

RAPPORT DE MISSION JULES

2025



PRÉFACE

"En route vers la maturité de notre modèle : de la consolidation à la conquête"

Chez Jules, être une entreprise à mission n'est pas une destination, c'est une boussole qui guide chacun de nos arbitrages, même quand le vent est de face.

L'année 2025 que nous venons de traverser a été une année de contrastes, que je qualifierais de **"demi-succès" inspirant**. Si le contexte de marché est resté complexe, pesant sur nos volumes, Jules a démontré une résilience remarquable. Nous avons réussi là où l'essentiel se joue pour demain : la transformation profonde de notre modèle.

Le chemin parcouru : Transformer pour durer

Nous avons achevé la phase de **retournement** pour entrer de plain-pied dans celle de la **consolidation**. Nos résultats en matière de durabilité sont une immense fierté : Nous avons atteint nos objectifs de décarbonation avec **-24% de CO₂ émis par pièce vendue**, dépassant nos propres ambitions.

Notre gamme **"Le Parfait by Jules"** est devenue une icône de notre savoir-faire, prouvant qu'un produit éco-conçu et garanti 4 ans peut être un moteur de désirabilité et de marge.

Nous avons initié la circularité avec le projet **"textile to Textile"**, faisant de nos vêtements d'hier les ressources de demain.

2026 : L'exigence de la Robustesse

Notre trajectoire pour 2026 est claire : **renforcer aujourd'hui pour conquérir demain**.

Pour réussir cette année charnière, nous activons trois leviers indissociables :

La Robustesse : Dans un marché volatil, nous faisons le choix de la précision. Nous transformons notre modèle marchand pour "acheter moins et mieux", en réduisant nos stocks de 11% pour gagner en agilité.

Le Client : Il est notre seule boussole. Nous basculons d'une culture de magasin à une culture omnicanale unifiée, et nos équipes et nos médias jouent pleinement leur rôle de partenaire de style.

La Vision : 2026 est l'année où nous projetons le Jules de demain. Nous co-construisons actuellement notre vision à 10 ans avec toutes nos parties prenantes pour que notre impact soit non seulement positif, mais systémique.

Cap sur 2027

Le rapport que vous allez lire témoigne de la force de nos engagements **TRUST**. Il montre qu'une entreprise peut — et doit — concilier performance économique et utilité sociétale.

Je tiens à remercier nos collaborateurs et nos partenaires pour leur engagement. C'est grâce à cette solidité collective que nous préparons 2026 comme le tremplin vers la phase de **conquête** de 2027.

Plus que jamais, chez Jules, nous sommes fiers de ce que nous construisons : une mode qui respecte les hommes et la planète, sans jamais renoncer au style.

Jules, le Style qui a du sens !

Joannes SOËNNEN

Directeur Général Jules



SOMMAIRE

1. JULES ENTREPRISE À MISSION	04
NOTRE MISSION	05
NOTRE DÉMARCHE	06
DEVENIR ENTREPRISE À MISSION	07
2. UN COMITÉ DE MISSION ENGAGÉ	08
NOTRE COMITÉ DE MISSION	09
LETTRE DU COMITÉ DE MISSION	10
LES ACTIONS 2024/2025	11
3. NOTRE ENGAGEMENT	12
TRANSFORMER L'INDUSTRIE DE LA MODE À NOTRE ÉCHELLE	13
RÉCONCILIER TOUS LES HOMMES AUX VÊTEMENTS	18
S'UNIR AVEC LES ACTEURS LOCAUX	21
SAUVEGARDER NOS RESSOURCES	24
TRANSMETTRE LES SAVOIRS ET LE SAVOIR-FAIRE	27

4. CONCLUSION	30
SYNTHÈSE 2024	31
PERSPECTIVES	32
5. ANNEXES	33
DÉFINITIONS DES TERMES CLÉS	34
PRÉCISIONS SUR LES ORGANISATIONS MENTIONNÉES	35
DÉFINITIONS DES KPIS	36



JULES ENTREPRISE À MISSION

UN ENGAGEMENT AFFIRMÉ

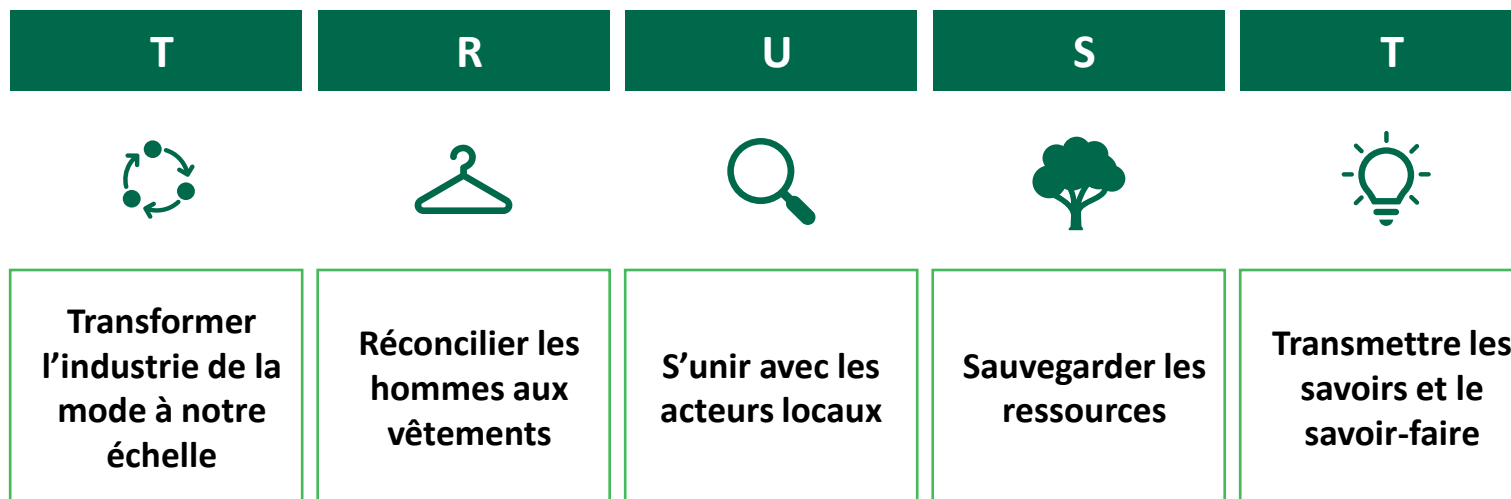
NOTRE MISSION

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

NOTRE RAISON D’ÊTRE

« NOUS AVONS LA FIBRE DE L’HOMME. RETISSER LE LIEN ENTRE L’HOMME ET SON ENVIRONNEMENT EST NOTRE SECONDE NATURE »

TRUST : NOS OBJECTIFS STATUTAIRES



NOTRE DÉMARCHE

Objectifs statutaires	Objectifs opérationnels	Indicateurs
T Pour <u>Transformer</u> l'industrie de la mode, à notre échelle	1. Eco-concevoir pour accroître la durabilité de nos produits 2. Augmenter la traçabilité de la chaîne de valeur responsable	1. Taux de produits avec garantie longévité 2. Taux de matières à moindre impact utilisées dans l'ensemble des références (en tonnage dans la collection) 3. Taux d'usines de rang 1 et 2 auditées et répondant à nos exigences RSE
R Pour <u>Réconcilier</u> tous les hommes aux vêtements	3. Favoriser l'engagement responsable des clients	4. %Chiffre d'affaires durable
U Pour <u>s'Unir</u> avec les acteurs locaux	4. Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne	5. Taux de volumes dont la confection est faite en Paneuromed (rang 1)
S Pour <u>Sauvegarder</u> nos ressources	5. Améliorer l'empreinte environnementale de la chaîne de valeur	6. Intensité carbone Scope 1, 2 et 3 (kg de CO2 émises par pièce vendue) => Complétion en 2024 : ajout de l'évolution en % par rapport à 2022, année de référence de notre réduction d'impact 7. Taux de fournisseurs conformes au cahier des charges ZDHC MRSL*
T Pour <u>Transmettre</u> les savoirs et le savoir-faire	6. Devenir une entreprise apprenante	8. Taux de collaborateurs formés

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

DEVENIR ENTREPRISE À MISSION : LES ÉTAPES

QU'EST-CE QU'UNE ENTREPRISE À MISSION ?

ADOPTÉE EN 2019, LA LOI PACTE* PERMET AUX ENTREPRISES DE REPENSER LEUR PLACE DANS LA SOCIÉTÉ EN INSCRIVANT DANS LEURS STATUTS DES AMBITIONS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES.

POUR DEVENIR ENTREPRISE À MISSION, IL FAUT :

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

2483

sociétés à mission
référéncées à ce jour**

42

sociétés à mission dans le secteur
de l'habillement / textile**

*Plan d'Action pour la Croissance et la Transformation des Entreprises

**Observatoire des sociétés à missions (Site internet - 01.04.2026)

STRUCTURE DE L'ENTREPRISE À MISSION

Le Comité de Mission

ORGANE DE GOUVERNANCE DE L'ENTREPRISE À MISSION



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

1. La Raison d'être



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

2. Les Objectifs Statutaires



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

3. Les Objectifs Opérationnels



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

4. Les Indicateurs de Performance



Mesurent l'évolution des objectifs et les résultats atteints.

4. Les Moyens mis en place

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

5. Le Rapport de Mission



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



UN COMITÉ DE MISSION

ACTIF ET ENGAGÉ

NOTRE COMITÉ DE MISSION

Erika JOFFRIN-CADIX

Directrice RSE, Achats/Sourcing Jules | Présidente du Comité de mission



« Passionnée par la mode et experte du secteur textile, outre créer des collections les plus performantes et durables, j'affectionne particulièrement les challenges liés à ce secteur en pleine mutation. Je crois en une mode capable de conjuguer attractivité, sens, performance et impact positif. Mon ambition est de contribuer à faire évoluer Jules vers un modèle plus responsable, plus circulaire et plus aligné avec les réalités du monde d'aujourd'hui »

Yohann PETIOT

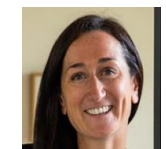
Directeur Général de l'Alliance du Commerce



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

Mylène KIENER

Actionnaire AFM | Membre du conseil Jules



« En tant qu'actionnaire, membre du conseil, et citoyenne, je mesure l'urgence de transformer les pratiques du secteur. Cela passe notamment par la réinvention du modèle marchand et des business modèles, afin de les rendre plus responsables, durables et alignés avec les enjeux actuels - et je suis fière que Jules s'engage sur ce chemin indispensable. »

Bénédicte BERNARD

Directrice RH | Jules



« En tant que DRH et membre du comité de mission, je suis convaincue que la transformation durable de l'entreprise repose avant tout sur l'humain. Notre ambition est de construire une organisation apprenante, responsable et joyeuse, où chacun peut trouver du sens, s'exprimer en confiance et contribuer pleinement au projet collectif. C'est en cultivant la cohésion sociale et l'engagement de tous que nous faisons vivre, concrètement, notre mission d'entreprise et notre responsabilité d'employeur »

Olivier DUCATILLON

Président de l'Union des Industries Textiles



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

Pascal BRUN

Vice-Président Développement Durable, Diversité et Inclusion | Zalando



« Mon engagement au sein du comité de mission Jules découle de ma conviction profonde que l'industrie de la mode a un rôle majeur à jouer dans la construction d'un avenir plus durable. Je suis ravi de pouvoir apporter mon expertise et ma perspective pour accompagner Jules dans ses ambitions RSE et contribuer à une transformation positive du secteur. »

Marie CAYUELA

Designeuse produit industriel Décathlon | Actionnaire AFM



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

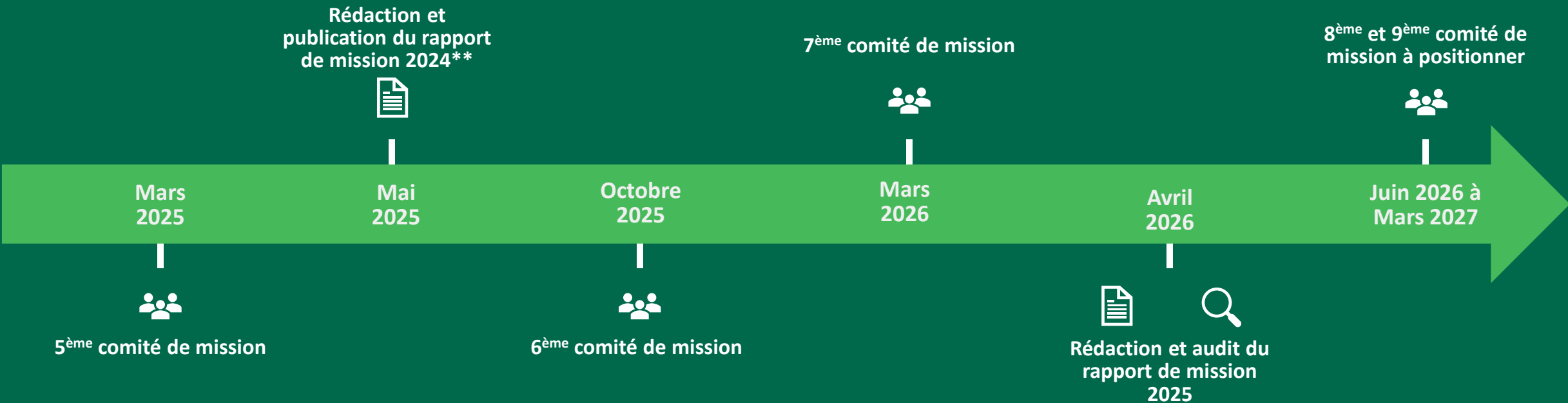
Marc ROUSSEAU

Directeur industriel | Decathlon



« Ravi d'accompagner l'entreprise Jules sur ce chemin visant à un meilleur équilibre entre les volets économique, social et durable de son modèle d'affaires. »

LES ACTIONS DU COMITÉ DE MISSION EN 2025



*OTI : Organisme Tier Indépendant

**Pas d’audit en 2024. Notre rapport de missions est audité tous les deux ans.



NOTRE ENGAGEMENT

EN 6 OBJECTIFS



NOTRE ENGAGEMENT EN 6 OBJECTIFS

TRANSFORMER L'INDUSTRIE DE LA MODE À **NOTRE ÉCHELLE**

NOUS HABILLONS L'HOMME SANS ABÎMER LE MONDE

*Réinventer notre métier, du choix de la fibre jusqu'à nos lieux de distribution,
pour faire de la mode responsable un choix simple et évident au quotidien.*

OBJECTIF #1 : ECO-CONCEVOIR POUR ACCROÎTRE LA DURABILITÉ DE NOS PRODUITS

Ambition, objectif et indicateurs

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

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

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



Produits Eco-Conçus

Vêtements conçus dans le but de réduire leur impact environnemental : ils contiennent des matières à moindre impact, utilisent des traitements utilisant moins d'eau, leur confection produit moins de déchets, et ils sont fabriqués dans des usines ayant de très bons résultats d'audits sociaux.

Le Parfait by JULES

Gamme de vêtements éco-conçus et coconçus avec nos clients, avec une garantie longévité étendue à 4 ans, soit 2 ans de plus que la garantie légale de conformité.



Mesurer les résultats

Indicateur 1

% de produits avec garantie longévité

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

Objectif 2025

12%

Résultat 2025

12%

Indicateur 2

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

Définition : Mesure du pourcentage en poids de matières à moindre impact (recyclées, issues de l'agriculture biologique ou régénérative) utilisées par Jules dans une partie de ses produits.

Objectif 2025

55%

Résultat 2025

60%

Agir pour atteindre nos objectifs

Augmentation de l'intégration de matières recyclées « Fibre à Fibre » dans nos produits et définition d'une feuille de route pour augmenter cette part d'ici 2030.

Commercialisation de 2 nouveaux produits « Le Parfait By Jules » : pull col camionneur et T-Shirt col V.

Développement de l'intégration de coton issu de l'agriculture régénérative dans nos produits, matière similaire en impact au coton issu de l'agriculture biologique (rapport textile Exchange : <https://textileexchange.org/knowledge-center/reports/cotton-life-cycle-assessment/>)

Volontariat de Jules à l'affichage du coût environnemental des produits textiles dès octobre 2025 (sortie du décret).



ZOOM SUR L'ACTION : AUGMENTATION DE L'INTÉGRATION DE MATIÈRES RECYCLÉES



Ce qui a été fait en 2025

Augmentation de l'intégration de matières recyclées « Fibre à Fibre » dans nos collections

Le choix de la matière est le premier levier de réduction de l'impact environnemental d'un vêtement. Les années précédentes nous avons challengé nos équipes sur l'utilisation de matières à moindre impact, allant du coton issu de l'agriculture biologique au polyester recyclé, en passant par la viscose Ecovero® et nous avons atteint 60% en poids de ces matières à moindre impact dans nos produits en 2025.

Au sein des matières à moindre impact, les matières recyclées sont les plus responsables. En 2025, 18% de matières recyclées (en poids) sont intégrées dans nos produits. Nous avons notamment commencé à intégrer des matières recyclées issues de vêtements usagés dans certains produits. Dans notre jean « Re-jean », 20% du coton utilisé pour fabriquer la toile de jean provient de vêtements usagés collectés et recyclés (fibres) en France. Ces nouvelles fibres ont ensuite été envoyées à nos partenaires en Asie pour être intégrées à la fabrication d'une nouvelle matière, permettant une baisse importante de l'impact environnemental du produit.



Les prochaines étapes pour 2026

Vos vêtements d'aujourd'hui, la matière de demain

Nous sommes convaincus que l'avenir réside dans la transformation de matière déjà existante pour fabriquer de nouveaux produits, en évitant autant que possible l'extraction de matières vierges.

Notre objectif est d'augmenter la part de matières recyclées contenue dans nos produits en privilégiant les matières recyclées « Fibre à Fibre » :

- Le coton recyclé issu de vêtements usagés (vs/ le coton recyclé issu de chutes de production)
- Le polyester recyclé issu de déchets textiles (vs/ le polyester recyclé issu de bouteilles en plastiques)

En 2026, notre objectif est d'atteindre l'intégration de 20% (en poids) de matières recyclées dans nos produits, dont 3,5% de matières recyclées « Fibre à Fibre ». Pour cela, nous étendons déjà l'intégration de fibres recyclées fibres recyclées « Fibre à Fibre » à d'autres catégories de produits, comme le pull. Nous avons également décliné les objectifs de matières à moindre impact par rayon avec le détail des objectifs sur les matières recyclées.

“

Dans le cadre de sa démarche d'éco-conception, Jules améliore la durabilité globale de ses produits en augmentant le taux de références bénéficiant d'une garantie de longévité. Cette dynamique s'illustre notamment à travers l'offre « Le Parfait by Jules », qui propose des produits alliant esthétique, qualité et durabilité.

En parallèle, la part de matières à moindre impact progresse dans l'ensemble de la collection, mesurée en tonnage, afin de réduire l'empreinte environnementale.

L'enjeu est de mieux valoriser ces produits éco-conçus auprès des clients, et d'accélérer la R&D pour sécuriser les approvisionnements.

Mylène Kiener

Actionnaire AFM & Membre du conseil Jules

”

OBJECTIF #2 : AUGMENTER LA TRAÇABILITÉ DE LA CHAÎNE DE VALEUR RESPONSABLE

Ambition, objectif et indicateurs

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

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

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

Ces audits sont réalisés par un auditeur d'un organisme tier indépendant, selon les trames d'audit ICS* (dont Jules est membre), et de façon semi-annoncée ou non-annoncée.

Mesurer les résultats

Indicateur

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

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

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

Objectif 2025

60%

Résultat 2025

75%

“

« Jules maintient son exigence en matière de transparence de sa chaîne de valeur. La marque a su dépasser son objectif fixé pour 2025 en atteignant 75% d'usines auditées sur les critères sociaux (rang 1) et environnementaux (rang 2). Cette performance s'illustre par un suivi rigoureux de la production des matières premières jusqu'à la distribution des produits. Pour Jules, la traçabilité est un levier essentiel pour garantir une réduction de l'impact de sa chaîne de valeur.

En 2026, Jules s'engage à poursuivre la montée en compétence de ses équipes et assure un alignement strict avec les évolutions réglementaires. Cela passe par le déploiement d'outils de suivi internes visant à capitaliser sur ses actions et à investiguer au-delà des usines de rang 2. Ces actions permettent à Jules de tendre vers son objectif pour 2030, fixé à 97% d'usines auditées (rangs 1 et 2). »

Marie Watine-Cayuela

Designeuse produit industriel Décathlon | Actionnaire AFM

”

Agir pour atteindre nos objectifs

Finalisation de l'appel d'offre pour un outil de « supply chain management », de la production à la livraison entrepôt.



Investissement et participation au développement du module CS3D de l'ICS pour piloter plus finement les risques sur notre chaîne de valeur.

Intégration de notre outil de lecture et validation des TC à notre process de traçabilité (fiabilisation de la donnée de façon plus efficace et sûre).

*ICS : Initiative for Compliance and Sustainability. Initiative multisectorielle ayant pour objectif l'amélioration des conditions de travail dans les chaînes d'approvisionnement mondiales. <https://ics-asso.org/fr/>

** Higg FEM : Higg Facility Environmental Module. L'outil Higg FEM permet de mesurer l'impact environnemental d'une unité de production. <https://howtohigg.org/fem-user-selection/fem-facility-users-landing/an-introduction-to-fem/>

ZOOM SUR L'ACTION : OUTIL DE SUPPLY CHAIN MANAGEMENT



Ce qui a été fait en 2025

Finalisation appel d'offre pour un outil de supply chain management

Nous disposons désormais d'un outil de gestion de la chaîne d'approvisionnement doté d'un portail fournisseur, ce qui va nous permettre de collecter des données plus précises sur nos commandes, de la production à la livraison. En plus de la collecte de données, nous pourrions récupérer au même endroit tous les éléments de preuve associés, ce qui rendra plus efficace la vérification de ces informations.

La qualité et la fiabilité des données sont essentielles pour arriver à une traçabilité complète de notre chaîne de valeur et donc pour mieux maîtriser et répondre aux risques de notre chaîne d'approvisionnement.

Ces informations de traçabilité sont également cruciales pour calculer et réduire l'impact environnemental de nos produits, et sont donc une condition indispensable pour mener des actions d'éco-conception de plus en plus efficaces.

Les prochaines étapes pour 2026

- Mise en place du portail fournisseur : traçabilité du rang 1 au rang 4, formation des fournisseurs, intégration aux autres outils de notre système d'information.
- Capitaliser sur la mise en place du portail fournisseur pour automatiser nos indicateurs de performances grâce aux données collectées.
- Ecrire notre feuille de route pour les exigences de conformités sociale et environnementale des fournisseurs du rang 3.
- Travailler de concert avec les équipes achat et produit pour stabiliser le parc de fournisseurs de rang 2 (et donc sécuriser leurs conformités sociales et environnementales).
- Se préparer aux évolutions réglementaire sur les sujets de traçabilité et d'audit de la chaîne de valeur, notamment pour le Digital Product Passeport (outil).



RANG 4

FIBRE

Extraction matières premières (champ de coton, usine polyester)



RANG 3

FILATURE

Transformation de la fibre en fil.



RANG 2

ETOFFES

Fabrication d'étoffes finies (tissage, tricotage, teinture, impression, délavage...)



RANG 1

CONFECTION

(assemblage du produit fini)



RANG 0

DISTRIBUTEUR

Jules

De la matière brute...

...à la mise en vente



NOTRE ENGAGEMENT EN 6 OBJECTIFS

RÉCONCILIER TOUS LES HOMMES AUX VÊTEMENTS

LE VÊTEMENT EST SOURCE DE BIEN-ÊTRE, OBJET DE PLAISIR ET SUPPORT DE DIVERSITÉ

Faire de la mode un levier de confiance au quotidien, pour que chaque homme prenne plaisir à s'habiller avec style et sans culpabilité.

OBJECTIF #3 : FAVORISER L'ENGAGEMENT RESPONSABLE DES CLIENTS

Ambition, objectif et indicateurs

Nous sommes le *partenaire* de l'allure de tous les hommes, pour chacune de leurs envies et à chaque instant de leur vie. Nous proposons aux hommes une consommation responsable et déculpabilisante, pour qu'ils se sentent bien dans leur tête et dans leur corps.

Notre objectif est de favoriser l'engagement responsable de nos clients, sans culpabilisation. En co-crédant avec eux, en leur permettant de trouver facilement un style dans lequel ils se sentent bien, libres et à l'aise durablement, nous renforçons leur prise de conscience autour de leur mode de consommation et de l'importance d'investir dans des produits plus durables.

Nous mesurons notre réussite à travers le pourcentage de chiffre d'affaires durable. Ce chiffre d'affaires durable vient valoriser tous les actes d'achat plus durables de nos clients. Une preuve de nos progrès sur ce sujet est l'obtention du prix des clients pour la « Meilleure image 'Enseigne Responsable' au sein des enseignes de mode » (World Panel Numerator pour l'année 2025).

Mesurer les résultats

Indicateur

%CA Durable

Définition :

Part de chiffre d'affaires faite grâce à la vente de produits et services plus durable, sur la part de chiffre d'affaire des familles de produit éligibles à l'éco-conception sur les saisons vendues sur la période considérée.

Les produits et services plus durables sont les produits éco-conçus, les services de réparation, la seconde main.

Objectif 2025

50%

Résultat 2025

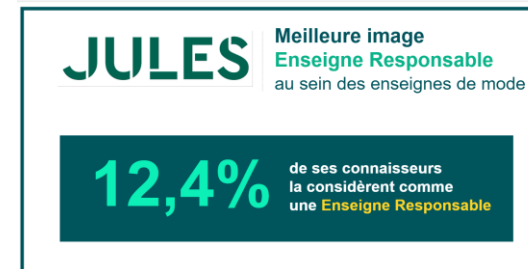
49%



Favoriser l'engagement responsable des clients constitue un levier essentiel de transformation du modèle de consommation. En 2025, Jules a renforcé la transparence sur les conditions de fabrication de ses produits et s'est positionné en pionnier dans l'expérimentation de l'affichage environnemental en magasin. L'enseigne a également développé la formation de ses équipes et structuré son organisation afin d'accélérer le déploiement de nouvelles initiatives. En 2026, l'enjeu est désormais d'amplifier cette dynamique afin d'accompagner largement les clients vers des choix de consommation plus responsables.

Yohann Petiot

Directeur Général | Alliance du Commerce



Agir pour atteindre nos objectifs

Volontariat de Jules à l'affichage du coût environnemental des produits, dès octobre 2025 (sortie du décret).

Renforcement de la communication autour de la 2^{de} main, de nos produit « Le Parfait by Jules » et du jean contenant du coton recyclé issu de vêtements usagés.

Création du poste de « Responsable des modèles circulaires » à mi-temps (depuis mi-2025) sur la collecte, le recyclage et l'intégration de matières recyclées issues de vêtements usagés dans nos collections, la 2^{de} main et la réparation.

ZOOM SUR L'ACTION : AFFICHAGE DU COÛT ENVIRONNEMENTAL DE NOS PRODUITS



Ce qui a été fait en 2025

Dès octobre 2025, Jules commence à afficher le coût environnemental de ses produits.

Depuis le lancement de la stratégie d'éco-conception de Jules en 2021, nos équipes travaillent à la réduction de l'impact de nos produits : choix de conception, de fournisseur, de matières, etc. La concrétisation en octobre 2025 d'une méthode légale de calcul du coût environnemental d'un produit textile nous permet enfin de mesurer et de communiquer cet impact environnemental à nos clients dans un cadre harmonisé au niveau national.

Nous avons commencé par l'affichage du coût environnemental des produits de la gamme « Le Parfait by Jules », du jean Made In France et de notre jean « Re-Jean » (intégrant une part de matières recyclées issue de vieux vêtements). Centrer l'exercice sur une gamme de produit définie nous a permis de valider le process pour étendre ce calcul à l'ensemble de la collection (collecte & format de données notamment).

L'affichage digital sur nos fiches web était notre priorité, et nous sommes également en train de tester un affichage physique dans 3 magasins pour évaluer les attentes de nos clients sur la présentation de cette information.



Les prochaines étapes pour 2026

Afficher le coût environnemental textile de tous nos produits

L'objectif pour 2026 est d'afficher progressivement le coût environnemental pour 100% de notre offre (pour les produits concernés par la méthode, soit les produits textiles). Pour cela, nous afficherons le coût environnemental de tous nos produits éco-conçus sur la saison Eté 26 puis de tous les produits sur la saison Hiver 26.

La réduction du coût environnemental va également devenir un critère à part entière de notre définition d'éco-conception, pour devenir un élément d'arbitrage et d'aide à la décision pour les acheteurs, à prendre en compte en même temps que le prix d'achat. Pour cela, nous allons intégrer les données réelles de nos usines dans notre outil d'éco-conception, pour prendre en compte la performance environnementale de l'usine dans le choix des fournisseurs.

Enfin, nous travaillons au développement de nouveaux produits « Parfait By Jules » en 2026: un boxer, un jean, et un costume.



NOTRE ENGAGEMENT EN 6 OBJECTIFS

S'UNIR AVEC LES ACTEURS LOCAUX

VISER L'UNIVERSEL À PARTIR DU LOCAL

Fédérer les partenaires de tout notre écosystème pour innover ensemble, produire au plus juste des besoins du marché et dynamiser toute notre filière.

OBJECTIF #4 : RELOCALISER LA PRODUCTION EN ZONE PAN-EUROMEDITERRANÉENNE

Ambition, objectif et indicateurs

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

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

Pour suivre la progression de notre objectif, notre indicateur mesure le taux de produits dont la confection est faite en Europe, au Maghreb et en Turquie et – nouvellement ouvert en 2025 – en Egypte. Cette mesure nous permet de contribuer à la réduction de notre empreinte environnementale, à l'amélioration de la satisfaction client, à la diminution des risques liés à un approvisionnement excessif en grand import et à la réduction de nos engagements budgétaires.

Mesurer les résultats

Indicateur

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

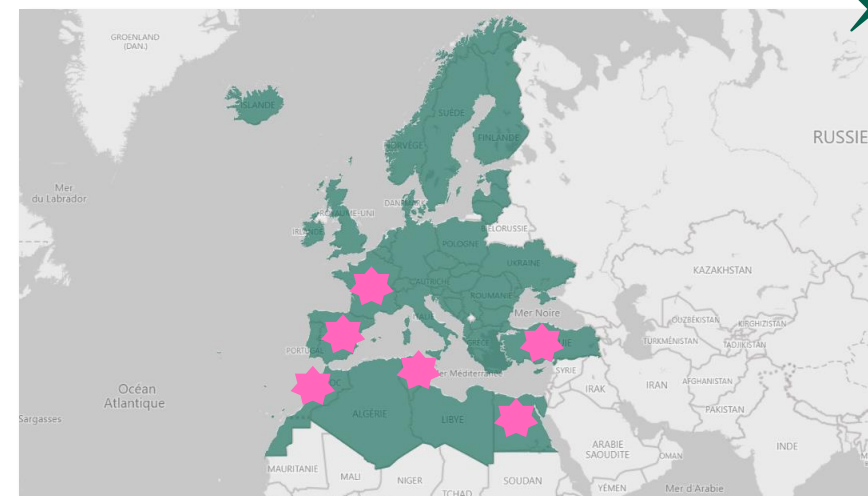
Définition ratio de la quantité de produits commandés dans des usines de la zone paneuromed par rapport au total des produits commandés sur l'année (1 année = 1 saison été + 1 saison hiver).

Objectif 2025

14%

Résultat 2025

13,3%



La zone pan-euro-méditerranéenne

Les pays dans lesquels Jules produit dans cette zone

Agir pour atteindre nos objectifs

Mise en place d'une nouvelle organisation Offre*Achats*Supply

Finalisation appel d'offre sur un outil de supply chain management (portail fournisseur).

Veille en cours pour des outils autour du DPP (Digital Passeport Product)

Participation au module « CS3D Matrix » de l'ICS pour améliorer notre stratégie sourcing.

Intégration d'Easysrtrace, notre outil de lecture et validation IA des TCs dans notre système d'information

ZOOM SUR L'ACTION : MISE EN PLACE D'UNE NOUVELLE ORGANISATION OFFRE*ACHAT*SUPPLY



Ce qui a été fait en 2025

Repenser notre organisation pour gagner en réactivité et sécuriser nos approvisionnements.

L'année 2025 a été marquée par une réflexion profonde sur notre modèle marchand afin de mieux répondre aux objectifs de relocalisation en zone Pan-euro-méditerranéenne. L'enjeu : produire au plus juste, réduire notre impact carbone et diversifier notre parc fournisseurs.

Une nouvelle dynamique organisationnelle : Mise en place dès octobre 2025 d'une nouvelle synergie *Offre x Achats x Supply* pour optimiser la planification et la réactivité, soutenue par un accompagnement externe sur l'évolution des compétences de nos équipes.

Des expertises renforcées : Nomination d'un nouveau Responsable Achat expert en réactivité (septembre 2025) et création de la mission de "Responsable Sourcing Proche Import" pour piloter spécifiquement cette zone dès janvier 2026.

Proximité et transparence : Reprise en gestion directe de la relation avec nos fournisseurs turcs, favorisant ainsi une collaboration plus étroite et agile.

Ces actions n'ont pas délivré d'effet immédiat en 2025 ; des résultats commerciaux en tension ne nous ont pas permis d'atteindre l'objectif fixé pour 2025.

Les prochaines étapes pour 2026

Consolider nos partenariats locaux et booster le Made in France.

En 2026, nous passons de la structuration à l'accélération, avec un engagement fort sur le territoire français et une roadmap Proche Import proactive.

L'engagement "Made in France" avec le Denim Center :

Objectif de production sécurisé à **40 000 pièces** pour 2026 (jeans straight, tapered, chinos).

Soutien à la pérennisation de l'usine via une stratégie d'automatisation/robotisation d'ici 2 ans pour accroître la productivité.

Une feuille de route Sourcing ambitieuse :

Organisation d'une *Fabric Fair* (salon matières) interne dès janvier 2026 pour stimuler la créativité réactive.

Voyages de sourcing stratégiques planifiés en mars et en mai.

Innovation et Time-to-Market : Formation de nos équipes style et modélistes à la conception 3D au 1er semestre 2026, et accompagnement de nos fournisseurs locaux sur la *Market Intelligence* pour mieux anticiper les tendances.

“

En 2025, la relocalisation de la confection en zone pan-euromed a franchi une étape structurante avec la transformation du modèle marchand, le renforcement des équipes achats et sourcing, et le travail engagé pour gagner en réactivité tout en sécurisant les approvisionnements. La reprise de relations directes avec certains fournisseurs proches et la mise en place d'une organisation plus intégrée Offre-Achats-Supply vont dans le sens d'un modèle plus agile et plus résilient.

En 2026, l'enjeu est d'amplifier cette dynamique en installant des volumes récurrents en proche import, en améliorant la planification et la réservation de capacités de production, et en accélérant le time-to-market grâce à la 3D et à une meilleure coordination avec nos partenaires industriels. Cette étape doit permettre de concilier performance, réduction d'impact et sécurisation durable de la chaîne d'approvisionnement.

Olivier Ducatillon

Président de l'Union des Industries Textiles

”



NOTRE ENGAGEMENT EN 6 OBJECTIFS

S

AUVEGARDER NOS RESSOURCES

NOUS CHERCHONS TOUS LES JOURS À INVENTER LA MODE DE DEMAIN

Repenser concrètement notre manière de concevoir et de produire pour réduire nos impacts environnementaux et faire de la circularité notre nouveau standard.

OBJECTIF #5 : AMÉLIORER L'EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE DE LA CHAÎNE DE VALEUR

Ambition, objectif et indicateurs

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

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

Nous mesurons nos résultats via 2 indicateurs. L'intensité carbone de nos activités sur les 3 scopes nous permet de mettre en place des actions respectant notre trajectoire carbone, pour limiter à notre échelle la hausse des températures à 1,5°C. Notre année de référence est 2022 : 10,6 kg eq CO₂ / produit vendu. Notre 2^{ème} indicateur reflète notre engagement à réduire la pollution de l'eau et des sols due aux produits chimiques utilisés dans notre chaîne de valeur.

Mesurer les résultats

Indicateur 1

Réduction de l'intensité carbone (3 scopes)

Définition : réduction du ratio de la quantité de CO₂ émise par les activités Scope 1, 2 et 3 de JULES, par rapport au nombre de produits vendus sur l'année.

Objectif 2025

-13%

eq CO₂ / pdt
vendu

Comparé à 2022

Résultat 2025

-24%

eq CO₂ / pdt
vendu

Comparé à 2022

Indicateur 2

Taux d'usines conformes au cahier des charges ZDHC

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

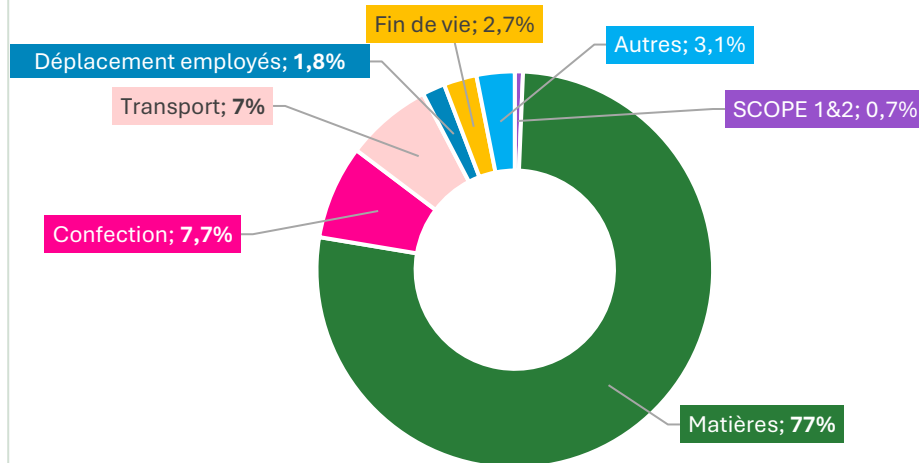
Objectif 2025

53%

Résultat 2025

42%

Répartition émissions de CO₂ | 2025 | Hors usage



Agir pour atteindre nos objectifs

Objectifs à la famille de produit sur le tonnage de matières à moindre impact, et beau réalisé de tonnage recyclé (17%).

Estimation du bilan CO2 2025 en cours d'année pour un meilleur pilotage et un ajustement des actions.

Elaboration d'un questionnaire pour collecter de la donnée réelle sur les déplacements collaborateurs (io/ données de marché), 3^e levier de réduction d'impact après la production et le transport.

Récolte de données sur le mix énergétique d'une trentaine d'usines pour alimenter notre outil sur 2026.

Des ambitions ZDHC non atteintes : des efforts plus concentrés sur les audits environnementaux et le renforcement de nos exigences toxicologiques au-delà de la réglementation

ZOOM SUR L'ACTION : DES AMBITIONS ZDHC NON ATTEINTES



Ce qui a été fait en 2025

Une concentration des efforts aux dépens des ambitions ZDHC

Sur l'année 2025, nous avons concentré nos efforts sur l'augmentation des audits environnementaux de nos usines de rang 2 et sur le renforcement de nos exigences toxicologiques produit.

Dans ce contexte, les actions concernant l'embarquement des usines de rang 2 dans le standard ZDHC n'ont pas été aussi poussées que prévu, et une grosse partie ont été repoussées à 2026. Ceci explique la non-atteinte de l'objectif 2025.

Les actions réalisées en 2025 sur ce KPI ont été de continuer à vérifier la conformité des usines et de formaliser les avantages d'une adhésion à ZDHC pour la marque et notre chaîne de valeur.

Les prochaines étapes pour 2026

Vers l'excellence chimique de notre chaîne d'approvisionnement

Sur 2026, nous devons passer à une exigence supérieure sur la conformité chimique de notre chaîne de valeur. Pour cela, nous allons travailler sur 2 axes principaux :

- Formaliser notre politique Biodiversité, incluant une « politique chimique » exhaustive pour compléter nos exigences toxicologiques,
- Embarquer et accompagner activement nos partenaires en adhérant à la fondation ZDHC et en augmentant les compétences chimiques de nos équipes et de nos partenaires.

L'objectif est de présenter une feuille de route avec des actions concrètes d'amélioration de la conformité chimique de nos usines, dans le cadre de notre stratégie Biodiversité.



Jules démontre qu'il est possible de décarboner ses activités tout en continuant de croître. Pour poursuivre cette décorrélation, il est crucial que Jules continue le travail engagé sur les matières utilisées et les mix énergétiques de ses fournisseurs, tout en développant la circularité textile et en testant de nouveaux modèles économiques basés sur l'usage et les services.

Pascal Brun

Vice-Président Développement Durable, Diversité et Inclusion chez Zalando





NOTRE ENGAGEMENT EN 6 OBJECTIFS

TRANSMETTRE LES SAVOIRS ET LE SAVOIR-FAIRE

DES SAVOIRS ET SAVOIR-FAIRE OUVERTS À L'AUTRE

Développer l'expertise de nos équipes en continu et guider nos clients vers des choix plus responsables, pour bâtir l'avenir de notre métier

OBJECTIF #6 : DEVENIR UNE ENTREPRISE APPRENANTE

Ambition, objectif et indicateurs

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

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

Notre objectif est de constamment former nos collaborateurs pour favoriser une activité durable, équitable et porteuse de sens. Nous mesurons notre réussite à travers le pourcentage de collaborateurs ayant bénéficié d'une action de formation au cours de l'année étudiée.

Le nombre d'heures total de formation et le nombre d'heures par collaborateur sont aussi des données sur lesquelles nous nous animons.

Mesurer les résultats

Indicateur

% de collaborateurs formés

Définition : % de collaborateurs CDD et CDI ayant suivi au moins une action de formation sur la période de référence sur l'effectif présent en fin de période de référence.

Objectif 2025

60%

Résultat 2025

36%



LE MOT DU COMITE

Devenir une entreprise apprenante constitue un levier clé pour accompagner la transformation de notre secteur et renforcer durablement notre performance. En 2025, l'entreprise a structuré ses dispositifs de développement des compétences, renforcé l'accompagnement des parcours et engagé une dynamique de formation plus continue, au plus près des besoins métiers.

Ces actions ont contribué à soutenir l'employabilité des collaborateurs et leur capacité d'adaptation dans un environnement en mutation. En 2026, l'enjeu est désormais d'amplifier cette dynamique en ancrant plus fortement l'apprentissage dans le quotidien de chacun, afin de faire de l'entreprise apprenante un véritable levier de transformation collective.

Bénédicte Bernard
DRH| Jules

Agir pour atteindre nos objectifs

Développer l'impact managérial en renforçant **l'accompagnement et le développement managérial** via la formation.

Accompagner la **transformation** en continuant notamment les parcours de formation IA/DATA, Gestion de projet, agilité, change.

Ancrer les fondamentaux et perfectionner les expertises métiers pour accompagner la trajectoire, grâce à des formats de formations accessibles et efficaces.

Créer les **parcours évolutifs** pour booster à la promotion, la mobilité interne et a fidélisation des talents

Optimiser les **formats d'apprentissage collaboratifs** et capitaliser sur **l'intelligence collective** grâce notamment aux workshops, codev, ateliers, ...

OBJECTIF #6 : DEVENIR UNE ENTREPRISE APPRENANTE // FOCUS ACTIONS MAJEURES

Ce qui a été fait en 2025

• MANAGEMENT :

Suite aux groupes de travail :

- Identification des 10 compétences managériales Jules
- Rédaction du référentiel de compétences managériales Jules
- Rédaction du Kit du Manager Jules

• FORMATION PRODUITS ET RSE EQUIPES TERRAIN

- Communications internes (Viva) sur les Parfaits, prises de parole régulières dans notre PAC sur les parfaits
- E-Learnings Minute Style
- E-Learnings « LA RSE chez Jules »

• FORMATION ENJEUX RSE ÉQUIPES MÉTIERS :

- Ateliers « éco-conception » pour les équipes Achats, Offre et Supply
- Formation « Des fibres aux fils » des équipes Achats par IFTH
- Sensibilisation à la communication responsable

Suite à des objectifs commerciaux en tension en 2025, nous avons pris la décision de décaler 2 gros projets qui auraient dû impliquer la formation de l'ensemble des équipes terrain. Ce décalage en 2026 expliquer la non-atteinte des objectifs de formation de l'année 2025.

QUELQUES KPI 2025

- Budget développement des compétences : **385K€**
- % de la MS prév : **0,7%** / % de collaborateurs formés : **36%**
- Heures formation : **5,3k**

Les prochaines étapes pour 2026

LEADERSHIP ET MANAGEMENT :

- Déploiement et animation du Kit du Manager Jules (référentiel des compétences, rituels managériaux, ...)
- Conception et animation de workshops management (Change et Assertivité)
- Co-conception et déploiement de la formation « *Manager avec impact, les clefs pour fédérer et performer* »
- E-Learning sur les compétences managériales du référentiel

FORMATIONS EQUIPES TERRAIN

- Déploiement Shoppex & Newstore
- Communications internes (Viva) sur les Parfaits, prises de parole régulières dans notre PAC sur les parfaits
- E-Learnings Produits
- E-Learnings « LA RSE chez Jules 2026 »
- E-Learnings « Circularité »
- Formation culture Financière

PARCOURS DE PROMOTION, MOBILITÉ

- Conception et déploiement du Coursus évolutifs vendeurs vers RMA
- Conception parcours Talents / parcours zig-zag

TRANSFORMATION & CHANGE

- Formation et accompagnement sur l'IA et la DATA
- Formation et accompagnement Gestion de projet
- Formation et accompagnement Agilité

FORMATIONS SPÉCIFIÉS MÉTIERS

KPI PREVISIONNEL 2026

- Budget développement des compétences : **1,5M€**
- % de la MS prév : **3%** / % de collaborateurs formés : **75%**
- Heures formation : **34k**



CONCLUSION

**SYNTHÈSE DE L'ANNÉE
2025 ET PERSPECTIVE 2026**

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

SYNTHÈSE DES INDICATEURS DE L'ANNÉE 2025

✓

Objectif atteint

✗

Objectif non atteint

Légende

Objectifs statutaires	Objectifs opérationnels	Indicateurs de performance	Résultats 2024	Objectif 2025	Résultats 2025	Objectif 2026	Objectifs 2030
TRANSFORMER	1. Eco-concevoir pour accroître la durabilité de nos produits	1. Taux de produits avec garantie longévité	10%	12%	12% ✓	15%	18%
		2. Taux de matières à moindre impact utilisées dans l'ensemble des références (en tonnage dans la collection)	50%	55%	60% ✓	70%	100%
	2. Augmenter la traçabilité de la chaîne de valeur responsable	3. Taux d'usines de rang 1 et 2 auditées et répondant à nos exigences RSE	55%	60%	75% ✓	80%	90%
RÉCONCILIER	3. Favoriser l'engagement responsable des clients	4. Pourcentage de chiffre d'affaires durable	34%	50%	49% ✗	56%	100%
S'UNIR	4. Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne	5. Taux de volumes dont la confection est faite en Paneuromed (rang 1)	13,5%	14%	13,3% ✗	15%	20%
SAUVEGARDER	5. Améliorer l'empreinte environnementale de la chaîne de valeur	6. Intensité carbone Scope 1, 2 et 3 (kg de CO ₂ émises par pièce vendue)	9,2 kg eq CO ₂ /pdt vendu	9 kg eq CO ₂ /pdt vendu	8,1 kg eq CO ₂ /pdt vendu ✓ Soit -24%/2022	7,9 kg eq CO ₂ /pdt vendu Soit -26%/2022	6,3 kg eq CO ₂ /pdt vendu Soit -41%/2022
		7. Taux de fournisseurs conformes au cahier des charges ZDHC	47%	53%	42% ✗	70%	90%
TRANSMETTRE	6. Devenir une entreprise apprenante	8. Taux de collaborateurs formés	57%	60%	36% ✗	75%	80%

Lien vers le détail des résultats 2023 & 2024 : Rapports de mission Jules années précédentes = <https://www.jules.com/fr-fr/static/dpef.html>

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

ÉVOLUTION DE NOS OBJECTIFS STATUTAIRES ET DE NOTRE RAISON D'ÊTRE

Afin de poursuivre notre transformation et de garantir l'alignement parfait de nos engagements avec notre stratégie globale, l'année 2026 marque une étape décisive dans l'évolution de notre modèle d'Entreprise à Mission. Cette évolution s'articule autour de deux chantiers fondateurs :

1. L'alignement stratégique : Lancement du "NEW TRUST"

La démarche : Nous avons procédé à une relecture approfondie de nos objectifs statutaires et opérationnels actuels, en les analysant au prisme de notre *Business Plan Jules 2024-2026*.

L'aboutissement : Cette révision donne naissance au **NEW TRUST**, qui sera finalisé à la fin du 1^{er} semestre 2026 avec l'écriture du *Business Plan Jules 2027-2030*.

Prochaine étape clé : Ce nouveau pré-cadre d'objectifs sera partagé et présenté lors du prochain Comité de Mission en **mars 2026**, puis repartagé pour validation **en octobre 2026**

2. La projection à long terme : Cap sur 2035

La démarche : En parallèle de notre stratégie à moyen terme, nous actons le lancement du grand processus de réflexion autour de la **Vision Jules à 2035**.

L'aboutissement : Cette projection vers l'avenir, qui repense notre utilité sociétale et environnementale pour la prochaine décennie, nous amènera à faire évoluer notre boussole principale.

Prochaine étape clé : Un **ajustement de notre Raison d'Être** est à venir dans le courant de l'année 2026 pour incarner pleinement cette nouvelle Vision, celle-ci sera partagé lors du prochain Comité de Mission **d'octobre 2026**.

LES PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION DE JULES, ENTREPRISE À MISSION

Les Perspectives de JEM pour 2026

Pour la suite, notre ambition est d'accélérer sur deux priorités : les matières et la circularité — tout en restant un partenaire de confiance et accessible pour nos clients.

D'abord, accélérer sur des matières moins impactantes (la souveraineté de la matière est clé dans notre secteur): Nous allons atteindre 100% de matières moins impactantes en 2030 (70% en 2026), et nous voulons aller plus loin, notamment sur les matières recyclées, avec un objectif de 30% en 2028, et la recherche de matières innovantes à moindre impact.

Ensuite, accélérer sur la circularité de la matière: nous croyons que les vêtements d'aujourd'hui sont nos ressources de demain. Cela veut dire contribuer, avec l'écosystème textile, au développement d'une filière de recyclage fibre à fibre.

En 2026, nous allons transformer notre modèle marchand de manière à être au plus près des besoins de nos clients et réellement acheter que ce nous sommes capables de vendre sans brader ni gâcher, et en parallèle, nous continuons nos investissements dans des services répondant aux nouveaux usages clients (seconde main, réparation...).

Nous allons également définir la Vision Jules. À horizon 2035, l'enjeu pour Jules n'est pas seulement de continuer à croître, mais de définir la manière dont elle souhaite créer de la valeur. Une valeur qui ne soit pas uniquement économique, mais aussi sociale et environnementale. Une valeur plus complète, plus robuste, et plus durable. Car aujourd'hui, la véritable performance n'est plus de choisir entre impact et croissance, mais de construire les conditions de leur convergence.

Erika JOFFRIN-CADIX
Directrice Achat - Sourcing / RSE





ANNEXES

INFORMATIONS COMPLÉMENTAIRES

DÉFINITIONS DES TERMES CLÉS

TERME	DÉFINITION
ECO-CONCEPTION	Conception d'un produit prenant en compte les impacts environnementaux de chaque étape de son cycle de vie, de la création à sa fin de vie en passant par la fabrication, le transport, l'utilisation par le client, etc. Chez Jules, pour être considéré éco-conçu, un produit doit remplir au minimum 3 critères de réduction d'impact.
GARANTIE LONGEVITÉ	Garantie de réparer, d'échanger ou de rembourser – selon les possibilités – un article couvert par une garantie étendue par rapport à la garantie légale de conformité. Chez Jules, nos produits « Parfaits By Jules » sont garantis 2 ans de plus que la garantie légale de conformité, soit 4 ans en tout.
MATIÈRES À MOINDRE IMPACT	Matières dont l'impact environnemental a été mesuré et prouvé plus faible que celui de la matière conventionnelle la plus couramment utilisée. Nous considérons ainsi le coton recyclé comme une matière à moindre impact car son impact environnemental est plus faible que celui du coton conventionnel. (mais nous ne comparons pas son impact à celui du polyester par exemple, puisque les applications sont différentes).
LES PARFAITS BY JULES	Gamme de produits co-crésés avec nos clients pour répondre aux irritants les plus fréquemment rencontrés, et avec une attention particulièrement poussée sur leur durabilité, mesurée par des tests spécifiques (qualité de matière, finitions, etc.). Ces produits pensés pour durer longtemps sont garantis 4 ans, soit 2 ans de plus que la garantie légale de conformité.
ZONE PANEUROMEDITERRANEENNE PROCHE IMPORT	Zone d'approvisionnement englobant l'union européenne, le Maghreb, l'Egypte et la Turquie.
CA DURABLE	Chiffre d'affaires fait avec nos produits et services plus durables : produits éco-conçus, services de réparation.
INTENSITE CARBONE AU PRODUIT	Rapport du total des émissions des Gaz à Effet de Serre de l'entreprise par produit. C'est la mesure de la quantité d'eq CO ₂ émis en moyenne par produit, à différencier des émissions totales de l'entreprise (valeur absolue).
AUDITS USINES	Processus de vérification des conditions de travail (audit social) et de gestion des risques environnementaux (audit environnemental) dans une usine. Ces audits sont faits par un organisme tiers indépendant, selon un référentiel validé par une organisation indépendante.

PRÉCISIONS SUR LES ORGANISATIONS MENTIONNÉES

TERME	DÉFINITION
GHG PROTOCOL	Le GHG Protocol, ou Greenhouse Gas Protocol, est une initiative mondiale visant à développer des normes et des outils pour mesurer, gérer et réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) liées aux activités humaines. Il a été créé par le World Ressources Institute et le World Business Council for Sustainable Development pour fournir des lignes directrices normalisées aux entreprises et aux gouvernements afin de quantifier et de rendre compte de leurs émissions de GES. En utilisant les normes du GHG Protocol, les entreprises peuvent évaluer leur impact climatique, identifier les opportunités de réduction des émissions et rendre compte de manière transparente de leurs performances en matière de durabilité.
HIGG FEM	Le Higg FEM (Higg Facility Environmental Module) est un outil d'évaluation environnementale de la Sustainable Apparel Coalition. Il permet aux entreprises de l'industrie textile d'évaluer l'impact environnemental de leurs installations de production, couvrant les aspects tels que la consommation d'eau, les émissions de GES et la gestion des produits chimiques. L'objectif est d'encourager la durabilité et l'amélioration continue dans le secteur de la mode.
ICS	Initiative for Compliance and Sustainability (ICS) est une initiative sectorielle internationale visant à l'amélioration des conditions de travail le long des chaînes d'approvisionnement mondiales de ses détaillants et marques membres. L'ICS est composée de 70 membres des secteurs du textile, de la vente au détail, de la chaussure, de l'électronique et du mobilier. Les membres collaborent avec des outils communs pour mutualiser les audits, contribuer à la réduction de la « fatigue des auditts » et partager des connaissances et des bonnes pratiques.

FICHE INDICATEUR | KPI % DE PRODUITS AVEC GARANTIE LONGÉVITÉ

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

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

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

FICHE INDICATEUR | KPI % DE MATIÈRES À MOINDRE IMPACT (TONNAGE)

Pilier stratégie TRUST	Transformer
Objectif statutaire	Améliorer l’empreinte environnementale de la chaîne de valeur

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

Engagements	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	%
	40%	50%	60%	75%	100%	Granularité	Tonnage par type de matières à moindre impact et par catégorie de produit
						Périmètre géographique	Total
						Exclusions	Uniquement les produits textiles et chaussures (exclusions accessoires non textile et lifestyle)

ANNEXES

FICHE INDICATEUR | KPI % D'USINES AUDITÉES & RÉPONDANT À NOS EXIGENCES RSE (RANG 1 & 2)

Pilier stratégie TRUST	Transformer
Objectif statutaire	Augmenter la traçabilité de la chaîne de valeur responsable

Définition du KPI	Cet indicateur mesure le nombre d'usines des rang 1 et 2 vérifiées par une tierce partie selon des référentiels indépendants, et répondant aux exigences de Jules sur les aspects sociaux et environnementaux. C'est-à-dire le nombre d'usines auditées au travers d'audits sociaux (pour les usines de rang 1) et environnementaux (pour les usines de rang 2 avec des procédés humides), afin d'évaluer leur respect des normes et réglementations relatives aux conditions de travail, à la santé et à la sécurité, à la protection de l'environnement et aux pratiques commerciales éthiques.									
Formule du KPI	Calcul = Nombre d'usines ayant un audit valide / Nombre total d'usines actives (rang 1 sur le social et rang 2 sur l'environnemental) Usine ayant un audit valide : résultat audit = note A (Très bon audit), B (Bon audit) ou C (audit correct). Résultat non valides : notes D (mauvais audit) ou E (très mauvais audit). Usine active : qui ont eu au moins une commande sur l'année N.									
Engagements	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	%			
	45%	50%	75%	85%	90%	Granularité	Usine			
						Périmètre géographique	Total			
						Exclusions	Usines avec lesquelles la collaboration n'est plus active à la date de calcul du KPI. Fournisseurs de trims sont exclus. Rang 2: uniquement si collaboration en N-1 et N			

FICHE INDICATEUR | KPI % CHIFFRE D'AFFAIRES DURABLE

Pilier stratégie TRUST	Réconcilier
Objectif statutaire	Favoriser l'engagement responsable des clients

Définition du KPI	% de chiffre d'affaires durable : pourcentage du chiffre d'affaires réalisé grâce à la vente de produits ou services considérés comme « durables » chez Jules. À date, les produits et services durables sont : les produits éco-conçus et les services de réparation. Cette définition est plus contraignante que la précédente définition pour notre KPI « Taux d'achat vertueux moyen ». En effet, dans ce nouveau KPI on ne prend en compte « que » les produits éco-conçus, quand le précédent KPI prenait en compte tous les produits contenant des matières à moindre impact (ancienne gamme « In Progress »).
Formule du KPI	Chiffre d'affaires durable (CA des produits éco-conçus / de la réparation) / Chiffre d'affaires des familles de produits éligibles à l'éco-conception, sur les saisons vendues sur la période considérée

	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	%
Engagements	NA	34%	49%	65%	100%	Granularité	À l’euro
						Périmètre géographique	Pays en propre : France, Belgique
						Exclusions	NC

FICHE INDICATEUR | KPI % VOLUME DONT LA PRODUCTION EST FAITE EN ZONE PANEUROMEDITERRANÉENNE

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

Définition du KPI	Cet indicateur mesure les pourcentages de volumes dont la confection (usines de rang 1) est faite dans la zone Paneuromed. Cet indicateur doit contribuer à la réduction de nos engagements budgétaires, à l'amélioration de la satisfaction client, à la diminution des risques liés à un approvisionnement excessif en grand import et la réduction de notre empreinte environnementale.
Formule du KPI	Calcul = Volume de produits en quantités commandées dans la zone Paneuromed (Europe + Maghreb + Turquie + nouvelle ouverture en 2025 : l’Egypte) / Volume total de quantités commandées sur un cumul de la saison Eté + Hiver de l’année analysée.

	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	Quantités commandées
Engagements	17%	13%	13,3%	17%	20%	Granularité	Au pays
						Périmètre géographique	Total
						Exclusions	NC

ANNEXES

FICHE INDICATEUR | KPI RÉDUCTION INTENSITÉ CARBONE PAR PIÈCE VENDUE (SUR LES 3 SCOPES)

Pilier stratégie TRUST	Sauvegarder
Objectif statutaire	Améliorer l’empreinte environnementale de la chaîne de valeur

Définition du KPI	Cet indicateur mesure la totalité des émissions de gaz à effet de serre de Jules (scopes 1, 2 et 3), comptabilisée en équivalent de CO₂, et les réparti sur la totalité des pièces vendues pour obtenir les émissions de gaz à effet de serre émises par Jules par produits vendus, puis les compare à celles de 2022 pour évaluer la réduction. (par rapport à 2022, notre année de référence) Cet indicateur doit nous permettre de mettre des actions en place pour réduire ces émissions de gaz à effet de serre par produit et respecter notre trajectoire de baisse d’émissions de gaz à effet de serre pour maintenir à notre niveau la hausse des températures à 1.5°C.
Formule du KPI	Emissions GES de Jules année N / nombre de produits vendus sur l’année N vs/ Emissions GES de Jules 2022 / nombre de produits vendus sur 2022

Engagements	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	% de réduction à la pièce vendue par rapport à 2022, année de référence
	-10%/2022	-13%/2022	-24%/2022	-29%/2022	-41%/2022	Granularité	Au produit
	Soit 9,5 kg eq CO ₂ / produit vendu	Soit 9,2 kg eq CO ₂ / produit vendu	Soit 8,1 kg eq CO ₂ / produit vendu			Périmètre géographique	Tous les scopes du bilan CO ₂ - Scope 1, 2 et 3
						Exclusions	Hors émissions de CO ₂ liées à l’usage (dans l’esprit d’une trajectoire SBTi).

FICHE INDICATEUR | KPI % D'USINES CONFORMES AU CAHIER DES CHARGES ZDHC MRSI

Pilier stratégie TRUST	Sauvegarder
Objectif statutaire	Améliorer l’empreinte environnementale de la chaîne de valeur

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

	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	%
Engagements	5%	47%	42%	80%	90%	Granularité	par usine
						Périmètre géographique	Total
						Exclusions	Hors accessoire Uniquement les usines de rang 2 avec procédés humides (teinture, impression, délavage).

ANNEXES

FICHE INDICATEUR | KPI % DE COLLABORATEURS FORMÉS

Pilier stratégie TRUST	Transmettre
Objectif statutaire	Devenir une entreprise apprenante

Définition du KPI	Mesurer le pourcentage de collaborateurs en CDI de l'entreprise ayant bénéficié d'une action de formation au cours de l'année considérée : - Salariés enregistrés dans l'outil de suivi des formations ayant bénéficié d'au moins une action de formation sur l'année n - Effectif inscrit annuel cumulé de l'année n.					
Formule du KPI	Nombre de collaborateurs en CDI formés / nombre de matricules CDI inscrits.					
Engagements	2023	2024	2025	2027	2030	Unité
						Effectif (matricule) inscrit en CDI
						Granularité
						Au collaborateur
	40%	57%	36%	75%	77%	Périmètre géographique
						France (Belgique à partir de 2025)
						Exclusions
						La Belgique est exclue jusqu'à fin 2024 pour permettre la mise en place d'une stratégie de déploiement et de pilotage pour la formation commune. Formation de sécurité obligatoires exclues

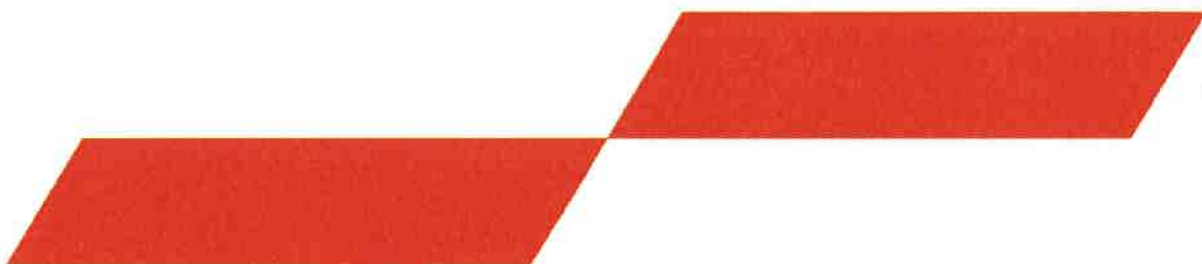
JULES
ET EN PLUS VOUS ÊTES BEAU



JULES

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

(Exercice clos le 31 décembre 2025)





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

(Exercice clos le 31 décembre 2025)

A l'Assemblée Générale

JULES

152, avenue Alfred Motte
59100 Roubaix

En notre qualité de commissaire aux comptes de votre société JULES (ci-après « l'entité ») désigné organisme tiers indépendant (« tierce partie »), accrédité par le Cofrac (Accréditation Cofrac Validation / 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 1^{er} janvier 2025 au 31 décembre 2025, joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce.

Conclusion

1/ Concernant l'objectif opérationnel « 4. Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne » dans le cadre de l'objectif statutaire n°3 – « Pour s'Unir avec les acteurs locaux » :

En raison de résultats commerciaux en tension, l'objectif fixé pour 2025, qui visait à atteindre 14% de volumes dont la confection (usines de rang 1) est faite en zone Paneuromed, n'a pas été atteint par l'entité.

2/ Concernant l'objectif opérationnel « 5. Améliorer l'empreinte environnementale de la chaîne de valeur » dans le cadre de l'objectif statutaire n°4 – « Pour Sauvegarder nos ressources » :

Compte tenu du fait que l'entité a concentré ses efforts en 2025 sur l'augmentation des audits environnementaux de ses usines de rang 2 et sur le renforcement de ses exigences toxicologiques produits, la majeure partie des actions d'embarquement des usines de rang 2 dans le standard ZDHC, initialement prévues en 2025, a été repoussée à 2026. En conséquence, l'objectif fixé pour 2025, qui visait à atteindre 53% d'usines conformes au cahier des charges ZDHC, n'a pas été atteint.

*PricewaterhouseCoopers Audit, SAS,
Bâtiment Shake 612 rue de la Chaude Rivière 59000 Lille
Téléphone : +33 (0)3 20 12 49 00*

3/Concernant l'objectif opérationnel « 6. Devenir une entreprise apprenante » dans le cadre de l'objectif statutaire n°5 – « Pour Transmettre les savoirs et le savoir-faire » :

En raison du décalage en 2026 des projets de formation de l'ensemble des équipes terrain de l'entité initialement prévus en 2025, l'objectif fixé pour 2025, qui visait à atteindre 60% de collaborateurs formés au sein de l'entité, n'a pas été atteint.

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », des éléments que nous avons collectés, et compte tenu de ce qui précède, nous constatons que pour les objectifs sociaux et environnementaux (n°2 – « Pour Réconcilier tous les hommes aux vêtements », n°3 – « Pour s'Unir avec les acteurs locaux », n°4 – « Pour Sauvegarder nos ressources » et n°5 – « Pour Transmettre les savoirs et le savoir-faire ») retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 du code de commerce et inscrits dans ses statuts, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification :

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

Par ailleurs, le rapport du comité de mission ne précise pas les raisons pour lesquelles l'objectif statutaire n°2 – « Pour Réconcilier tous les hommes aux vêtements » n'a pas été respecté.

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 l'objectif social et environnemental n°1 – « Pour Transformer l'industrie de la mode, à notre échelle », 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 l'objectif social et environnemental précité,
- le fait que l'entité ait mobilisé les moyens adéquats et cohérents au regard et ses ressources et du plan d'actions défini par la direction, et que
- par conséquent, la société JULES respecte l'objectif social et environnemental n°1 – « Pour Transformer l'industrie de la mode, à notre échelle », inscrit dans ses statuts, qu'elle s'est donnée pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de cet enjeux social et environnemental.

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.

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 résultant d'erreurs ;
- d'établir les informations liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux conformément au Référentiel et mises à disposition du comité de mission.

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

Ce rapport est joint au rapport de gestion de JULES.

Responsabilité du commissaire aux comptes désigné organisme tiers indépendant

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

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

Dispositions réglementaires et doctrine professionnelle applicable

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions de l'article R.210-21 du code de commerce, à la doctrine professionnelle de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes relative à cette intervention, notamment l'avis technique de la Compagnie nationale des commissaires aux comptes, *Intervention du commissaire aux comptes – Intervention de l'OTI – Sociétés à mission*, complété de notre Programme de vérification « SAM PV v.ob » tenant lieu de programme de vérification et à la norme internationale ISAE 3000 (révisée) - *Mission d'assurance autres que les audits et examens limités de l'information financière historique*.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 821-28 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 3 personnes et se sont déroulés en juin 2026 sur une durée totale d'intervention de 2 semaines.

Nous avons fait appel, pour nous assister dans la réalisation de nos travaux, à nos spécialistes en matière de développement durable et de responsabilité sociétale. Nous avons notamment mené une douzaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation des informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, notamment les représentants de la direction RSE.

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 :
 - les informations disponibles dans l'entité (par exemple, procès-verbaux des réunions du conseil, comptes rendus ou support des réunions avec des parties prenantes internes ou externes, analyses des risques) ;
 - le processus d'identification des enjeux RSE, les procès-verbaux des réunions du comité de mission intervenues depuis 2024.
 - Nous avons apprécié si les objectifs sociaux et environnementaux sont cohérents avec la raison d'être, s'ils constituent des leviers pour l'accomplir ou des engagements sur la façon de l'accomplir ;
 - Nous avons apprécié si la raison d'être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus :
 - sont explicites et permettent à un lecteur qui ne connaît pas l'entreprise d'identifier son activité ;
 - permettent de comprendre la contribution de l'entreprise à la Société et si l'entreprise est en capacité de maîtriser et d'agir sur ses enjeux sociaux et environnementaux ;
 - sont spécifiques à l'entreprise, au regard de ceux des autres sociétés à mission du même secteur ;
 - sont alignés avec le modèle d'affaire de l'entité ; nous avons vérifié notamment que le chiffre d'affaires de l'entité n'est pas déconnecté de sa raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus et que l'évolution du chiffre d'affaires n'est pas potentiellement sans rapport, voire partiellement contradictoire, avec sa raison d'être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus ;
 - sont exprimés avec des termes précis en lien avec l'activité de l'entreprise et non uniquement avec des termes génériques tels que durable, responsable, soutenable.
- Cohérence et articulation de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux au regard des objectifs opérationnels retenus.

Nous avons apprécié si :

- les objectifs opérationnels contribuent au respect de l'objectif social ou environnemental et/ou de l'engagement correspondant et s'ils sont indispensables pour les respecter ;

- l'atteinte des objectifs opérationnels apporte une preuve convaincante du respect de l'objectif social ou environnemental et/ou de l'engagement correspondant ;
- les objectifs opérationnels sont vérifiables et si les mesures retenues sont cohérentes avec eux.

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

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

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

Pour ce faire, nous avons réalisé les diligences suivantes :

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

- vérifié que les indicateurs couvrent l'ensemble du périmètre concerné par la qualité de société à mission ;
 - pris connaissance des procédures de contrôle interne mises en place par l'entité et apprécié le processus de collecte visant à la sincérité de ces indicateurs ;
 - mis en œuvre des contrôles et des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - mis en œuvre des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres méthodes de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés s'il y a lieu par des vérifications au siège de l'entité et couvrent entre 20 à 100 % des données utilisées pour le calcul des indicateurs ;
 - apprécié la cohérence d'ensemble du rapport 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 25 juin 2026

L'un des commissaires aux comptes
PricewaterhouseCoopers Audit



Alexandre Decrand
Associé



Anne Parenty
Associée développement durable