pour émettre une conclusion sur le respect par l'entité des objectifs sociaux et environnementaux, « Donner la place et les outils à chacune et chacun d'œuvrer pour le changement » et « Mettre en place une chaîne d'approvisionnement transparente, traçable et équitable », retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 du code de commerce et inscrits dans ses statuts, que CHLOÉ s'est donné pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité.

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 par ailleurs pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, pour chacun des autres objectifs sociaux et environnementaux, 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 CHLOÉ respecte chacun des autres objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est donné pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ces enjeux sociaux et environnementaux.

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.

RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT

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.

Responsabilité de l'entité

Il appartient à la direction :

- 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 résultent 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 et 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. 822-28 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 avril et juin sur une durée totale d'intervention de 8 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 27

entretiens avec les contributeurs en charge de la préparation des informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux représentant notamment la direction des ressources humaines et du sourcing responsable.

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'elle 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 les processus mis en place pour structurer et formaliser cette démarche en nous appuyant sur :
 - o les informations disponibles dans l'entité (par exemple, analyse de matérialité) ;
 - o la feuille de route de société à mission et le dernier rapport du comité de mission établi depuis la dernière vérification ;
 - o le cas échéant, ses publications (par exemple, rapport d'impact, 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
 - o sont explicites et permettent à un lecteur qui ne connaît pas l'entreprise d'identifier son activité ;
 - o 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 ;
 - o sont spécifiques à l'entreprise, au regard de ceux des autres sociétés à mission du même secteur ;
 - o 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 ;
 - o 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.

RAPPORT DE L'ORGANISME TIERS INDÉPENDANT

- 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 :
 - o apprécié le caractère approprié du Référentiel de l'entité au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible ;
 - o vérifié que les indicateurs couvrent l'ensemble du périmètre concerné par la qualité de société à mission ;
 - o 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 ;
 - o 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 ;
 - o mis en œuvre des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres méthodes de

o sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés s'il y a lieu par des vérifications au siège de l'entité et couvrent entre 20 et 100% des données utilisées pour le calcul des indicateurs ;

o 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 28 juin 2024

Le commissaire aux comptes
PricewaterhouseCoopers Audit

Amélie Wattel
Associée

Anne Parenty
Associée Développement Durable

GLOSSAIRE ET ABRÉVIATIONS

DÉFINITION

Fournisseur actif	Fournisseur ayant produit pour Chloé sur l'exercice financier 2024.
Emballages de marque	Tous les emballages portant le logo Chloé, les emballages primaires, par exemple les boîtes à chaussures, et les emballages secondaires, par exemple les sacs.
Économie circulaire	Système économique selon lequel la valeur des produits, matières et autres ressources de l'économie est maintenue aussi longtemps que possible, améliorant leur utilisation efficace dans la production et la consommation, réduisant ainsi l'impact environnemental de leur utilisation, minimisant les déchets et l'émission de substances dangereuses à toutes les étapes de leur cycle de vie, y compris par l'application de la hiérarchie des déchets. (Source : ESRS E5 Utilisation des ressources et économie circulaire)
Produits circulaires	Produits fabriqués à partir d'au moins 50% de matières recyclées ou récupérées (Exemple : chutes de tissu ou de cuir)
Services circulaires	Services visant à prolonger la durée de vie d'un produit ou de son utilisation, tels que la réparation, la location, la revente ou le renouvellement de la fabrication.
Passeport numérique	Passeport numérique (Digital ID) des produits qui comprend des informations sur leurs origines, l'historique de la chaîne d'approvisionnement, la durabilité de la production, l'authenticité, les services et la marque, le tout mis à la disposition des client·e·s par la lecture d'un code QR ou d'une puce NFC à l'intérieur du produit.
Services écosystémiques	Les services écosystémiques sont l'ensemble des bénéfices que les écosystèmes offrent aux populations humaines. Ces services sont répartis en 3 familles, les services de régulation des processus environnementaux, les services matériels et d'assistances et les services immatérielles.
Entièrement traçable	Une matière première entièrement traçable possède une chaîne d'approvisionnement complète connue qui est contrôlable, vérifiable et constante pendant la production d'un article. À chaque étape de la chaîne d'approvisionnement, nous exigeons les noms, adresses et régions précises (province, comté, pays) des fournisseurs impliqués, y compris ceux des sous-traitants.
Emballages industriels	Tous nos emballages primaires, logotés ou non, pour protéger, stocker et vendre le produit (cintres, sacs de protection, papier de soie).
Leather Working Group	Communauté mondiale multipartite engagée à construire un avenir durable avec du cuir responsable. Il s'agit d'une organisation à but non lucratif qui favorise les meilleures pratiques et un changement social et environnemental positif pour une production responsable du cuir.
Analyse du cycle de vie	Acte de mesure de l'impact environnemental d'un produit ou d'un service tout au long de son cycle de vie, des ressources utilisées pour créer le produit ou le service, à son utilisation par l'utilisateur.rice, jusqu'à sa destination finale de fin de vie.
Matière à impact réduit	Les matières à impact réduit sont des matières qui ont un impact réduit sur l'empreinte carbone, la consommation d'eau, la perte de biodiversité et/ou le bien-être animal (d'après des études scientifiques) par rapport à leur équivalent classique. La liste complète et les règles de ce que Chloé considère comme des matières à impact réduit ont été élaborées en coopération avec des experts externes et soutenues par des analyses du cycle de vie (ACV). La liste est mise à jour et disponible sur chloe.com
Matière biologique	Les matières biologiques sont définies comme des matières provenant de procédés agricoles qui adhèrent aux normes organiques. Elles doivent être certifiées par des normes telles que GOTS ou OCS100, toutes deux reconnues par Chloé.
Matériels de point de vente (POSM)	Les matériels de point de vente comprennent les outils de merchandising visuel et les uniformes de nos équipes de vente retail.

GLOSSAIRE ET ABRÉVIATIONS

DÉFINITION

Société à Mission	Une société à mission est un cadre juridique français (loi PACTE) pour les entreprises qui souhaitent intégrer les défis sociaux et environnementaux du 21 ^e siècle dans leurs modèles commerciaux. La loi PACTE (Plan d'action pour la croissance et la transformation des entreprises) a été adoptée en mai 2019.
Classement	Classement obtenu par un fournisseur après audit social indépendant (référentiel SMETA 2P, 4P ou Richemont) et remédiation de non-conformité ou examen du plan d'action, de A à D, A étant le meilleur classement.
Matière recyclée	Les matières recyclées désignent les matières qui contiennent au moins 50% des matières qui ont été récupérées ou détournées des déchets non dangereux. La matière doit être certifiée selon une norme telle que GRS ou RCS 100, qui sont toutes deux reconnues par Chloé.
Référence/REF	Code générique d'un article, sans la taille ni la couleur. Ex : CHC24A04E08
Objectifs fondés sur la science (SBT)	Les objectifs fondés sur la science (SBT) visent à accompagner les entreprises dans la réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre (GES). Cette démarche permet de réduire les émissions mondiales de favoriser une ambition croissance des politiques sur le changement climatique, Lancée en 2015, l'initiative Science-Based Targets Initiative (SBTi) est un partenariat entre le CDP, le Pacte mondial des Nations Unies, le World Resources Institute (WRI) et le World Wide Fund for Nature (WWF).
Scope 1	Le Scope 1 couvre toutes les émissions qui ont été directement produites par l'entreprise, telles que les émissions liées aux voitures appartenant à l'entreprise.
Scope 2	Le Scope 2 couvre les émissions indirectes liées aux achats d'électricité, de chaleur et de froid. Le Protocole des GES distingue deux approches, une basée sur la localisation (des valeurs moyennes sont utilisées pour un pays donné) une basée sur le marché (les émissions réelles des achats énergétiques sont utilisées).
Scope 3	Le Scope 3 implique à la fois les activités en amont telles que l'achat de matières premières, la fabrication de produits, les déplacements professionnels et les activités en aval telles que le transport et la livraison des produits.
SKU	Code unique donné à un article Ex : CHC24A04E0810136W
Objectifs statutaires	Objectifs sociaux et environnementaux à long terme d'une « société à mission » en vertu des lois et qui contribuent à l'objectif statutaire de l'entreprise.
Rang 1	Fournisseur/fabricant de produits finis
Rang 2	Fournisseur/fabricant de produits semi-finis (brodeuse par exemple) à l'exclusion des sous-traitants de niveau 1
Rang 3	Fournisseur de traitement des matières (pièces textiles, en cuir, métalliques)
Rang 4	Fournisseur de matières premières (fibres, peaux, métal) et fils

GLOSSAIRE ET ABRÉVIATIONS

ABRÉVIATION

CO ₂ e	Équivalents dioxyde de carbone
tCO ₂ e	Tonnes équivalents dioxyde de carbone
ACV	Analyse du cycle de vie
SBT	Science-Based Targets
SBTN	Science-Based Targets for Nature
t	Tonne métrique égale à 1 000 kg
M3	Mètre cube égal à 1 000 L
AC	Année civile
AF	Année fiscale
LG	Maroquinerie
PAP	Prêt-à-Porter
S P&L (Approche Social Profit & Loss)	Approche S P&L développée par Chloé
KPI	Indicateur clé de performance
PLM	Gestion du cycle de vie d'un produit (Product Life Management)
WFTO	Organisation Mondiale du Commerce Équitable (World Fair Trade Organization)
SMETA	Audit de commerce éthique des membres Sedex (Sedex Members Ethical Trade Audit)
PRSL	Listes des substances à usage restreint dans les produits (Product Restricted Substances List)
SCCC	Engagement du fournisseur en matière de conformité des produits chimiques (Supplier Chemical Compliance Commitment)
CoC	Code de Conduite (Code of Conduct)
IRF	Formulaire de demande d'informations (Information Request Form)
24W	Collection Hiver 2024
24S	Collection Printemps 2024
24U	Collection Été 2024
24F	Collection Automne 2024

ANALYSE DE MATÉRIALITÉ



La réalisation d'une analyse de la matérialité est un moyen d'interagir de manière proactive avec les parties prenantes internes et externes et de recueillir des informations pour déterminer les domaines prioritaires pour les actions futures. Dans un esprit d'amélioration continue, notre deuxième Analyse de la matérialité a été réalisée en 2023. Elle visait à renforcer la méthodologie autour du principe de double matérialité et à impliquer les parties prenantes internes et externes.

Cette évaluation est un outil essentiel à mesure que nous affinons notre cadre de reporting ESG et évoluons vers une stratégie ESG axée sur la performance structurée autour des priorités matérielles. Nous continuerons à surveiller les exigences en matière de rapports sur l'engagement social et environnemental, afin de faire progresser nos évaluations de matérialité futures. Vous trouverez plus d'informations sur notre évaluation de la matérialité [ici](#).

Les enjeux les plus matériels ont été abordés par le biais de nos objectifs statutaires et KPIs.

- ↑ Augmentation significative de l'impact attendu sur les personnes ou l'environnement
- Augmentation significative de l'impact attendu sur l'entreprise
- ↗ Augmentation significative de l'impact attendu sur les personnes ou l'environnement et sur l'entreprise
- Taille de la bulle : pertinence pour les parties prenantes externes/internes
- Thèmes transversaux ● Personnes ● Chaîne d'approvisionnement ● Impact sur la planète ● Communautés

MÉTHODOLOGIE : MESURE DE LA CONSOMMATION D'EAU

PÉRIODE DE RAPPORT, FRÉQUENCE

Le cycle de reporting est annuel, suivant l'année civile. La consommation d'eau de Chloé indiquée dans le Rapport couvre la période allant de janvier 2023 à décembre 2023.

Notre Maison mesure sa consommation d'eau depuis 2019.

OBJECTIFS POUR 2025 ET RÉFÉRENCE

Tous les objectifs de ce rapport ont été fixés par rapport à l'année 2019, que Chloé continue d'utiliser comme base de référence.

Les données de 2023 sont fournies avec les données historiques à partir de 2019, à des fins de comparaison. Certaines données sur la consommation d'eau rapportées au cours des années précédentes peuvent être corrigées pour refléter les données de 2023, comme expliqué plus en détail ci-dessous dans la section Correction.

Pour résumer, Chloé compare sa consommation d'eau pour 2023 avec 2019 comme année de référence, ainsi que sa consommation d'eau corrigée en 2021 et 2022.

Objectif :

- Réduction de 25% de la consommation d'eau lors de la production (matières premières et fabrication), par rapport à 2019.

MESURE

Pour les KPIs liés à l'empreinte eau, Chloé suit le cadre EP&L.

Pour mesurer la consommation d'eau, nous additionnons tous les volumes d'eau en fonction du type de prélèvement, en m³, utilisés sur l'année.

SCOPE

1.1 Scope horizontal

Les activités de Chloé couvrent quatre catégories de produits – Prêt-à-Porter, Maroquinerie, Chaussures et Accessoires de Mode – de deux marques, Chloé et See by Chloé.

1.2 Scope vertical

Chloé mesure sa consommation d'eau de l'ensemble de ses activités (bureaux régionaux, siège social, boutiques et entrepôts) ainsi que de l'extraction des matières premières et de la fabrication de ses produits.

1.3 Exclusion

Les produits gérés sous licence (parfums, lunettes, vêtements pour enfants et chaussures See by Chloé – produits par nos partenaires), ne sont pas produits par la chaîne d'approvisionnement de Chloé et ne sont donc pas inclus dans la mesure de l'empreinte eau de Chloé.

MÉTHODOLOGIE : MESURE DE LA CONSOMMATION D'EAU

MÉTHODE DE CALCUL

2.1 Principes généraux

Consommation d'eau (m³) = Données d'activité (unité) x Facteur d'impact (m³/unité)

2.2 Méthodologie

Le calcul que nous avons mis en place pour déterminer la consommation d'eau est divisé en trois catégories :

- Infrastructures : utilisation des données primaires de nos propres sites.
- Matières premières : utilisation de facteurs d'impact sur l'eau par matière première produite.
- Fabrication : utilisation d'une consommation moyenne d'eau par unité pour chaque ligne de produits.

2.3 Facteurs d'impact

Les facteurs d'impact proviennent de bases de données de l'EP&L et couvrent les deux aspects énumérés dans la section 2.2. Chloé utilise la base de données de 2018.

CORRECTION

Changements de méthodologie ou amélioration de l'exactitude des données : les données historiques peuvent différer des rapports précédents en raison de la disponibilité de données plus précises, d'amélioration dans les bases de données ou de changements de méthodologie. Des réévaluations des données historiques, y compris des ajustements de l'année de référence, peuvent être nécessaires afin d'obtenir des comparaisons significatives et d'évaluer les réalisations cibles. Toutes ces variations seront évaluées sur une base individuelle. À titre de référence, lorsque ces changements induisent des variations supérieures à 5%, les données seront corrigées pour toutes les années précédentes jusqu'à l'année de référence qui est 2019. Correction des données pendant la phase de collecte des données : les données historiques peuvent également devoir être corrigées en raison de certaines inexactitudes dans les rapports (erreur humaine, indisponibilité des données, développement du système, etc.). Les données corrigées sont clairement identifiées dans le Rapport de Mission.

MÉTHODOLOGIE : MESURE DE L'EMPREINTE CARBONE

PÉRIODE DE RAPPORT, FRÉQUENCE

Le cycle de reporting est annuel, suivant l'année civile. L'empreinte carbone de Chloé divulguée dans le Rapport couvre la période allant de janvier 2023 à décembre 2023.

Notre Maison mesure son empreinte carbone depuis 2019.

OBJECTIFS POUR 2025 ET RÉFÉRENCE

Tous les objectifs de ce rapport ont été fixés par rapport à l'année 2019, année de référence.

Les données de 2023 sont fournies avec les données historiques à partir de 2019, à des fins de comparaison. Certaines données sur les émissions de carbone rapportées les années précédentes peuvent être corrigées pour refléter les données de 2023, comme expliqué plus en détail ci-dessous dans la section Correction.

Pour résumer, Chloé compare son empreinte carbone 2023 à 2019 comme année de référence, ainsi que ses empreintes carbonées corrigées de 2021 et de 2022.

Objectifs :

- Réduction de 25% de nos émissions de gaz à effet de serre sur les scopes 1 et 2, en valeur absolue, par rapport à 2019 (conformément à la trajectoire SBTi de Richemont).
- Réduction de 30% de nos émissions de gaz à effet de serre, par produit, Scopes 1,2,3 par rapport à 2019.

MESURE DE L'EMPREINTE CARBONE

Pour les KPIs liés aux émissions de carbone, Chloé suit le Protocole des GES, conformément aux normes ISO 14069. L'empreinte carbone est une évaluation de la quantité des gaz à effet de serre (dioxyde de carbone, ou CO₂, méthane, ou CH₄, protoxyde d'azote, ou N₂O, hydrofluorocarbures, ou HFC, hexafluorure de soufre, ou SF₆, trifluorure d'azote, ou NF₃), émis (exprimés en CO₂e ou CO₂ équivalent) sur l'année par les activités d'une entreprise.

SCOPE

1.1 Scope horizontal

Les activités de Chloé couvrent quatre catégories de produits – Prêt-à-Porter, Maroquinerie, Chaussures et Accessoires de Mode – des deux marques, Chloé et See by Chloé.

1.2 Scope vertical

Chloé mesure l'empreinte carbone de ses opérations et sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

1.3 Scope

Ces émissions sont réparties en 3 Scopes et 18 catégories. Chez Chloé, nous mesurons et publions notre empreinte carbone

1.4 Exclusion

Les produits gérés sous licence (parfums, lunettes, vêtements pour enfants et chaussures See by Chloé – produits par nos partenaires sous licence) ne sont pas produits par la chaîne d'approvisionnement de Chloé et ne sont donc pas inclus dans l'évaluation carbone de Chloé.

MÉTHODOLOGIE : MESURE DE L'EMPREINTE CARBONE

MÉTHODE DE CALCUL

2.1 Principes généraux

Empreinte carbone (tCO₂e) = Données d'activité (unité) x Facteur d'émissions (tCO₂e/unité) (Source : [lien](#))

2.2 Facteurs d'émission

Chloé applique des facteurs d'émissions issus de plusieurs bases de données : les bases de données ADEME, Ecolnvent et autres bases de données reconnues au niveau international.

CORRECTION

Changements de méthodologie ou amélioration de l'exactitude des données : les données historiques peuvent différer des rapports précédents en raison de la disponibilité de données plus précises, d'amélioration dans les bases de données ou de changements de méthodologie. Des réévaluations des données historiques, y compris des ajustements de l'année de référence, peuvent être nécessaires afin d'obtenir des comparaisons significatives et d'évaluer les réalisations cibles. Toutes ces variations seront évaluées sur une base individuelle. À titre de référence, lorsque ces changements induisent des variations supérieures à 5%, les données seront corrigées pour toutes les années précédentes jusqu'à l'année de référence qui est 2019. Par exemple, depuis 2022, nous avons élargi le Scope de la mesure de l'empreinte carbone pour inclure la catégorie de produits Accessoires de mode, les livraisons du commerce en ligne, l'usage du produit vendu (catégorie 11 du Protocole des GES) et le traitement de fin de vie des produits vendus (catégorie 12 du Protocole des GES). Par conséquent, nous avons corrigé la mesure de l'empreinte carbone de 2019 avec ces nouvelles catégories.

Correction des données pendant la phase de collecte des données : les données historiques peuvent également devoir être corrigées en raison de certaines inexactitudes dans les rapports (erreur humaine, indisponibilité des données, développement du système, etc.). Les données corrigées sont clairement identifiées dans le Rapport de Mission.

MÉTHODOLOGIE : APPROVISIONNEMENT À IMPACT SOCIAL

DÉFINITION DES KPIS

Les KPIS d'approvisionnement responsable sont définis chaque année. Par exemple, 65% des produits de l'offre Prêt-à-Porter 2023 sont faits avec des matières à impact réduit.

Titre	Version	Publié	Lien
KPI en ligne dans le Rapport d'impact 2021	2021	Mi-2022	lci
KPI en ligne dans le Rapport d'impact 2022	2022	Mi-2023	lci

Les KPIS d'approvisionnement responsable sont approuvés par le Comité de Mission annuellement et sont publiés sur chloe.com.

DÉFINITION DES RÈGLES

L'équipe Sustainability définit des directives et des règles pour qualifier chaque matière première et chaque produit (toutes catégories confondues) comme ayant un impact réduit, entièrement traçable ou un approvisionnement social.

Les directives et règles sont discutées et définies en collaboration avec des experts externes, les équipes de Richemont et le Comité de Mission.

100% des collaborateurs ont accès à un parcours de formation sur la RSE, avec des formations obligatoires pour les équipes produit sur l'approvisionnement responsable et l'éco-conception. 90% des employé·e·s à temps plein ont participé à la session de formation.

MÉTHODOLOGIE : APPROVISIONNEMENT À IMPACT SOCIAL

RÈGLES D'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE

MATIÈRES ET PRODUITS À IMPACT RÉDUIT

Les matières à impact réduit sont des matières qui ont un impact réduit sur l'empreinte carbone, l'utilisation de l'eau, la perte de biodiversité et/ou le bien-être animal (sur la base d'études scientifiques) par rapport à leur équivalent classique. La liste complète et les directives de ce que Chloé considère comme des matières à impact réduit ont été élaborées en collaboration avec des experts externes, des organismes certificateurs et/ou soutenues par des Analyses du Cycle de Vie (ACV). La liste est mise à jour annuellement et est disponible sur [chloe.com](https://www.chloe.com)

- Un produit Prêt-à-Porter ou de Maroquinerie est considéré comme ayant un impact réduit si sa matière principale (supérieur à 80% du poids du produit) a un impact réduit.
- Les Chaussures sont composées de deux parties : A = tige/doublure et B = semelle, qui peuvent être considérées comme ayant un impact réduit. Une chaussure est considérée comme ayant un impact réduit si A ou B a un impact réduit et si son poids est supérieur à 50% du poids total de la chaussure.

MATIÈRES ET PRODUITS ENTIÈREMENT TRAÇABLES

Une matière première est entièrement traçable si l'ensemble de sa chaîne d'approvisionnement est connu, contrôlable, vérifiable et constante pendant la fabrication d'un produit. Pour chaque étape de la chaîne d'approvisionnement, nous exigeons les noms, adresses et zones géographiques précises (province, comté, pays) des fournisseurs impliqués, y compris ceux de leurs sous-traitants directs.

Un produit de Prêt-à-Porter ou de Maroquinerie est considéré comme entièrement traçable si sa matière principale est fabriquée à partir d'une matière première entièrement traçable.

MÉTHODOLOGIE : APPROVISIONNEMENT À IMPACT SOCIAL

PRODUITS ISSUS DU COMMERCE ÉQUITABLE ET DE L'APPROVISIONNEMENT SOCIAL

Les produits issus du commerce équitable et de l'approvisionnement social sont fabriqués par un fournisseur de Rang 1 appartenant à l'une des 3 catégories suivantes :

Commerce équitable : entités qui ont fait l'objet d'un audit et ont été vérifiées par l'Organisation Mondiale du Commerce Équitable (WFTO), garantissant des pratiques sociales équitables et une faible empreinte environnementale.

Les signataires du Cadre d'approvisionnement social sont des fournisseurs identifiés dans notre panel existant comme ayant des pratiques sociales supérieures aux exigences réglementaires.

Les prérequis du cadre d'approvisionnement social sont les suivants :

- Résultat A ou B à la suite d'un audit social SMETA
- Note supérieure à 3 sur 5 après évaluation S P&L
- Évaluation des niveaux de rémunération par un tiers (Fair Wage Network) avec un résultat positif
- Relation commerciale existante avec Chloé depuis plus de 2 ans

Veuillez noter que ces conditions préalables sont cumulatives.

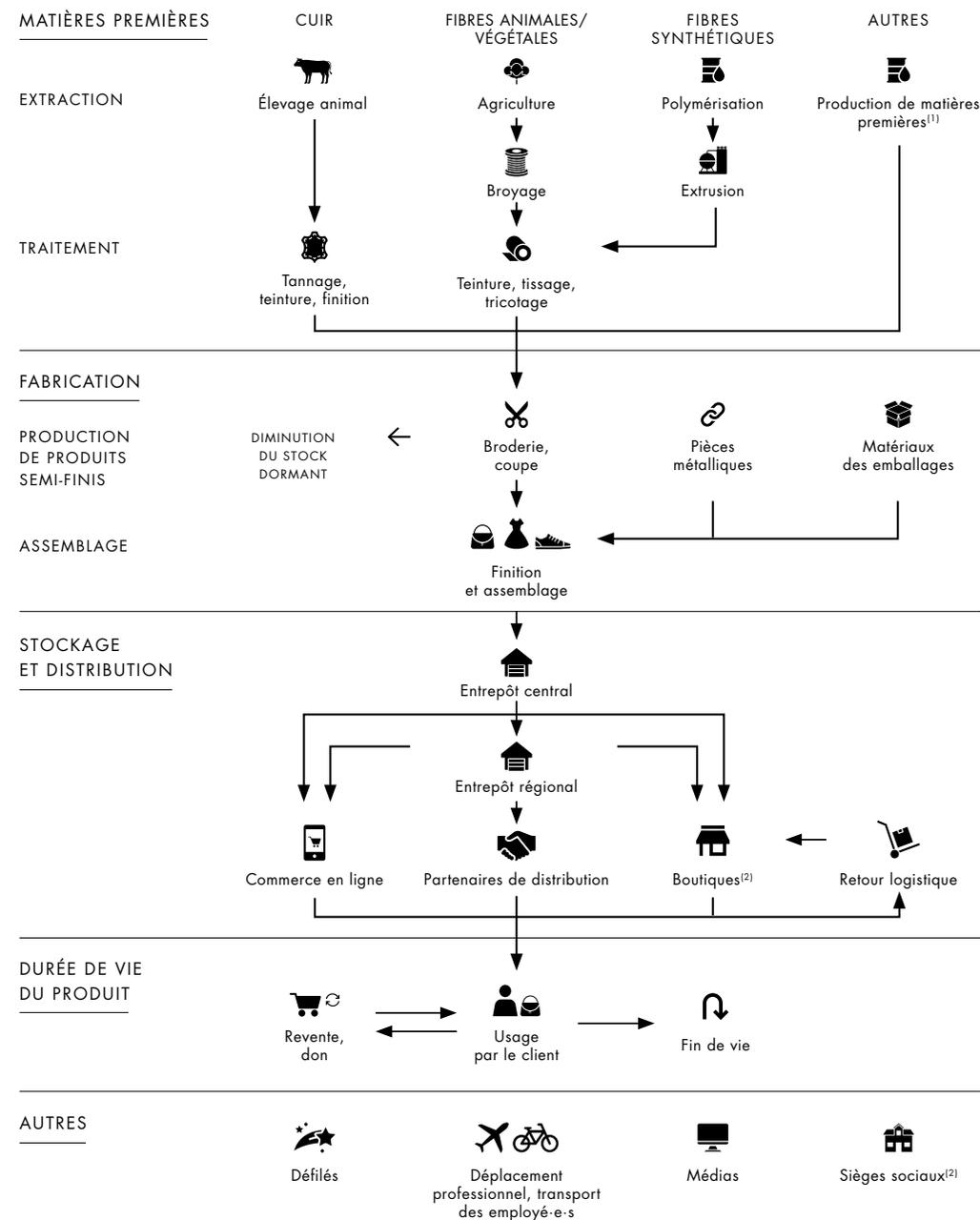
Entités sociales : les entités sociales désignent un ensemble de structures organisées sous la forme d'entreprises, de coopératives, d'associations ou de fondations qui placent les personnes au cœur de leur activité et dont l'impact social est une prérogative dans leur mission. Elles peuvent réinvestir une partie de leurs bénéfices au profit de projets sociaux, mais peuvent également être des organisations à but non lucratif.

Critères de qualification :

- a. Soutien aux communautés marginalisées (minimum 30% des équipes)
- b. Impact social positif sur la communauté sur laquelle elles se concentrent et sur la société en général
- c. Réinvestissement des résultats dans des projets sociaux et/ou environnementaux en interne et/ou en externe ou avoir un fonds/fiducie de développement
- d. Gouvernance démocratique et participative
- e. L'entité sociale a les mêmes engagements concernant la qualité que les autres fournisseurs de Chloé

Les critères a et b doivent être cumulatifs.

APERÇU DE LA CHAÎNE DE VALEUR CHLOÉ 2023



⁽¹⁾ La production de matières premières comprend les emballages et les composants.

⁽²⁾ Les opérations propres à Chloé.

FOURNISSEURS FAIR TRADE ET APPROVISIONNEMENT À IMPACT SOCIAL

LISTE DES FOURNISSEURS DE CHLOÉ – COMMERCE ÉQUITABLE ET ENTREPRISES SOCIALES

AKANJO

Akanjo est une entreprise sociale située à Madagascar qui met l'égalité de rémunérations, la santé et le bien-être de ses collaboratrices et collaborateurs au cœur de ses préoccupations. Partenaire historique de Chloé depuis 15 ans, Akanjo est engagé dans la formation et la valorisation des métiers d'Art.

MADE FOR A WOMAN

Fondée en 2019, Made For A Woman est une entreprise sociale basée à Madagascar dont l'objectif est d'offrir une vie meilleure aux femmes artisanes grâce à l'art traditionnel du tissage. Plus de 350 femmes sont employées, dont la plupart sont issues de milieux vulnérables. Elles reçoivent un salaire de subsistance juste et équitable, et ont la possibilité de se développer et de s'autonomiser grâce à un large éventail de projets de responsabilité sociale.

MANOS DEL URUGUAY

Manos del Uruguay est une organisation à but non lucratif. Depuis 1968, Manos soutient le travail de centaines de femmes artisans teinturières, de tricoteuses et de tisserandes. En hommage à l'artisanat uruguayen ancestral, Manos crée des produits de haute qualité dans le respect de l'environnement. Pour Manos, donner des emplois aux femmes des zones rurales en Uruguay ne se limite pas à leur fournir un revenu. Elles peuvent également se développer personnellement et gagner en indépendance, en gardant leurs racines et traditions proches de leur communauté et de leurs familles.

MIFUKO

En swahili, « mifuko » signifie poche. Avec une rémunération équitable et une moindre dépendance à l'égard de l'agriculture imprévisible comme source de revenus, Mifuko renforce la position des artisans au Kenya et leur assure un salaire.

LA FABRIQUE NOMADE

Fondée en 2016, La Fabrique NOMADE est une association dédiée à l'intégration professionnelle des artisans migrants et réfugiés en France. Elle plaide pour un nouveau modèle d'intégration, qui prend en compte les objectifs de l'individu et identifie ses compétences.

MARIE HÉLÈNE COUTURE

Partenaire historique de Chloé depuis 1986, Marie Hélène Couture est spécialisée dans la technique du frou. Leur expertise permet de maintenir, en France, un haut niveau d'aptitude professionnelle dans cette forme d'art délicat et pointu. Chloé et Marie Hélène Couture ont signé un contrat visant à soutenir Marie Hélène Couture dans le renforcement de bonnes pratiques sociales, garantissant entre autres le financement de projets à impact positif pour ses salariés.

CHIZÉ

Partenaire historique de Chloé, Chizé Confection est une Société Coopérative de Production (SCOP). Ce modèle coopératif se distingue par sa gouvernance démocratique, favorisant ainsi un environnement de travail collaboratif et démocratique. Chloé et Chizé Confection ont signé un contrat visant à soutenir Chizé Confection dans le renforcement de bonnes pratiques sociales, garantissant entre autres le financement de projets à impact positif pour ses salariés.

LISTE DES DONNS EN NATURE

ONG / ENTREPRISE SOCIALE / ÉCOLE	CATÉGORIE DE PARTENARIAT	DESCRIPTION	DONNS EN NATURE
HUMANITY DIASPO	Inclusion sociale	Humanity Diaspo a pour vocation de soutenir les personnes vulnérables et promouvoir leur autonomisation. Cette association s'engage également à lutter contre la précarité hygiénique et menstruelle, les violences sexuelles et la précarité des étudiant-e-s.	Chloé a fait don d'uniformes de boutique usés en bon état.
MAMAMA	Inclusion sociale	MaMaMa est une association française qui distribue des colis de produits de première nécessité aux mères et aux bébés en situation de grande précarité en Île-de-France.	Chloé a fait don de 160 sacs, 300 paires de chaussures, 2 000 pièces de Prêt-à-Porter.
LYCÉE DE LA MODE (CHOLET)	Éducation	Le Lycée de la Mode est un établissement public portant le label « Lycée des métiers de la mode » axé sur l'innovation et le développement durable. C'est un centre d'excellence reconnu qui permet aux élèves d'acquérir des connaissances professionnelles et de faire carrière dans la mode, le design, la fabrication, la vente et la distribution, dans les domaines du prêt-à-porter, des chaussures et de la maroquinerie.	Chloé a fait don de 1 678 mètres linéaires de chutes de tissus.
INSTITUT FRANÇAIS DE LA MODE (IFM)	Éducation	L'Institut Français de la Mode est un établissement d'enseignement supérieur, un centre de formation pour apprentis, d'éducation pour les cadres, ainsi qu'un centre d'expertise pour les secteurs du textile, de la mode et du luxe. Situé à Paris, il propose des programmes éducatifs allant de la formation professionnelle au niveau doctoral, en associant mode, gestion et savoir-faire.	Chloé a fait don de 15 400 mètres linéaires de chutes de tissu.
ESMOD (RENNES)	Éducation	ESMOD Rennes est un établissement privé d'enseignement supérieur situé à Rennes, en France. Il offre une éducation spécialisée dans le design et le secteur de la mode. Il met l'accent sur la pratique professionnelle et l'employabilité en fournissant à ses étudiant-e-s les compétences nécessaires pour s'adapter et innover.	Chloé a fait don de 6 189 mètres linéaires de chutes de tissu.
ARA LUMIÈRE	Inclusion économique des femmes, santé et sécurité des femmes	Ara Lumière est un projet lancé pour autonomiser les survivantes d'attaques à l'acide et de brûlures, en intégrant leurs histoires de résilience et de transformation dans la haute couture. Le projet contribue activement au parcours des survivantes vers l'autosuffisance et la guérison.	Chloé a fait don de 584 mètres linéaires de chutes de tissus de coton.

LISTE DES MATIÈRES PREMIÈRES UTILISÉES

SYNTHÈSE DES MATIÈRES PREMIÈRES UTILISÉES DANS NOS PRODUITS ET EMBALLAGES EN 2023

Les matières premières représentent la part la plus significative de notre empreinte carbone 54% des biens et services achetés (à savoir, les émissions en amont de la production). Cela explique notre volonté de prioriser l'approvisionnement en matières à impact réduit. Dans le rapport ci-dessous, vous pouvez consulter la part des matières à impact réduit par groupe.

GROUPE	POIDS BRUT (EN TONNES ET% DU POIDS TOTAL)	MATIÈRES PREMIÈRES	POIDS BRUT PAR MATIÈRES PREMIÈRES (EN%)	ATTRIBUT À IMPACT RÉDUIT ⁽¹⁾	POIDS BRUT PAR ATTRIBUT (EN%)
Cuir	353,2 (41,2%)	Bovin	87%	LWG	94%
				Conventionnel	6%
		Chèvre	2%	LWG	77%
				Conventionnel	23%
		Agneau	11%	LWG	97%
				Conventionnel	3%
Fibres animales	42,5 (5%)	Laine	67%	Impact réduit	36%
				Conventionnel	64%
		Cachemire	5%	Recyclé	28%
				Conventionnel	72%
		Mohair	0,1%	Conventionnel	100%
		Soie	28%	Organique	20%
				Conventionnel	80%
		Fibres végétales	185,3 (21,6%)	Coton	31%
Organique	4%				
Classique	71%				
Lin	59%			Impact réduit	100%
Jute	3%			Impact réduit	100%
Chanvre	1%			Impact réduit	100%
Autres (Ramie...)	7%			Conventionnel	100%

⁽¹⁾ Matières à impact réduit : voir la page 7 de nos Règles

LISTE DES MATIÈRES PREMIÈRES UTILISÉES

SYNTHÈSE DES MATIÈRES PREMIÈRES UTILISÉES DANS NOS PRODUITS ET EMBALLAGES EN 2023

GROUPE	POIDS BRUT (EN TONNES ET% DU POIDS TOTAL)	MATIÈRES PREMIÈRES	POIDS BRUT PAR MATIÈRES PREMIÈRES (EN%)	ATTRIBUT À IMPACT RÉDUIT ⁽¹⁾	POIDS BRUT PAR ATTRIBUT (EN%)
Fibres synthétiques	81,9 (9,5%)	Polyester	69%	Conventionnel	100%
		Polyamide	31%	Recyclé	5%
				Conventionnel	95%
Autres	0,3%	Conventionnel	100%		
Fibres cellulosiques artificielles	2,3 (0,27%)	Viscose	99%	Conventionnel	100%
		Acétate	Moins de 1%	Conventionnel	100%
Autres	192,7 (22,5%)	Caoutchouc	12%	Conventionnel	100%
		Autres (EVA, PU...)	79%	Conventionnel	100%
		Métal, liège...	9%	Conventionnel	100%
Poids total des matières premières pour les produits en tonnes					857,90
Emballages ⁽¹⁾	287,5 (100%)	Plastique biosourcé	1,4%	Certifié	100%
				Papier	22,3%
		Carton	56,6%	Conventionnel	
				Recyclé	56%
				Certifié	37%
		Coton	19%	Conventionnel	7%
				Organique	90%
Fer	0,5%	Conventionnel	100%		
Poids total des matières premières pour les emballages en tonnes					287,50
POIDS BRUT TOTAL (EN TONNES)					1 145,40

⁽¹⁾ Emballages avec logo : le champ d'application comprend les emballages primaire et secondaire avec logo.