



Déclaration de performance extra-financière 2018-2019

SOMMAIRE

Groupe Damartex	5
• Nos chiffres clés et métiers	6
• Nos activités	8
• Notre modèle de création de valeur	9
Perspectives d'avenir	11
• Nos priorités RSE	13
• Nos objectifs	15
• Nos enjeux	16
S'engager pour la planète	19
• Durabilité des produits et emballages	20
• Logistique et transport des marchandises	23
• Consommations énergétiques et changement climatique	24
S'engager pour les Hommes	29
• Achats responsables	30
• Satisfaction des salariés	36
• Loyauté des pratiques et corruption	46
S'engager pour nos seniors	51
• Innovation au service des seniors	52
• Qualité des produits, santé, sécurité des usagers	54
• Satisfaction des clients et réponse à leurs besoins	58
• Fondation On Seniors' Side	64
Note méthodologique	66



LE GROUPE DAMARTEX

Avec ses 10 enseignes, le Groupe Damartex figure parmi les principaux distributeurs européens de vêtements et d'accessoires pour seniors sur le segment des 55+. Chaque marque a son propre style et répond à des attentes différentes de la part des clients.



NOS CHIFFRES CLÉS ET MÉTIERS

720 M€
de CA

2 pôles

HOME & LIFESTYLE =
24% DU CA



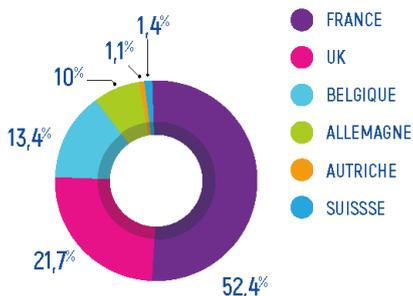
MODE & PRÊT-À-PORTER =
76% DU CA

MAGASINS 23% WEB 12% WHOLESALES 3% VPC 62%



200 MILLIONS DE CATALOGUES PAR AN

PAR PAYS :



PRÉSENT DANS
9 pays

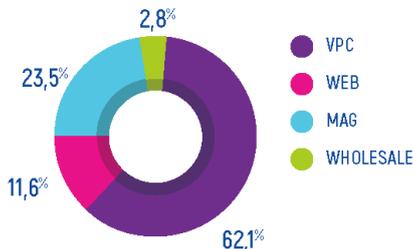
MAJORITAIREMENT EN EUROPE



15 Business Units^(®BU)

Damart France - Damart Belgique - Damart UK - Damart Suisse
Damart Manufacturing Tunisie - Afibel - La Maison du Jersey - Xandres
Silveredge (Sédagyl/Delaby) - Coopers of Stortford - 3Pagen
Vitrine Magique - Damartex Shanghai - Jours Heureux - DSB

PAR CANAL :



FRANCE / ENV. 1 800 COLLABORATEURS
Damart, Afibel, Sédagyl, La Maison du Jersey, Jours Heureux, Delaby

UK / ENV. 600 COLLABORATEURS
Damart, Coopers

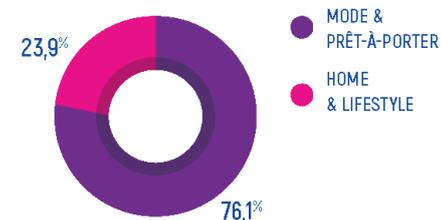
BELGIQUE / ENV. 300 COLLABORATEURS
Damart, Xandres

ALLEMAGNE / ENV. 500 COLLABORATEURS
3Pagen, Vitrine Magique

TUNISIE / ENV. 200 COLLABORATEURS
Fabrication Thermolactyl Damart

CHINE / ENV. 12 COLLABORATEURS
Damartex

PAR ACTIVITÉ :



Depuis 2012, la stratégie de Damartex est articulée autour de deux pôles, distincts mais complémentaires, qui se sont considérablement étoffés à travers ses acquisitions. **Le pôle « mode »** propose une offre de prêt-à-porter, sous-vêtements et chaussures. **Le pôle « home & lifestyle »** cible les objets pratiques et utiles de la maison et de la personne.

Mode & Prêt-à-porter 4 MARQUES

DAMART

Underwear intelligent et prêt-à-porter bien-être

Froid, moi ? Jamais ! Née en 1953 d'une innovation, le Thermolactyl, Damart est une marque patrimoniale à l'expertise textile inégalée. Omnicanale et internationale, elle s'associe à des créateurs de renom et conquiert de nouveaux clients, séduits par un panel de services premium : click&collect, e-réservation, personal shopper...
www.damart.com

XANDRES

La mode haut de gamme pour jeunes seniors exigeantes

Résolument « fashion », le groupe XANDRES est l'un des leaders de la mode en Belgique. Son offre haut de gamme se décline sous 4 marques : Xandres (jeunes seniors), Xandres Gold (curve) et Xandres Studio (clientèle plus jeune), Xandres Corporate (pour le BtoB). La société emploie près de 150 personnes, passionnées par la mode et les belles matières.
www.xandres.com

AFIBEL

L'élégance 55+ et plus size

Fondée en 1954, la Maison Afibel propose une sélection de belles pièces fantaisie et stylées, régulièrement renouvelée au fil de la saison. D'une grande fidélité, les clientes Afibel apprécient la qualité d'une mode morphologique, couvrant une large amplitude de tailles et la qualité d'un relationnel privilégié avec la marque.
www.afibel.fr

LA MAISON DU JERSEY

Le chic intemporel

Marque de niche, proche de l'esprit boutique, La Maison du Jersey propose des collections de qualité aux femmes adeptes d'un prêt-à-porter résolument élégant et qui n'ont pas ou peu la possibilité de se rendre en boutique.
www.lamaisondujersey.fr



Home & Lifestyle 6 MARQUES

JOURS HEUREUX

Happy biscuits & douceurs 100% made in France

Depuis 1979, Jours Heureux explore le patrimoine culinaire sucré et salé de nos régions à la recherche de produits gourmands et 100% made in France, réalisés à partir d'ingrédients naturels et sans conservateur (produits proposés en retail et VAD).
www.jourshheureux.fr

3PAGEN

Les bons plans déco, cuisine et bien-être

Basé en Allemagne, 3Pagen est depuis 1954 l'un des leaders de la VAD pour la cuisine, la déco, la maison et le bien-être. Les collections 3Pagen sont commercialisées en Allemagne, en Autriche et en Europe de l'Est à travers « Magnet 3Pagen ».
www.3pagen.de

DELABY

Tout pour faciliter la vie des 55+

Delaby améliore le quotidien des seniors avec des produits astucieux, qui rendent la vie plus belle, plus facile, plus confortable au quotidien. Bien-être, beauté, hygiène, confort... Une foule de produits pour se chouchouter, accessibles par correspondance.
www.catalogue-delaby.fr

VITRINE MAGIQUE

Une mine d'idées cadeaux à (s)'offrir

Vitrine Magique propose une large gamme d'objets utiles, fun, déco ou insolites pour la cuisine et le jardin. Une foule de « grandes idées à petits prix » pour se faire plaisir.
www.vitrinemagique.com

COOPERS OF STORTFORD

Traditional service, great value and fantastic ideas

So british ! L'entreprise fondée en 1995 par Neil Cooper commercialise des articles innovants pour le jardin, le bien-être, les loisirs, la santé, la décoration ou la cuisine. Avec ses 160 collaborateurs, elle réalise 90% de ses ventes via son e-shop et son catalogue, et dispose d'un magasin flagship à Bishops Stortford, près de Londres.
www.coopersofstortford.co.uk

SEDAGYL

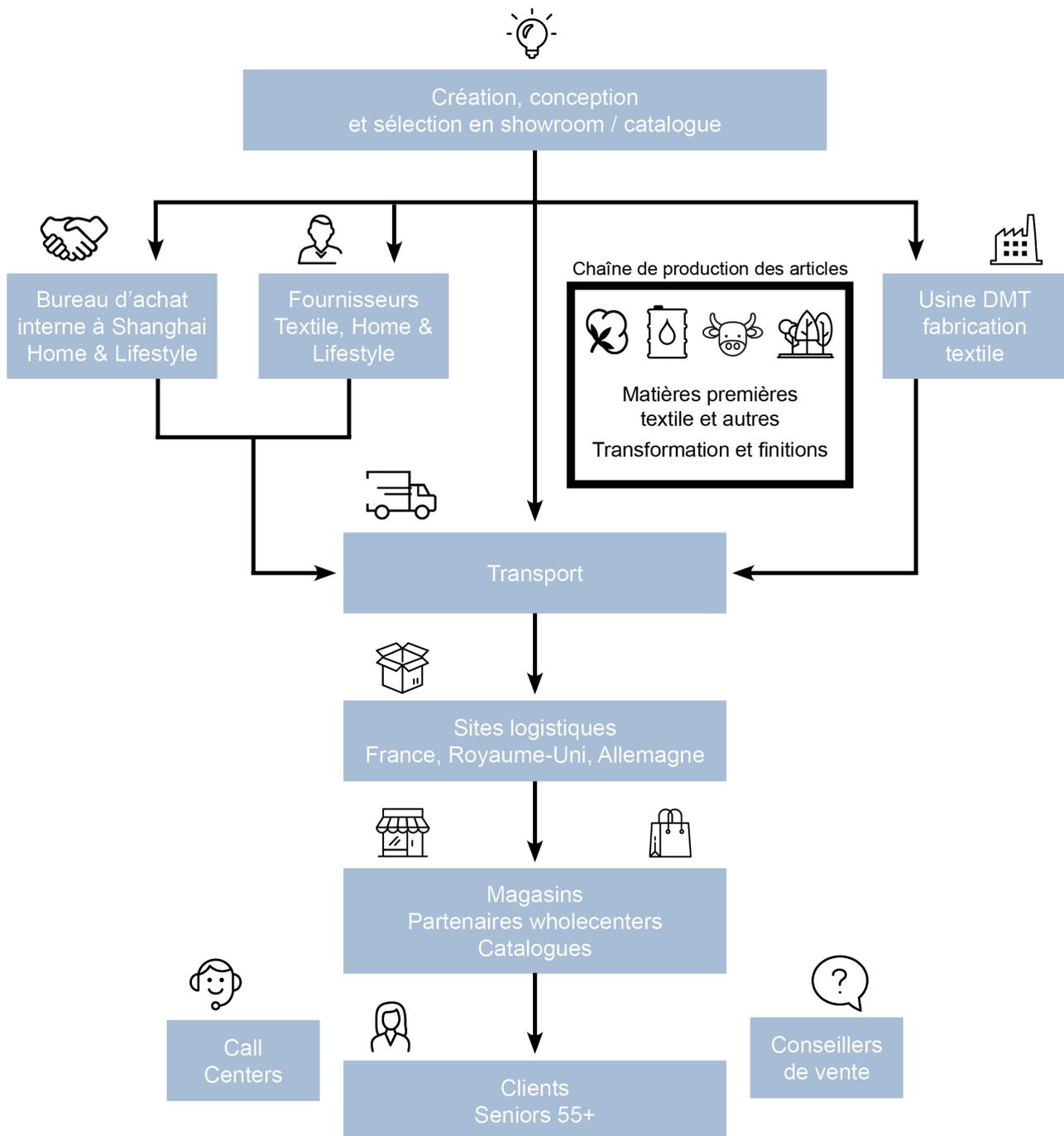
La marque complice des grands seniors

Avec l'allongement de la durée de vie, le marché des grands seniors, cible prioritaire de Sédagyl, ne cesse de progresser. Via une offre de 250 références, la marque se positionne en spécialiste des produits et services favorisant l'autonomie et le maintien à domicile.
www.sedagyl.com





NOS ACTIVITÉS





NOTRE MODÈLE DE CRÉATION DE VALEUR

L'histoire du Groupe Damartex, originaire du Nord de la France, s'est forgée année après année dans le respect de valeurs fortes d'entrepreneuriat, de dialogue social et de respect du client, valeurs inspirées dès la création par la famille Despature, toujours actionnaire majoritaire du Groupe.

	RESSOURCES CLÉES	IMPACTS
FINANCIER	<ul style="list-style-type: none"> Capital : 103M€ Actionnariat : 82,04% familial, 11,28% public et 6,68% d'auto-détention Endettement : 28,2M€ 	<ul style="list-style-type: none"> Chiffre d'affaire : 720M€ Dividende : 0€ Participation : 134 167€ Pièces vendues (Damart) : <ul style="list-style-type: none"> Textile : 18 404 021 H&L : 74 534 806
RELATIONNEL	<ul style="list-style-type: none"> +10 millions de clients Fournisseurs : 1 031 de rang 1 (62% en Asie, 21% en Afrique du Nord et Orient et 16% en Europe pour Damart et 70% en Europe pour 3Pagen) 	<ul style="list-style-type: none"> Net Promoter score : 35,2 pour Damart et 17,3 pour 3Pagen Conformité fournisseurs à l'ICS : 90% (Damart) Engagement secteur : Global Compact ambassadeur entreprise et signature du Fashion Pact
NATUREL ET MANUFACTURIER	<ul style="list-style-type: none"> 1 usine de production 172 magasins Energie : 33 GWh pour les bâtiments et 189 500 litres de carburant pour le fret interne Consommation d'eau dans la chaîne de production notamment textile 	<ul style="list-style-type: none"> 17,2 M€ de CAPEX Participation aux éco-organismes : env. 1M€ (Damart FR & BE) Climat : 6 636 t CO2e liés aux bâtiments et 575 t CO2eq liés au fret interne Océan et biodiversité : pollution
HUMAIN ET INTELLECTUEL	<ul style="list-style-type: none"> Employés : 2 985 CDI : 87% de CDI Temps partiel : 37% 	<ul style="list-style-type: none"> Innovation technologique : <ul style="list-style-type: none"> Chaussures : 3 brevets Textile : 2 brevets et 1 innovation Taux d'accès à la formation : 43% Enquête bien-être au travail : 85% satisfaits Incidences des accidents du travail : 1,8% Index égalité : 72



DAMARTEX LEADER SUR LE MARCHÉ DES

55+

Jeunes seniors (55 à 65 ans)
Baby-boomers (65 à 75 ans)
Grands seniors (+ de 75 ans)

MOTEURS DE CROISSANCE :

+ de 50%

des dépenses d'alimentation, d'équipements,
de loisirs et de santé pour les seniors



60%

de la hausse
de consommation d'ici 2030

(Source : étude Mc Kinsey 2018)



25%

de la population
mondiale d'ici 2050

2 milliards
de seniors
dans le monde
d'ici **2050**

77% des seniors en attente
de + de services
dans l'alimentation, la santé et
les services d'aide à la personne

PERSPECTIVES D'AVENIR

Transform 
to accelerate
2022


Le Groupe a un plan de transformation ambitieux, engageant la Refonte globale de son business model. Engagé en 2018 et articulé sur 5 ans, « Transform to accelerate 2022 » est construit sur 5 axes stratégiques. Il vise la révolution d'image de nos marques, la digitalisation et l'internationalisation de notre modèle, la croissance de nos activités et le développement de notre culture RSE, prisme de toutes nos mutations.

Objectif : un Groupe en ordre de marche pour développer la croissance de ses marques et relever les défis de la Silver économie.

1

Les 5 axes
de notre transformation

**IMAGE
REVOLUTION**

Moderniser nos marques et l'expérience client

2

**DIGITAL
TRANSFORMATION**

Prioriser nos investissements sur le digital

3

**NEW BUSINESS
DEVELOPMENT**

Accélérer la croissance du pôle Home & Lifestyle

4

**PRIORITY
TO AGILITY**

Développer l'agilité Business

5

**CHANGE
OUR WORLD**

Placer la RSE au cœur de notre nouveau modèle

A photograph of a dense forest with tall, slender trees and a dirt path winding through ferns. The text 'CHANGE OUR WORLD' is overlaid in large white letters. A purple rectangular block is on the right side.

CHANGE OUR WORLD

Placer la RSE au coeur
de notre nouveau modèle

NOS PRIORITÉS RSE

Engagé du côté des 55+, Damartex a pour mission de leur offrir chaque jour le meilleur du progrès, de la mode et des solutions qui facilitent ou enchantent leur quotidien. Plus qu'une signature, On Seniors' Side est la raison d'être du Groupe.

Dans un contexte mouvant, marqué par l'urgence climatique et l'accroissement des inégalités sociales, Damartex engage un plan de transformation ambitieux, pour réaliser sa mission en prenant soin de la planète et de l'humain, partout où le Groupe est implanté.

Signataires du Global Compact des Nations Unies depuis 2015 et convaincus que business et développement durable sont devenus indissociables, nous mettons le cap sur la circularité et la durabilité de notre modèle économique et la neutralité carbone de nos activités d'ici 2030.

Objectif : devenir une part de la solution d'avenir.

Afin de construire notre stratégie de Responsabilité Sociétale d'Entreprise (RSE), nous avons réalisé une analyse des risques extra-financiers majeurs du Groupe basée sur les pratiques du benchmark et les référentiels internationaux comme les ODD (Objectifs du Développement Durable). Les dix risques majeurs identifiés sont devenus les dix enjeux prioritaires du Groupe, organisés selon 3 axes :

- Change for our planet
- Change for more ethics
- Change for more solidarity between generations

Note méthodologique : Le périmètre du rapport se limite aux entités les plus représentatives du Groupe, à savoir Damart pour l'activité mode & prêt-à-porter (73% du chiffre d'affaires) et 3Pagen pour l'activité home and lifestyle (56% du chiffre d'affaires). À elles deux, ces marques représentent 70% du chiffre d'affaire du Groupe Damartex.



NOS OBJECTIFS

1. CHANGE FOR OUR PLANET

Impliquer toutes les fonctions de l'entreprise pour repenser de manière Éco-responsable toutes nos façons de travailler : la conception, la production, l'emballage & le transport des produits, le Marketing, la gestion de nos magasins, de nos entrepôts et de nos bureaux, la mobilité, etc...

Par exemple, Damartex s'engage dans le Fashion pact G7 en sept 2019.



Damart est engagé dans un processus de labellisation Oeko tex de l'ensemble de ses sous-vêtements. **Aujourd'hui 68% des quantités sont labellisées.** Objectif 100% en automne-hiver 2020.



OBJECTIF 2022 : zéro emballage plastique à usage unique, 25% de notre offre passée au prisme de l'éco-responsabilité, 30% de réduction de notre empreinte carbone.

OBJECTIF 2030 : Une offre 100% éco-responsable et la neutralité carbone de notre modèle.

2. CHANGE FOR MORE ETHICS

Travailler en partenariat étroit et long terme avec les fournisseurs partageant nos exigences éthiques.

Appliquer les principes du marketing éthique en développant la confiance par la transparence.

Développer la culture RSE au cœur du groupe et de son écosystème, et miser sur l'intelligence collective entre organisations : Word Forum, Pacte Mondial des Nations Unies, ICS, Alliance pour le Commerce.

En interne, faire de nos différences une chance via une politique égalitaire : mixité, parité de traitements & salaires hommes-femmes, télétravail, amélioration continue de la qualité de vie au travail.



OBJECTIF 2022 : 80% de produits issus d'usines auditées.

OBJECTIF 2030 : 100% de produits issus d'usines auditées et 100% de nos collaborateurs engagés dans la RSE.

3. CHANGE FOR MORE SOLIDARITY BETWEEN GENERATIONS

Proposer une offre inclusive et à la pointe du progrès pour tous les 55+.

meilleure inclusion dans la société, leur accès à la santé, à l'emploi et aux loisirs. Notre fondation a vu le jour voici moins d'un an et a déjà financé 24 projets dans 5 pays, tous proposés et parrainés par des collaborateurs Damartex.

Au-delà du business, s'engager et agir pour les plus de 55 ans via notre Fondation On Seniors' Side : faire changer le changement de regard sur les seniors en finançant des projets générant leur



OBJECTIF 2022 : 100 projets financés par la Fondation On Seniors'side.



OBJECTIF 2030 : Générer de l'impact positif partout où nous sommes implantés. Faire de la fondation Damartex la référence de l'inclusion des seniors dans la société et du changement de regard sur les 55+.



NOS ENJEUX

Change for our planet

S'ENGAGER POUR NOTRE PLANÈTE



Enjeux RSE :

- Durabilité des produits et emballages
- Logistiques et transport des marchandises
- Consommations énergétiques et changement climatique

Performance :

- 62% des références Damart reconduites (AH19-PE20)
- Env. 1M€ versé aux éco-organismes par Damart
- Env. 10 740 tCO₂e émis par le transport amont Damart
- 33 074 MWh de consommations énergétiques (bâtiments)

Change for more ethics

S'ENGAGER POUR LES HOMMES



Enjeux RSE :

- Achats responsables
- Satisfaction salariés
- Loyauté des pratiques et corruption

Performance :

- 99% des fournisseurs Damart ont signé la charte achats responsables
- 44,4% des produits proviennent d'usines auditées et 90% de conformité moyenne pour Damart¹
- 85% de satisfaction des salariés

Change for more solidarity
between generations

S'ENGAGER POUR NOS SENIORS



Enjeux RSE :

- Innovation au service des seniors
- Qualité des produits, santé et sécurité des usagers
- Satisfaction des clients et réponse aux attentes

Performance :

- NPS de 35,2 pour Damart et 17,3 pour 3Pagen
- 8,9% de taux de retour chez Damart et 7% chez 3Pagen
- 22 projets parrainés par la fondation





PARTIE 1

S'ENGAGER POUR LA PLANÈTE

Change for our planet

Ambitions

- Éco-concevoir notre prêt-à-porter (80% de notre activité)
- Transformer notre offre home & lifestyle (20% de notre activité) en offre durable

À 2022 : 25% de notre offre intégrant l'éco-responsabilité, 30% de réduction de notre empreinte carbone

À 2030 : 0% emballage plastique à usage unique, 100% de l'offre éco-conçue et neutralité carbone



DURABILITÉ DES PRODUITS ET EMBALLAGES

Permanence de références clés

Damart ne s'inscrit pas dans la Fast Fashion puisque 62% des références ont été reconduites entre les saisons 2018-2019 et 2019-2020. Ces références sont des valeurs sûres pour nos clients et font de nouveau partie de l'offre cette année.

Travailler nos matières

Nous avons aujourd'hui une homologation de nos matières qui garantit la durabilité de nos articles par la vérification de leur comportement à l'usage et l'entretien selon les tests normalisés internationaux. L'éco-conception de nos produits est un enjeu majeur pour lequel notre ambition à 2030 est d'avoir une offre 100% éco-conçue. Une sensibilisation de toutes nos parties prenantes et la mise en place de groupes de travail dès le mois de novembre 2019 vont aboutir à l'écriture de la feuille de route d'ici mai 2020.

Contributions aux éco-taxes : environ 1 M€ (Damart)

Innocuité pour les écosystèmes



Le label OEKO-TEX® signale les bénéfices pour les écosystèmes des vêtements textiles. Il indique que des tests supplémentaires d'innocuité ont été réalisés sur le vêtement textile, au-delà de la réglementation en vigueur.

Une démarche de certification a été initiée pour les sous-vêtements produits au sein de l'usine du Groupe, en Tunisie (DMT).

62% des références Damart reconduites

% des références Damart produites par notre usine en Tunisie certifiées OEKO-TEX 100 :

Collection Automne – Hiver 2019 : 44%

L'objectif est d'atteindre 100% de la gamme sous-vêtements de Damart certifiée OEKO-TEX 100 en 2020.

Garantir le bien-être animal

La fourrure animale a été bannie de l'offre prêt-à-porter depuis 2014.

De plus, la laine angora a été bannie en 2018.

Réduire nos emballages

Damart a lancé des actions visant à la réduction de l'utilisation des emballages plastiques.

La suppression des sacs plastiques en magasins est en cours depuis le printemps 2018 en Belgique.

Jusqu'à épuisement des stocks, ces sacs sont devenus payant pour les clients, favorisant ainsi l'utilisation de sacs réutilisables. Un projet est à l'étude, afin de permettre le versement d'un don pour la plantation d'un arbre pour chaque sac acheté en magasin. Des réflexions sont également menées en collaboration avec l'équipe supply chain sur l'évolution des emballages produits, ainsi que sur l'emballage des catalogues afin de les remplacer graduellement par des enveloppes papier ou du *self-cover*.

En France, l'objectif à partir d'octobre 2019 est de remplacer les sacs en plastique par des sacs en papiers, dès l'épuisement des stocks existants. Un totebag, conçu à partir des invendus est en cours de développement et sera mis en vente en magasin. Ils seront fabriqués au sein d'une association roubaisienne de ré-insertion.

Depuis 2018, les polybags des produits envoyés dans les magasins Damart en France et en Belgique sont retirés sur le site logistique de Clemenceau, afin d'en permettre le recyclage. Ceux-ci étaient auparavant inclus dans les Déchets Industriels Banals des magasins et, ainsi, non recyclés.

Réduire nos déchets

Au sein de nos entrepôts et sites de gestion, différentes mesures sont mises en place afin de réduire les déchets générés.

Déchets générés par les trois sites en France (hors magasins)

Papier / carton	Plastique	Palette bois	Déchets en mélange	Déchets dangereux	Total
980 t	38 t	5 t	234 t	4 t	1 261 t

% des déchets non dangereux des trois sites en France recyclés : 81%

L'objectif de Damart est l'amélioration constante du tri des déchets valorisables tels que le carton et le plastique. Les mesures suivantes ont ainsi été mises en place :

- Le tri sélectif, notamment du carton et papier (via compacteurs)
- La récupération, le recyclage des cartouches d'encre usagées
- La récupération des hydrocarbures sur les parkings des entrepôts
- La mise à disposition de containers de collecte de vêtements usagés pour les collaborateurs
- La dématérialisation de plus de 50% des documents grand import telles que les factures
- La suppression des poubelles de bureau, remplacées par des points de collecte centraux, qui a permis d'économiser 30 000 sacs plastiques par an au sein de Damart UK.
- Le don des équipements informatiques redondants ou obsolètes aux pays en développement (Damart UK).

10 737 tCO₂e émises liées au transport amont de Damart²

LOGISTIQUE ET TRANSPORT DES MARCHANDISES

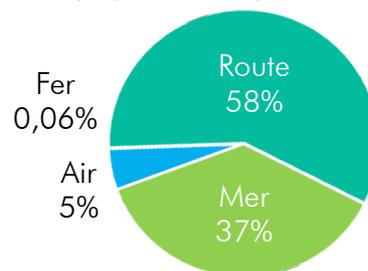
Transport amont

Afin d'acheminer nos produits jusqu'à nos entrepôts, Damart utilise principalement le transport routier et maritime.

Émissions de gaz à effet de serre du transport amont
à la charge de Damart³

Route	Mer	Air	Fer
404 tCO ₂ e 4%	1 295 tCO ₂ e 12%	9 034 tCO ₂ e 84%	2,6 tCO ₂ e 0,02%
Total	10 737 tCO ₂ e		

Répartition des modes de transport
(% pièces réceptionnées)⁴



Concernant le transport maritime, Damart rapatrie ses petits volumes d'achat sur des plateformes de consolidation. Le principe est de grouper des commandes afin de remplir un container complet et réduire les trajets : un départ par semaine provenant d'Italie, Espagne, Portugal, Maroc et Turquie.

Le transport aérien est principalement utilisé pour gérer les commandes maritimes retardées. Le transport ferroviaire a été initié fin 2017 chez Damart afin de remplacer ce transport aérien.

Transport aval

Le transport aval est principalement réalisé en camion et son suivi et pilotage est en cours de déploiement.

² Périmètre : transport amont à la charge Damart, à l'exclusion d'un prestataire n'ayant pas transmis ses données, soit 58% des pièces réceptionnées ; 2018-2019. Le prestataire n'ayant pas transmis ses données représente 8% des pièces transportées par route dont la réception est à charge Damart.

³ Cf. note 4

⁴ Périmètre : tous achats Damart (à charge Damart ou non) : 2018-2019



CONSOMMATIONS ÉNERGÉTIQUES ET CHANGEMENT CLIMATIQUE

Consommation énergétique sur le site

Les sites du Groupe, notamment ses magasins représentent une consommation significative d'énergie.

Consommation énergétiques (MWh) Groupe 2018-2019 (sièges, entrepôts, magasins⁵)

Électricité	Gaz	Chaud urbain	Fioul	Gazole	Total
17 131 MWh	13 839 MWh	1 048 MWh	4 MWh	1 052 MWh	33 074 MWh

Émissions de gaz à effet de serre sur site

Le diagnostic des émissions de gaz à effet de serre de Damart France et du Groupe a permis de mettre en évidence que les postes les plus émetteurs sont ceux liés à la consommation d'électricité et de gaz.

Émissions de gaz à effet de serre des sites⁶

Électricité	Gaz	Chaud urbain	Fioul	Gazole	Total
3 344 tCO ₂ e	2 925 tCO ₂ e	96 tCO ₂ e	1 tCO ₂ e	270 tCO ₂ e	6 636 tCO ₂ e

6 636 tCO²e émises sont liées aux sites du Groupe

Chez Damart France, des mesures de réduction des émissions de GES ont été mises en place au fur à mesure des rénovations :

- Modernisation de l'isolation des murs et fenêtres
- Détection de présence et remplacement des éclairages par des LED
- Modification de la programmation et des consignes de chauffage et refroidissement
- Sensibilisation du personnel sur les gestes éco-responsables à adopter

Chez Damart UK, des améliorations ont été apportées aux chaudières afin qu'elles consomment moins de mazout. Chez Damart BE, un référentiel de faible émission a été construit concernant les magasins et les bâtiments. Celui-ci sert à orienter les choix de la société. Chez 3Pagen, suite à l'audit énergétique de 2015, la société a installé des LED sur ses sites.

Enfin, sur notre site de fabrication tunisien, les actions portent principalement sur l'entretien et maintenance des climatiseurs, visant la réduction des émissions de fluides frigorigènes fortement émissifs.

Transport interne et plan de mobilité des salariés

Le transport entre les différents sites du Groupe et les déplacements des commerciaux, responsables de magasins etc, sont assurés via des voitures de société, des voitures personnelles (remboursement kilométrique) et des camions loués.

Consommation de diesel
et d'essence (L) Groupe

189 515 L

Émissions de gaz à effet
de serre liées

575 tCO²eq

En complément, notre site de fabrication en Tunisie gère l'acheminement des produits entre ses différents sous-traitants. La consommation de diesel pour ce transport est de 76 716 litres.

Par ailleurs, à la suite d'analyse de la mobilité de ses salariés, Damartex encourage ses collaborateurs à privilégier des modes de transport alternatifs à la voiture individuelle. Chez Damart France des ambassadeurs mobilité ont été nommés, les sites ont été dotés d'une communauté et d'un site de covoiturage. En plus des primes d'achat aux vélos, des vélos à assistance électrique sont mis à la disposition des salariés afin d'effectuer les trajets entre les différents sites du Groupe situés à Roubaix. Enfin, les horaires de travail ont été aménagés afin de faciliter le télétravail.

Ces initiatives sont reprises par une partie des autres sociétés du Groupe.





PARTIE 2

S'ENGAGER POUR LES HOMMES

Change for more ethics

Ambitions

- Travailler en partenariat long terme avec des fournisseurs partageant nos exigences éthiques
- Développer la culture RSE au coeur du Groupe et de son écosystème
- Appliquer les principes du marketing éthique et de loyauté des pratiques
- Développer notre 1^{er} capital, l'humain, via le leadership 3.0

À 2022 : 80% de nos produits issus d'usines certifiées

À 2030 : 100% de nos produits issus d'usines certifiées et 100% de nos collaborateurs engagés dans la RSE



ACHATS RESPONSABLES

Le Groupe Damartex sous-traite la production de la majorité de ses produits.

Dans ce cadre, une part importante de l'impact sociétal du Groupe dépend des activités de ses fournisseurs et sous-traitants. Les risques liés aux achats sont importants, du fait de la distance entre le siège Damartex et ses usines (qualité, non-conformité, atteinte aux droits humains), et pourraient nuire à la réputation du Groupe et, ainsi, compromettre sa capacité à attirer de nouveaux investisseurs et collaborateurs.

Pour améliorer le contrôle de sa chaîne d'approvisionnement, Damartex mis en place depuis 2013 une politique des achats responsables et a ouvert son premier bureau d'achats home & lifestyle à Shanghai début janvier 2018.

L'ensemble de l'équipe de ce bureau (directeur, contrôleurs qualité et merchandisers) ont bénéficié d'une formation de deux jours aux enjeux RSE (exigences globales Damartex, points techniques : sortie de secours, allées et plans d'évacuation, boîtes de premiers secours, port des équipements de sécurité, extincteurs, alarmes incendies, stockage des produits chimiques, etc.).

Organisation de notre chaîne d'approvisionnement

Le cœur d'activité de Damart s'articule autour de trois activités principales : la production en Tunisie, l'achat auprès de partenaires en Europe, moyen import et grand import et la commercialisation en Europe. Il s'agit pour les deux tiers de fournisseurs grand import principalement localisés en Chine, au Bangladesh, en Inde, en Malaisie et en Indonésie. Le reste provient pour moitié du moyen import (Turquie, Maroc, Tunisie - via notre usine DMT pour la fabrication de Thermolactyl), et pour l'autre moitié de l'Europe (Portugal, Italie).



44% des produits Damart approvisionnés auprès d'usines auditées et 90% de conformité moyenne pour ces usines

Damart entretient des relations privilégiées avec ses fournisseurs. À ce jour, 41% de ces fournisseurs sont des partenaires depuis 2009. Le taux de renouvellement du parc fournisseur oscille autour de 10% par an (12,4%). Les fournisseurs textiles (hors linge de maison et cadeaux) sont référencés via un portail permettant l'accès et la signature de différents documents (charte des achats responsables, CGA, code éthique, audits, déclaration de sous-traitance).

Relations fournisseurs⁷

	Intermédiaires	Importateurs Tradings	Usines	Marques	Bureau d'achat Shanghai
Damart	56%	24%	15%	5%	
3Pagen		75%		1%	24%

Damartex Way

Le Groupe a écrit sa charte des achats responsables reprenant les dix principes du Global Compact des Nations Unies. Au sein de la charte, le Groupe demande à ses fournisseurs de veiller à l'application effective des droits fondamentaux des travailleurs dans le respect des conventions de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) et des législations nationales.

Depuis le 1^{er} janvier 2018, la charte est annexée au contrat cadre fixé entre Damart et ses fournisseurs et devient une condition sine qua non à la réalisation d'un partenariat commercial. S'il est avéré que la charte n'est pas respectée et que rien n'est mis en œuvre pour y remédier, le contrat avec le fournisseur est rompu.

⁷ Pourcentage calculé en nombre de fournisseurs sur le nombre total de fournisseurs

Depuis avril 2019, la charte est annexée aux conditions générales d'achats entre 3Pagen et ses fournisseurs. Dans un premier temps, le périmètre de déploiement se concentre sur les achats réalisés via le bureau d'achat de Shanghai.

% de fournisseurs ayant signé la charte

Damart	3Pagen (bureau Shanghai)
99%	95%

Visites d'usines

Les équipes achats sont formées à visiter les usines avec un « œil RSE ». En effet, lors de chaque voyage achat, il leur est demandé de remplir une check-list reprenant les prérequis exigés par Damart relatifs à la santé et la sécurité des travailleurs. Ces prérequis constituent une première évaluation des conditions de travail présentes dans les usines chez le fournisseur et permettent d'identifier des non-conformités et les points d'amélioration.

Les audits sociaux

Damart adhère depuis janvier 2017 à l'Initiative for Compliance and Sustainability (ICS); 3Pagen depuis juin 2019, pour la réalisation des audits sociaux. Les 45 enseignes membres de cette initiative agissent ensemble pour améliorer durablement les conditions de l'Homme au travail et accompagner de manière responsable les fournisseurs, afin de les rendre acteurs de leur démarche de progrès. L'audit social suit une méthodologie commune à toutes les enseignes et il est toujours à l'initiative de l'enseigne et non du fournisseur afin d'en garantir l'objectivité.

Les thématiques couvertes sont le management et la traçabilité, le travail des enfants et jeunes travailleurs, le travail forcé, la discrimination, les pratiques disciplinaires, la liberté d'association, le temps de travail, la rémunération et les avantages ainsi que la santé et sécurité.

Une lettre et un pourcentage sont attribués au fournisseur : un taux indiquant le degré de conformité et une lettre de A à E indiquant le degré de criticité.

Relations fournisseurs¹⁰

Damart 2018-2019	Damart 2018-2019	3Pagen 2018-2019	3Pagen 2018-2019	Afibel 2018-2019	Afibel 2018-2019
usines auditées	conformité	usines auditées	conformité	usines auditées	conformité
72 usines 44% volumes achats	89,7%	2 usines* 1,4% volumes d'achats	50%	15 auditées	92,4%

*réalisés en juillet 2019

Lorsque le résultat de l'audit ne correspond pas aux exigences Damartex Way, des follow up d'audit sont requis. Au sein de Damart et pour l'exercice concerné, on observe un taux de progression de 12% entre l'audit initial et l'audit de suivi. En complément, 50% du volume confectionné par nos sous-traitants du site de production tunisien a été audité avec un statut acceptable.

Nous nous fixons un objectif spécifique à ce périmètre de 100% de sous-traitants audités fin 2019.

Au sein de 3Pagen, l'initiative, est plus récente. Un travail de collecte de données a été réalisé cette année pour la partie des achats qui passent par le bureau d'achat afin d'adhérer en juin 2019 à l'ICS.

42 usines chinoises ont ainsi été intégrées à la base ICS. Deux usines ont un audit social valide réalisé en juillet 2019, ce qui représente 1,4% des achats réalisés. Les résultats sont de 87% B et 86% E, pour lequel un audit de suivi est programmé d'ici novembre 2019. À ce jour, 6 audits sont prévus pour le second semestre 2019. De plus, 30% des fournisseurs 3Pagen ont signé les nouvelles conditions générales d'achats (36 du BO + 10 fournisseurs allemands).

Au sein d'Afibel, 203 usines intégrées à ICS, dont 15 ont un audit valide. 2/3 ont le statut acceptable (A et B), 1/3 nécessite un audit de suivi. D'ici fin 2019, 3 nouveaux audits sont programmés.

La démarche d'audits sociaux auprès des fournisseurs n'est pas d'interrompre les relations commerciales en cas de non-conformité constatée mais de les aider et les accompagner à se mettre en conformité par un suivi régulier du CAP (Corrective Action Plan). Le CAP est rédigé dans

la langue locale et signé par la direction de l'usine audité lors de la réunion de clôture de l'audit. Il résume les non-conformités identifiées lors de l'audit et les actions correctives à mener afin d'y remédier.

Lorsque des non-conformités critiques sont identifiées (sécurité des employés, fraude, manque de transparence, le travail d'enfants, l'abus, le harcèlement, etc.), des notifications d'alerte sont envoyées aux membres de l'ICS afin de prendre les mesures nécessaires et le cas échéant l'arrêt des relations commerciales.

À titre d'exemple, le Groupe s'est séparé d'un fournisseur historique, à la suite d'un mauvais résultat d'audit (50% E). Le manque d'implication de l'usine dans le suivi de son plan d'actions correctives nous a poussé à l'arrêt des relations.

Modern Slavery Act

Nos deux filiales anglaises, Damart UK et Coopers, adhèrent au Modern Slavery Act et publient le MSA Statement sur leur site web, reprenant toutes les actions de sensibilisation des fournisseurs, de formation et de communication en interne.

Engagements sectoriels

L'un de nos objectifs cette année a été d'intégrer pleinement les acheteurs/gestionnaires fournisseurs, afin qu'ils deviennent les acteurs principaux de cette démarche.

Pour cela deux événements majeurs autour des achats responsables, ouverts aussi bien à l'externe qu'à l'ensemble des filiales du Groupe :

- Matinale sur les achats responsables le 30 avril 2019, dans le cadre du tour de France de notre mandat d'entreprise ambassadrice des Hauts-de-France pour le Global Compact France
- Conférence achats responsables, le 14 juin 2019 ouverte à toutes les enseignes textiles des Hauts-de-France





SATISFACTION DES SALARIÉS

L'attractivité et la rétention des talents

L'attraction et la rétention des talents passent par l'image de marque, la marque employeur, la politique de recrutement, la qualité de vie au travail (QVT) et la formation. Seules la marque employeur, la politique de recrutement et la formation seront développées dans ce chapitre, la QVT étant traitée au chapitre suivant.

- Taux de turnover Groupe : 14%
- Nombre de CDI moyen : 2 593
- Nombre de sorties CDI : 370
- Taux d'absentéisme Groupe : 5%

Marque employeur

Damart France a reçu le label *Choose my company – Happy Trainees* en 2019. Ce classement est basé sur la méthode *HappyIndex® / Trainees*, qui valorise les entreprises qui soignent l'accueil, l'accompagnement et le management de leur stagiaires et alternants. Damart est également présent sur les salons de recrutement, les forums d'école, comme par exemple les salons de l'APEC et de l'ENSAIT en tant qu'exposant, afin de se faire connaître auprès des étudiants. Un partenariat est établi avec l'école de la 2^{ème} chance à Roubaix.

De son côté, 3Pagen a reçu le *Focus Award* en 2018. Il s'agit d'un prix décerné par le magazine Focus aux 1 000 meilleurs employeurs d'Allemagne. L'évaluation des entreprises se fait grâce à des enquêtes réalisées auprès des collaborateurs, l'étude des commentaires postés sur Xing (la version allemande de LinkedIn), ainsi que des évaluations de l'entreprise réalisées de façon anonyme.



85% de satisfaction des salariés

Politique de recrutement

L'attractivité est liée à l'aptitude à communiquer et dépeussier l'image de la marque. Ainsi, Damart France, a par exemple développé des vidéos pour accompagner ses offres d'emplois qui sont postées sur les réseaux sociaux.

Un système de cooptation a également été mis en place, grâce à une application spécifique : Connect. Elle permet de développer la cooptation, mais aussi d'augmenter la visibilité de Damart sur les réseaux sociaux afin d'améliorer la marque employeur. On y retrouve toutes les informations concernant Damartex, Damart, Jours Heureux (produits, évènements, etc.), ainsi que les offres d'emploi à pouvoir afin qu'elles soient partagées au plus grand nombre. À chaque partage d'actualité sur les réseaux sociaux, les collaborateurs reçoivent des points, qui se transforment en cadeaux. Ce projet a été présenté aux trophées de l'innovation RH, et s'est placé sur le podium avec la 3^{ème} place.

De plus, une plateforme de recrutement a été créée en 2018 sur le site internet de Damart France, afin de publier les offres d'emploi et partager les valeurs de la marque.

Capital intellectuel & plan de formation

Afin d'encourager et développer la créativité en interne, Damart France organise depuis trois ans le challenge *Good Ideas* qui permet à chacun des collaborateurs de proposer un projet. Chaque *Good Idea* sélectionnée est mise en œuvre sous six mois. Pour l'édition 2018, 16 projets ont été réalisés.

La formation est un levier essentiel pour réussir la stratégie du Groupe. Damart offre à chacun toutes les clés de sa réussite, en mettant à sa disposition un ensemble de dispositifs et de formations pour développer ses compétences. Chacun est acteur de son propre développement, il peut se former et se qualifier tout au long de son parcours. En effet, le programme de formation est coconstruit entre les employés, les chefs d'équipe et la direction des ressources humaines.

Chez Damart France, au cours de l'année 2018, l'accent a été mis sur les formations en interne :

- VAD : formation boosters, ateliers communication, formations métiers (SST, orthographe, CACES, etc.) et managers (créativité)
- Magasins : accompagnement managériale des nouveaux directeurs, action animer son équipes pour les coordinatrices

Au siège du Groupe, au cours de l'année 2018, le service formation a mis l'accent sur le développement des formations leadership 3.0 pour tous les collaborateurs.

Dans notre usine en Tunisie au cours de l'année 2018, les formations se sont concentrées sur la montée en compétence de la main d'œuvre opérationnelle : formations au secourisme, conduite de chariots élévateurs, paramétrage et manipulation des têtes de coupes.

Au sein de 3Pagen, les collaborateurs suivent des formations en fonction des compétences à développer identifiées lors des entretiens annuels, ainsi que des formations régulières sur les nouveaux outils. Dans le cadre de la politique de développement continu des compétences pour les cadres, un à deux séminaires sont organisés chaque année pour quatre groupes de managers.

- Taux d'accès à la formation Groupe : 43%
- Nombre de salariés ayant suivi au moins une formation : 1 295

Qualité de vie au travail (bien-être, santé et sécurité)

L'enjeu du bien-être au travail est une condition sine qua non de notre avenir, gage de performance, de compétitivité, mais également d'attractivité vis-à-vis des nouveaux talents. Cela passe par une bienveillance au sein des équipes et du management, un cadre de travail agréable, la célébration simple et conviviale de nos petites avancées comme de nos grands succès.

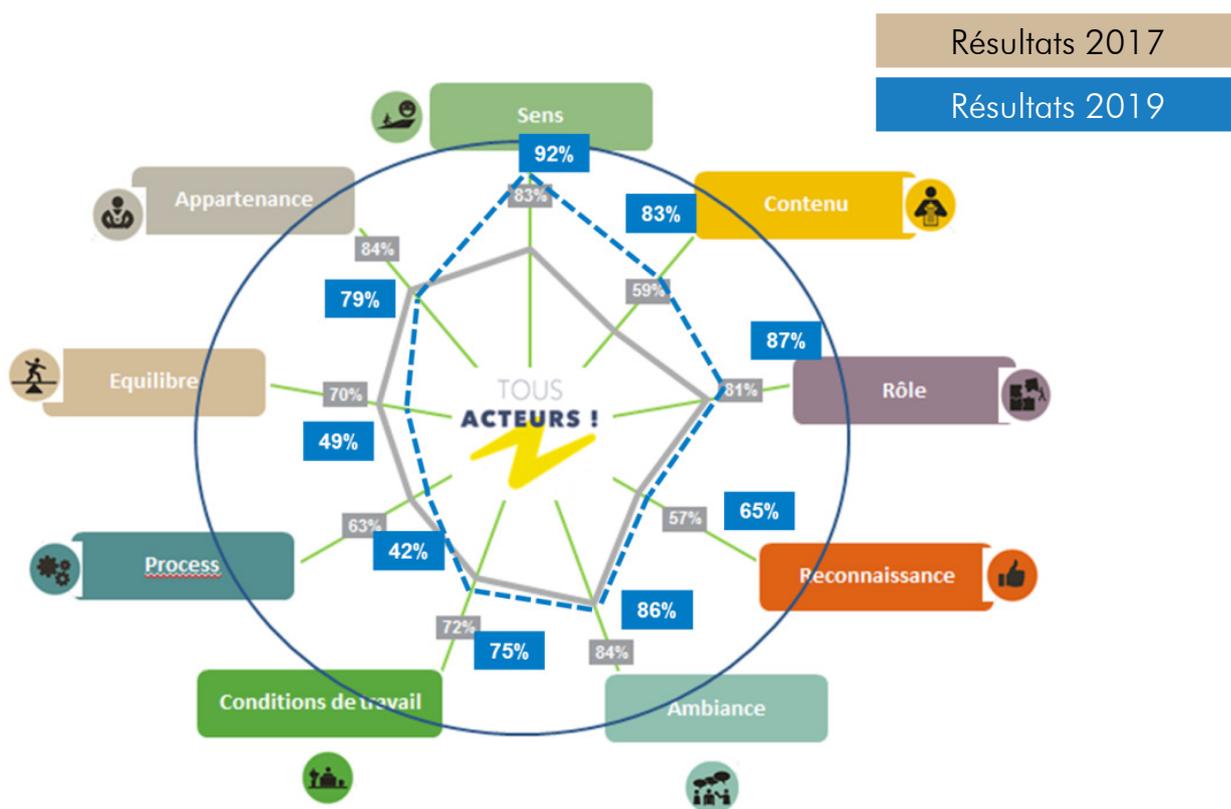
Qualité de vie au travail

Ainsi, Damartex a réalisé une enquête sur le bien-être au travail avec pour objectif de réaliser un état des lieux de la QVT au plus près des équipes. Cette enquête a concerné l'ensemble des

collaborateurs du Groupe, soit 3 560 personnes. Le questionnaire a été adressé de manière confidentielle via un site web externe et sécurisé entre le 18/09 et le 08/10/2017.

Taux de satisfaction des employés : 85%

Après cette enquête, les managers de Damart France ont partagé les résultats avec leurs équipes. Plus de 200 idées d'actions locales ont été identifiées et environ 50% des actions ont été réalisées. Dans la continuité de ces travaux, Damart France a lancé un baromètre régulier interne sur la QVT courant avril mai 2019. Le taux de participation a été de 66% avec un NPS négatif de -35,4% (324 détracteurs, 240 passifs et 92 promoteurs) :



À partir de cette nouvelle évaluation dont les résultats ont été partagés avec les équipes, de nouveaux plans d'actions sont en cours d'élaboration afin d'améliorer la QVT.

Chez Damart Belgique, diverses actions sont historiquement en place pour favoriser le bien-être des salariés, qui passe notamment par l'intégration dans la vie associative locale :

- Sponsor historique de l'équipe de football locale (RDS Dottignies)
- Fête de la main : participation d'un char Damart décoré par les salariés
- Family Day : une fois l'an, l'ensemble du personnel accompagné des membres de leur famille sont invités une journée entière à une activité organisée pour eux (parc attraction, découverte d'une ville, etc.).

Suite à l'enquête sur la qualité de vie au travail, Damart Belgique a défini une roadmap « agilité & action » :

- **Innovation** : Les victoires sont régulièrement célébrées autour de divers événements (barbecues, fêtes, etc.). Des *stand up meetings* sont organisés de façon bimensuelle.
- **Coopération** : Hiérarchie plate ; un espace de détente et d'échange a été créé. En projet : mise en place du télétravail. Les souhaits des collaborateurs sont actuellement étudiés afin de l'organiser au mieux.
- **Anticipation** : Des enquêtes sur les clients sont réalisées régulièrement. Aller à la rencontre des clients, dans l'esprit du customer lounge. En cours : formation des vendeurs afin qu'ils deviennent « conseil expert » sur des produits spécifiques

Au sein du siège Groupe, quatre groupes de travail ont été mis en place afin de rassembler les collaborateurs autour de quatre problématiques :

- **Organisation** : allier plaisir et efficacité au travail : création de documentation destinée aux collaborateurs : « les 10 clés pour un mail efficace », « les 10 clés pour une réunion efficace », mise en place du Bar IT afin de venir en aide sur des problèmes informatiques, ou pour de la formation.
- **Carrière** : développement des compétences et évolution de carrières : permanences organisées sur les processus de formation et de bilans de carrière, encouragement de la cooptation, du télétravail, travail sur l'intégration des nouveaux collaborateurs.
- **Convivialité** : fêter les réussites : organisation des *Human Days* (trois jours d'activités telles que des conférences et des tournois sportifs)
- **Communication** : faire connaître toutes les actions

Au sein de 3PAGEN :

- Un événement festif (spectacle, musique, tombola) : « 3Pagen Oktoberfest » pour tous les collaborateurs a été organisé en septembre 2018
- Lors de conditions climatiques inhabituelles (fortes chaleurs ou grand froid) des dispositions particulières telles que distribution d'eau et de crème glacée, ou ajustement des heures de travail ont été prises
- De nouveaux meubles ont été achetés et des rénovations ont été entreprises afin d'améliorer le confort au travail des collaborateurs

Télétravail

Afin de concilier meilleur équilibre vie personnelle et vie professionnelle et l'efficacité au travail, un accord sur le télétravail a été mis en place chez Damart France, Damart Belgique et 3Pagen.

La santé et la sécurité

La politique de santé et sécurité de nos salariés est centrée sur l'ergonomie des postes de travail. En effet, l'accidentologie est faible et au sein du Groupe : 54 accidents de travail cette année et une incidence des accidents du travail de 1,8%.

Chez Damart France les principales actions mises en œuvre cette année sont :

- Pour le secteur préparation magasin, le projet PEPSI (Poste de l'Etiquette Prix Simplifié et Informatisé) a permis, au-delà de l'amélioration de l'ergonomie, d'alléger significativement la charge mentale de ce poste.
- Des installations phoniques ont été installées au sein de la cafétéria du siège afin de permettre à chacun d'avoir un vrai moment de détente lors de la pause déjeuner. Une partie du centre de contact a également bénéficié de ces installations.
- Concernant les magasins, afin de renforcer la sécurité des flux financiers mais aussi des personnes, de nouveaux coffres-forts ont été installés. De nouveaux meubles chaussures ont également été installés dans les magasins, permettant d'avoir en surface de vente plus de modèles et limitant ainsi les déplacements en réserve.

Chez Damart UK, tous les employés ont été formés aux processus de déclaration d'accidents évités de justesse en mai 2019. Cela a provoqué une augmentation de 733% des déclarations sur l'année. De plus, une formation santé et sécurité est systématiquement organisée lors de l'intégration des nouveaux collaborateurs : découverte du site, issues de secours, alarmes incendie, présentation des procédures de déclaration d'accidents, premiers secours, etc.



Chez 3PAGEN, un certain nombre d'actions ont été mises en place afin de répondre aux spécificités allemandes:

- Des inspections régulières et des audits sont organisés par la Caisse Mutuelle Allemande d'Assurance Accident
- Un comité de santé et sécurité au travail se rencontre au moins six fois par an, afin d'analyser les accidents, évaluer les risques et instaurer des contre-mesures. Ce comité est composé d'employés et de représentants, ainsi qu'un médecin et un expert sécurité au travail
- En 2019, un service de santé au travail qui s'assure des soins des salariés a été mis en place (médecin + équipe)

Chez Damart Belgique, des formations des secouristes et des équipes première intervention ont été organisées, ainsi que des campagnes d'information sécurité et des exercices d'évacuation incendie non annoncés, etc.

Dans notre usine en Tunisie, de nombreuses actions de prévention et d'amélioration ont été mises en place :

- Des formations sous forme de vidéo relatives à la sécurité sur le lieu de travail (manipulation, chute et responsabilisation du personnel). Ce programme s'intitule « mercredi sécurité »
- L'amélioration des conditions de travail notamment en termes d'ergonomie des postes de travail, d'adéquation et de maintenance des équipements et des outils, d'ordre, de rangement et de propreté des ateliers, d'hygiène des locaux communs
- La maîtrise rigoureuse du risque d'incendie à travers une infrastructure adéquate et sans cesse améliorée, la prévention et une capacité de réponse appropriée
- Visite périodique (par quinzaine) de médecin du travail

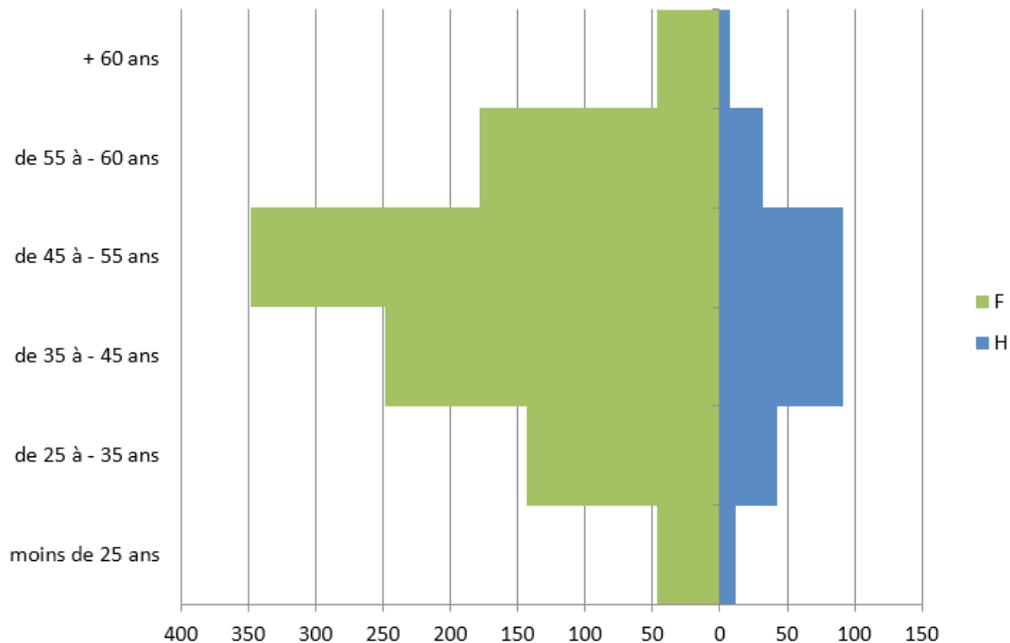
Égalité des chances

L'employabilité des seniors

Damart a mis en œuvre un certain nombre de mesures pour favoriser l'emploi et le maintien dans l'emploi des seniors.

Chez Damart France, des mesures d'aménagement des horaires dans les secteurs de la logistique ont été mises en place. Damart a également signé un accord sur les mesures d'accompagnement du dispositif de retraite progressive. L'objectif est d'encourager le recours à la retraite progressive. Un groupe de travail est piloté par l'organisme Atout'Age.

Pyramide des âges pour Damart France et DSB au 30 juin 2019



Damart Belgique a également mis en place un plan pour l'emploi des travailleurs âgés dans l'entreprise. Des mesures destinées à augmenter le taux d'emploi des travailleurs de 45 ans et plus, soit en favorisant leur maintien au travail, soit en accroissant leur nombre via des embauches ciblées en fonction de l'âge, ont été adoptées :

- À l'occasion des recrutements externes, en fonction des besoins en compétences et dans le cadre du respect des dispositions réglementaires et de remplacement de travailleurs prépensionnés, l'entreprise veille à ne pas faire de discrimination liée à l'âge
- Le développement des compétences et des qualifications des travailleurs, y compris l'accès aux formations
- Un bilan est réalisé afin de déterminer les besoins en formation. Toutes les formations sont accessibles sans discrimination d'âge
- Les possibilités éventuelles d'obtenir, via mutation interne, une fonction adaptée à l'évolution des facultés et des compétences des travailleurs
- Mise en place d'un groupe de travail multidisciplinaire.

Chez 3Pagen l'âge moyen des collaborateurs est de 47 ans et plus de 173 d'entre eux ont plus de 50 ans. Ils travaillent dans l'entreprise durant 11 ans en moyenne (dont 73% pendant plus de 25 ans). 3Pagen veille au transfert de connaissances entre les collaborateurs seniors et les nouveaux candidats.

Index d'égalité homme femme

Le gouvernement a, par le biais de la loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel du 5 septembre 2018, entendu renforcer les dispositions légales existantes concernant l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes.

L'index de l'égalité femmes-hommes de Damart est de 72/100.

Damart vise à augmenter son score dans les trois ans, par la mise en place d'actions de réajustement qui ont pu être identifiées lors du calcul du score de cet index. Ces actions concernent principalement la gestion des retours de maternité et de nouvelles dispositions qui ont d'ores et déjà été mises en place au cours de l'année 2019-2020.

Personnes en situation de handicap

Le handicap n'échappe pas à la démarche d'accompagnement de Damart. Les axes d'action sont la sensibilisation des salariés et le maintien dans l'emploi. Afin de maintenir l'emploi des salariés en situation de handicap, un budget annuel de plus de 10 000€ est consacré aux aménagements de postes. Le taux de travailleurs handicapés en magasin pour Damart France en VAD s'élève à 8%, en magasin il est de moins de 1%. Des aménagements d'horaires pour les travailleurs handicapés et les salariés seniors ont été mis en place afin de favoriser leur maintien dans l'emploi (travail non obligatoire le samedi, modulation du temps de travail, etc.).





LOYAUTÉ DES PRATIQUES ET CORRUPTION

Marketing responsable

L'approche marketing de Damart France est fortement liée à son attachement à sa stratégie générale de communication envers ses clients : positive, claire et aidante.

Plusieurs orientations sont ainsi travaillées :

- Modernisation de l'image de marque
- Orientation client : créer des promotions attrayantes qui traitent le client équitablement
- Conformité, sincérité et compréhensibilité

Ainsi, les équipes s'attachent à toujours communiquer une image positive des seniors et de respecter les handicaps de l'âge. Par exemple, le site web a été développé avec des modules adaptés aux non-voyants et malentendants.

En lien avec les allégations qualité de la marque Damart, un travail de transparence vis-à-vis des clients a été réalisé :

- Révision de notre référentiel allégations par rapport à nos technologies actuelles, avec par allégation : le type de test / preuve, ainsi que les termes appropriés à utiliser en rédaction.
- Révision du process interne avec tous les services concernés : innovation, achats, qualité, juridique et communication
- Clarification des exigences vis-à-vis de nos fournisseurs

Ce travail réalisé sur la période 2018-2019 sera visible sur l'exercice à venir



Développements à venir :

- Les prix variables à la taille, héritage historique du Groupe, visent graduellement à disparaître afin d'assurer plus d'équité pour nos clients
- Le Groupe ambitionne de diminuer son taux de promotion afin de permettre aux clients de retrouver des repères prix sur le marché

Gestion des données privées

Le Groupe Damartex veille en permanence à entretenir des relations de confiance avec ses clients, et ce dans tous les domaines dont celui du traitement des données personnelles. En mai 2018, le Groupe a ainsi nommé un délégué à la protection des données personnelles qui coordonne toutes les actions du Groupe à ce sujet.

La politique de données personnelles de Damart France est disponible sur demande en magasin, sur internet (page dédiée : www.damart.fr/vosdonnees) et par téléphone (serveur vocal donnant accès à différents niveaux d'information lors des commandes : tél 03 20 49 16 00). Ainsi, chaque client peut être informé sur le traitement de ses données personnelles et de ses droits en découlant.

Le Groupe suit l'évolution du droit d'effacement et du droit d'accès et les voit augmenter notamment sur Damart France, Sedagyl, Afibel, Maison du Jersey. Chaque demande est traitée et à date, aucune n'a été refusée.

Lutte contre la corruption

Le Groupe est soumis à la loi française de lutte contre la corruption (loi dite Sapin II). Ainsi, un plan d'action a été construit afin d'assurer sa conformité. La cartographie des risques a permis d'identifier des pays et/ou des sociétés où des risques de corruption pouvaient être important.

Systeme d'alerte

Ainsi, Damartex a développé et déployé un système de lanceur d'alerte : transparency@damartex.com. Depuis octobre 2018, cette adresse est accessible à l'ensemble des filiales et une communication pour promouvoir ce système a été réalisée dans les six langues du Groupe : français, anglais, néerlandais, allemand, arabe et chinois. Ce système est également disponible aux fournisseurs. La communication pour les parties prenantes du Groupe a débuté en novembre 2018.

Les types d'alerte pouvant être déclarées par le système Transparency sont :

- les cas de fraude, de corruption, de conflits d'intérêts ou de trafic d'influence
- les comportements contraires à l'éthique et à la Damartex Way (travail forcé, travail des enfants, esclavage moderne, etc.)
- les cas de vols de données confidentielles
- les cas de harcèlement moral ou sexuel

À ce jour deux alertes sont remontées mais aucune n'était en lien avec un sujet de corruption. Le Groupe souhaite renforcer sa communication sur ce dispositif en interne et auprès de ses fournisseurs.

Actions complémentaires

En parallèle de ce système, la lutte contre la fraude et le conflit d'intérêt s'effectue via :

- Code de conduite et sensibilisation auprès des salariés
- Veille et participation à des conférences/workshops animés par des tiers (AMRAE, IFACI, cabinet de conseils, etc.)

Développements à venir

- Formalisation de la politique cadeaux
- Déploiement de la formation Sapin II (Conseil d'administration & salariés à risque dans un premier temps)





PARTIE 3

S'ENGAGER POUR NOS SENIORS

Change for more solidarity between generations

Ambitions

- Proposer une offre inclusive et à la pointe du progrès pour les 55+
- Générer de l'impact positif partout où nous sommes implantés
- Au-delà du business, agir pour les plus de 55 ans à travers la Fondation On Seniors'side

À 2030 : Faire du Groupe et de sa fondation un acteur référent de l'inclusion des seniors.

**3 brevets chaussures
2 brevets et 1 innovation
textile**



INNOVATION AU SERVICE DES SENIORS

Proposer une offre inclusive et à la pointe du progrès pour tous les 55+

C'est le développement de la technologie Chlorofibre qui a permis la création de la marque Damart en 1953. Aujourd'hui, l'innovation est toujours au cœur de l'activité de Damart, qui s'attache à développer de nombreux brevets afin d'améliorer la qualité de ses produits et répondre aux besoins des clients. Différents labels ont été développés afin d'améliorer le bien-être de nos clients : Thermolactyl, Amortyl, Piedical, Ocealis, Climatyl, etc. Aujourd'hui, 22% du chiffre d'affaires Damart est réalisé grâce à ces innovations technologiques et morphologiques (hors Feel Fresh).

Développements à venir

L'innovation du Groupe se concentre sur deux axes, le bien-être et la santé de nos clients ainsi que l'éco-conception des produits et de leurs emballages.

THERMOLACTYL SENSITIVE

Le Thermolactyl Sensitive associe chaleur douce et maintien de l'hydratation des couches superficielles de la peau sans traitement de la matière. Cette nouvelle matière, douce, chaude et légère est une innovation brevetée, développée par notre équipe R&D. Élu produit de l'année 2018 en Belgique.

AMORTYL

by DAMART

Semelle qui permet un meilleur maintien du pied et une meilleure stabilité. Absorption des chocs lors de la marche grâce à l'utilisation de matériaux à haute densité. Réduction des chocs et des vibrations dans les jambes et les genoux. Technologie développée par nos équipes R&D.

feel FRESH by DAMART

Des patches discrets situés sous les bras capturent la transpiration, les odeurs et limitent l'apparition d'auréoles. Sa matière (maille jersey traitée antibactérien) est légère, douce et élastique pour une liberté de mouvement optimale. La transpiration est rapidement absorbée pour un toucher frais.

- Anti-odeurs
- Anti-auréoles
- Invisible





QUALITÉ ET DES PRODUITS, SANTÉ, SÉCURITÉ

L'ensemble de ce chapitre traite de l'approche de Damart concernant la qualité des produits, ainsi que la santé et sécurité des usagers. Le Groupe travaille à l'homogénéisation des pratiques ainsi que la remontée des informations sur ses autres entités.

La promesse de qualité est un des piliers de la marque Damart et en fait sa réputation. Cette qualité porte sur tous les composants des articles :

- Des matières agréables, résistantes et faciles à entretenir
- Des coupes étudiées pour respecter et valoriser le corps grâce à une équipe de modélistes
- Des finitions qualitatives, afin que les vêtements durent dans le temps : un souci du détail est apporté au niveau des doublures, boutons, et autres systèmes de fermetures, accessoires, etc.

Elle est issue d'une sélection stricte des matières premières et des fabricants, d'un suivi de la fabrication en cours de processus, d'un contrôle des produits finis et enfin d'une écoute du client-utilisateur en vue d'ajuster les produits à son ressenti (analyse des taux de retour, des remontées des magasins, etc.).

Damart s'attache à garantir la santé et la sécurité des consommateurs vis-à-vis de la mise sur le marché de ses produits. Elle s'attache à poursuivre ses efforts afin de multiplier le nombre de contrôles qualité tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

Exigences textiles fit et matières

Tout au long du développement, les équipes qualité interviennent en soutien pour fiabiliser la conception et encadrer l'atteinte des critères requis. Elles assurent le respect des exigences lors de l'homologation produit avant la mise en production.

DES USAGERS

8,9% de taux de retour chez Damart et 7% chez 3Pagen

Ainsi, un *roadbook* décrit les exigences et contrôles demandés à nos fournisseurs en termes de qualité produits :

- Exigences *fit* : coupe des vêtements
- Exigences matière : qualité d'usage et d'entretien

Des tests sont réalisés au moment du développement produit sur les exigences *fit* pour chaque nouvelle référence. Damart demande également aux fournisseurs de contrôler, via des laboratoires externes agréés, les exigences matière (y compris la composition) pour chaque nouvelle référence et chaque nouveau coloris d'une référence reconduite.

% de références ayant reçu un « OK matière »

Automne-Hiver 2018	Printemps-Été 2019	Automne-Hiver 2019
81%	67%	85%

L'objectif est d'atteindre 100% à partir de 2020.

En complément, à partir de la saison Automne-Hiver 2019, les références qui n'ont pas reçu un « OK matière » seront testées dans notre laboratoire interne en suivant les normes AFNOR pour en garantir la qualité matière.

Exigences chaussures Fit et durabilité

À la suite d'une étude client⁸, nous avons défini les sept besoins clés de nos clientes pour les chaussures, que l'on appelle ingrédients (stabilité, souplesse, facilité d'enfilage, etc.). Un produit « Star » a les sept ingrédients. Nous contrôlons la présence de ces sept ingrédients sur toutes les références chaussures Damart.

⁸ Étude menée par le cabinet Martine Leherpeur Conseil

% de produits éligibles qualifiés de « Star » (Damart France BE UK)

Printemps-Été 2018	Automne-Hiver 2018	Printemps-Été 2019	Automne-Hiver 2019
36%	58%	70%	83%

L'objectif est de rendre tous nos produits éligibles « Star » d'ici juin 2021.

Tests niveau de qualité acceptable

Nous contrôlons également le respect du NQA (Niveau de Qualité Acceptable) défini avant la mise sur le marché et basé sur des prélèvements statistiques définis par les normes de l'industrie : pendant la production avec nos agents et/ou en contrôle à la source avec des prestataires, et dans nos deux entrepôts en contrôle de réception (en France et au Royaume-Uni).

Il s'agit principalement de contrôles sur l'aspect visuel des produits. Les défauts sont divisés en trois catégories : défauts critiques, majeurs, mineurs. Les plans d'échantillonnage sont basés sur les normes AFNOR.

Garantie sanitaire des produits

Damart travaille depuis de nombreuses années avec les laboratoires agréés reconnus (IFTH, CTC, VERITAS, SGS, INTERTEK) afin de définir les substances à risques, les seuils de tolérance, les méthodes de test ainsi que la fréquence des contrôles à appliquer. Ces laboratoires exercent une veille constante pour identifier les substances et les solutions pour les prévenir, et nous aident à répondre aux questions des consommateurs.

En premier lieu, nos fournisseurs doivent respecter les exigences qualité de Damart (réglementations en vigueur et exigences propres au Groupe). Ces exigences leur sont communiquées via le portail fournisseurs et des attestations doivent être signées depuis 2018 (ex : réglementation REACH & POP, cosméto-textiles, biocides, etc.).

% de fournisseurs ayant signé les attestations sur les exigences sanitaires Damart

Automne-Hiver 2019
91%

L'objectif est de 100% de fournisseurs ayant accès à la plateforme qui doivent être signataires d'ici 2020.

De plus, Damart réalise un auto-contrôle par sondage sur livraisons en réception sur les substances chimiques « courantes et critiques ». Les tests sont faits dans un laboratoire agréé suivant un plan de contrôle de prévention des substances chimiques revu annuellement avec le CTC Lyon.

% de non-conformité 2018-2019

Non-conformité réglementaire	Non-conformité aux exigences complémentaires Damart
0%	0,9%

Un plan d'action est mis en place avec le fournisseur non conforme aux exigences complémentaires Damart. Ce plan comporte une demande de contrôles supplémentaires pour les nouvelles livraisons.

Procédure de rappel produit

Une procédure de rappel est mise en place en France, lors d'une détection de défaut critique. Pour l'exercice 2018-2019, aucun rappel de produit n'a été effectué.

Qualité hypoallergénique des produits

Damart s'assure de traiter rapidement les remontées des clients en cas d'allergie et d'analyser les situations. Depuis 2011, cette procédure est appliquée et chaque produit retourné par la cliente est testé suivant le « pack allergie » préconisé par l'organisme de contrôle⁹. Quinze cas ont été signalés en 2018-2019.

L'approche 3Pagen

Les documents réglementaires tels que les normes CE, RohS, LfgB sont vérifiés et conservés dans le système de gestion de produits. De plus, pour chaque gamme de produits (textile, déco, chaussures, textile de maison, bijouterie, contact alimentaire, produits électriques et électroniques, etc.) des protocoles de tests comportant des seuils d'acceptabilité ont été mis en place et sont révisés annuellement. Des tests sont réalisés de façon aléatoire par des organismes d'inspection.

⁹ Bureau Veritas Consumer Products Services | France
Rue John Hadley | BP 20431 | F59658 Villeneuve d'Ascq Cedex | France



SATISFACTION DES CLIENTS ET RÉPONSES À LEURS BESOINS

Connaître ses clients

L'Observatoire des Seniors

Partant du principe que plus la population senior sera connue, mieux elle sera servie, Damartex a développé l'Observatoire des Seniors, un site internet accessible à tous qui diffuse de l'information sur les seniors : <http://observatoire-des-seniors.com>

Cet observatoire rassemble des informations sur les 55+ : la démographie, les loisirs, la famille, la place dans la société, la santé, mais aussi le rapport aux nouvelles technologies.

Au-delà de la communication à l'externe, l'Observatoire des Seniors nous permet de mieux appréhender les besoins présents de nos clients et d'anticiper les futurs.

**L'Observatoire
DES SENIORS**

NOS ÉTUDES DÉMOGRAPHIE SOCIÉTÉ SANTÉ NUMÉRIQUE CALENDRIER

Séance shopping à la résidence des Orchidées

Nathalie Yves a créé Le Comptoir de L'Hirondelle en septembre 2018. Son concept : permettre aux résidents de maisons de retraite de faire du shopping sans se déplacer. Mercredi 9 octobre 2019, elle était à la résidence des Orchidées de Tourcoing

11 OCTOBRE 2019



**NPS 35,2
pour Damart
et 17,3
pour 3Pagen**



Le Customer Lounge

Dans l'objectif de toujours mieux servir ses clients, Damartex a créé mi-2018 un espace spécifique pour les accueillir et les écouter : le customer lounge. La salle peut recevoir jusqu'à dix clientes, accompagnées de cinq membres des équipes Damartex.

L'objectif est d'accueillir au moins deux groupes de clientes par mois. Sur la période 2018 – 2019, 23 ateliers ont été organisés (dont 11 pour Damart) sur des sujets tels que la perception de la marque, le catalogue, ou les attentes des clientes au niveau d'une gamme de produits.



Un service client adapté

La formation des conseillères

Le Groupe mise sur ses conseillers pour construire un lien unique avec ses clientes. Les équipes de conseillers Damart sont reconnues pour leur savoir-faire, aussi bien en magasin aussi qu'en centre d'appel. Elles sont formées afin de connaître au mieux les problématiques rencontrées par les clientes. La communication vise à être la plus positive possible et à soutenir les seniors dans leurs difficultés.

Formation des conseillers

FR	BE	UK
Nombre d'heures de formation	Nombre d'heures de formation	Nombre d'heures de formation
2 180	6 182*	6 960
Nombre de personnes formées	Nombre de personnes formées	Nombre de personnes formées
233	178	135

*estimation

Le taux de satisfaction client

Depuis 2013, un outil de mesure, le Net Promoteur Score, a été mis en place afin de mesurer la satisfaction de nos clientes après l'achat et de pouvoir activer des actions d'amélioration.

Le NPS est un outil standard dont la question est : « *Recommanderiez-vous Damart à de la famille ou des amis ?* ». Chaque cliente répond par une note de 0 à 10, ce qui permet d'identifier les promoteurs (les personnes qui donnent les notes 9 et 10), et les détracteurs (les personnes qui donnent les notes 0 à 6.). Le calcul du NPS se fait selon la formule suivante :

$NPS = \% \text{ Promoteurs} - \% \text{ Détracteurs}$.

La mesure NPS est réalisée six fois par an, par téléphone pour les clientes catalogue et magasin. Elle est réalisée en continu, online, pour les clientes web. Un meeting « business performance review » est organisé tous les mois, lors duquel la direction prend des mesures afin d'améliorer son score NPS.

NPS - Net Promoter Score*

Damart 2017 -2018	Damart 2018-2019	3Pagen 2017-2018	3Pagen 2018-2019
35,8	35,2	23,8	17,3

**Pour Damart, l'indicateur est un calcul au prorata des ventes faites par les canaux web, magasin, catalogue (courrier et téléphone), en France, Belgique et UK. Pour 3Pagen, l'indicateur communiqué concerne les clientes catalogue et web.*

L'objectif Damart est d'atteindre un NPS de 38 pour l'exercice 2020-2021.

Développements à venir :

Pour Damart, l'analyse met en avant des moyens de progression à court et moyen terme :

- Court terme :
 - Exceller au niveau des délais de livraison et de l'accueil en magasin et au téléphone.
 - Faciliter le retour des articles en UK
- Moyen terme :
 - Optimiser la coupe ou mieux le communiquer, mettre en place une étude taillant en UK
 - Travailler le style
 - Optimiser le rapport qualité/prix (France, Belgique)

Pour 3Pagen, il s'agit avant tout d'améliorer les délais de livraison : augmenter les commandes aux fournisseurs pour améliorer la disponibilité des produits, améliorer l'outil de suivi de commande pour les clients web en particulier. En effet, chez les clients internet, nous avons remarqué une insatisfaction accrue sur les délais de livraison. En réaction, les règles internes ont été modifiées afin de livrer les commandes passées par internet au plus tard au bout de cinq jours, en annulant si nécessaire les articles manquants de ces commandes au lieu d'attendre que ceux-ci soient réapprovisionnés. Ainsi, nous pensons améliorer substantiellement la valeur du NPS pour les clients internet.

Analyser les taux de retours

À chaque saison une équipe pluridisciplinaire analyse les taux de retours clients les plus élevés (commandes renvoyées par les clients) et mène les plans d'actions nécessaires avec les fournisseurs concernés.

Taux de retour 2018-2019

3Pagen	Damart*
7%	8,9%

** Périmètre textile et chaussures ; inclut produits vendus par correspondance et en magasin*

L'analyse d'une partie des taux de retours des produits Damart a permis aux équipes d'affiner les critères d'exigences vis-à-vis des fournisseurs. Le premier motif de retour est lié au bien-aller du produit (*fit*). En Belgique, cependant, on note un taux de retour majoritairement lié aux services.

Le taux de commande parfaite (Damart France)

L'indicateur de commande parfaite est destiné à mesurer la performance du processus d'exécution des commandes clients. Il s'agit d'une combinaison entre le taux de service de la relation client, le taux de service de la logistique et le taux de disponibilité des produits.

Taux de commande parfaite

2017-2018	2018-2019
68,8%	57,7%

** Périmètre textile et chaussures ; inclut produits vendus par correspondance et en magasin*





FONDATION ON SENIORS' SIDE



Depuis toujours, un lien émotionnel, complice, authentique et durable lie toutes les enseignes du Groupe à ses clients. Les seniors sont notre raison d'être. C'est pour eux que nous nous levons chaque matin. Ce sont eux qui nous inspirent et guident notre action au quotidien.

Être *On Seniors' Side* c'est aussi s'engager au-delà du business pour le bien-être des seniors. C'est sur cet engagement que nous avons décidé de créer notre fondation d'entreprise : On Seniors' Side Foundation.

Nous avons souhaité que cette fondation soit cocrée par les collaborateurs de toutes les filiales. C'est ainsi qu'en décembre un groupe de travail de vingt collaborateurs représentant l'ensemble des filiales s'est mis en place. Ensemble, ils ont défini la mission : « Changer le regard de la société sur les seniors et agir pour leur bien-être », autour de trois axes identifiés :

- Encourager l'activité des seniors pour améliorer leur bien-être
- Aider les seniors à s'investir dans la société et encourager le lien intergénérationnel
- Favoriser le maintien en bonne santé à domicile et accompagner les aidants.

Nous avons décidé que tous les projets financés par la fondation seraient parrainés par un collaborateur du Groupe, afin de leur offrir l'opportunité de s'investir au profit des seniors et d'entretenir la bienveillance, le respect, l'empathie et la passion qui constituent le socle des valeurs de nos marques. La fondation est administrée par un conseil d'administration composé de neuf membres : cinq représentants des fondateurs et quatre personnalités qualifiées externe au Groupe, ayant une expertise dans le secteur des seniors ou des actions caritatives.

22 projets parrainés par la fondation

La création de la fondation a été publiée au JO en mars 2019, le premier conseil d'administration s'est tenu en avril 2019. Depuis ce jour, la fondation a participé au financement et à l'accompagnement de 22 projets, tous parainés par un collaborateur du Groupe :

- 9 en lien avec l'activité des seniors
- 5 favorisant le lien intergénérationnel
- 8 en lien avec le maintien à domicile

Les trois types de contribution de la fondation sont : l'aide à l'achat d'équipements pour 9 projets, l'accompagnement et la formation pour 8 projets, et l'animation pour 5 projets. Le montant attribué aux associations au 9 juillet 2019 s'élève à 80 698€.

Notre fondation On seniors'Side est vecteur de sens. Elle génère une vraie fierté d'appartenir à un Groupe engagé et responsable.



NOTE MÉTHODOLOGIQUE

Contexte

Les informations sociales, environnementales et sociétales présentées dans le présent rapport ont été établies au titre de l'exercice clos le 30 juin 2019 conformément aux articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de commerce.

Un référentiel de reporting a été mis en place en 2018 afin d'apporter une définition claire et non équivoque des indicateurs reportés. Ces indicateurs sont majoritairement renseignés pour le périmètre Damart et 3 Pagen couvrant 70% des activités du Groupe. Toutefois, lorsque la qualité de la donnée n'a pu être assurée, une analyse sur un périmètre plus restreint a été privilégiée.

Les marques suivantes du Groupe Damartex sont exclues du périmètre (sauf mention contraire dans le rapport) : Afibel, Jours Heureux, Coopers of Stortford, Xandres, La Maison du Jersey, Delaby, Vitrine Magique et Sédagyl.

Précisions méthodologiques

Compte tenu de la nature des activités du Groupe, nous considérons que les thèmes suivants ne constituent pas des risques RSE principaux et ne justifient pas un développement dans le présent rapport de gestion : la lutte contre le gaspillage alimentaire, les accords collectifs et leurs impacts. Par ailleurs, compte tenu de la publication tardive de la loi sur la lutte contre les fraudes du 23 octobre 2018 et de la loi sur l'alimentation durable du 30 octobre 2018, nous n'avons pas été en mesure d'intégrer les thèmes suivants à notre analyse de risques RSE et/ou de traiter ces sujets : la lutte contre l'évasion fiscale et la lutte contre la précarité alimentaire et l'alimentation responsable, équitable et durable.

Ces thèmes, s'ils constituent des risques principaux, seront traités lors du prochain exercice.

Change for our Planet

Taux de références reconduites : une référence reconduite est un produit de la collection 2018-2019 qui était déjà proposé dans la collection 2017-2018, éventuellement avec un nouveau colori. Périmètre : Damart.

Consommation d'énergie : quantité d'énergie achetée aux fournisseurs pour la consommation des sites du Groupe (sièges, entrepôts logistiques, magasins, usine en Tunisie) sur la période 2018-2019. Les magasins en France ne reportent que leur consommation d'électricité.

Les émissions de gaz à effet de serre calculées sont les suivantes :

- Émissions de gaz à effet de serre liées aux consommations énergétiques des bâtiments Groupe (scope 1 et 2)
- Émissions de gaz à effet de serre liées au transport interne (scope 1) : transport entre les sites du Groupe, à la charge du Groupe.
- Émissions liées au transport amont à la charge de Damart, à l'exclusion d'un prestataire n'ayant pas transmis ces données, soit 58% des pièces transportées par route dont la réception est à charge Damart (scope 3).

Taux du transport effectué par type de moyen de transport (en amont) : il s'agit de la répartition du nombre de pièces réceptionnées par mode de transport (fournisseurs vers Damart), sur l'exercice 2018-2019. Périmètre : Damart et SilverEdge.

Déchets : quantité en tonnes de déchets produits sur les trois sites de Damart en France (hors magasin).

Change for more ethics

Taux de renouvellement des fournisseurs : indique le pourcentage de nouveaux fournisseurs chaque année. Cela donne une indication sur la durabilité des relations avec les fournisseurs.

Part des fournisseurs ayant signé la charte : pourcentage de fournisseurs qui ont signé la charte des achats responsables, par rapport au nombre total de fournisseurs actifs.

Part des produits fabriqués dans des usines auditées : correspond au volume d'achat de produits provenant d'usines ayant un audit ICS valide (moins de deux ans), par rapport au volume d'achat total.

Précisions : les audits sociaux considérés sont ceux réalisés selon le référentiel ICS. À ce jour les sites de stockage ne sont pas inclus dans le périmètre des usines à auditer. L'Initiative for Compliance and Sustainability (ICS) est une initiative multisectorielle qui a comme objet l'amélioration des conditions de travail des travailleurs des chaînes d'approvisionnement mondiales.

Taux de conformité moyenne : moyenne des notes obtenues aux audits ICS pour les usines avec lesquelles le Groupe travaille, calculé par marque.

Change for more solidarity between generations

Le taux de retour des clients correspond au nombre d'articles retournés/ la quantité vendue

Le test « Ok matière » : taux des « OK matière » sur les new références/ new coloris de reconduits, correspondant aux contrôles, suivant le cahier des charges matière. Les tests sont faits à la source par les fournisseurs et compris dans les prix d'achat, sur les commandes textiles pour les trois entités Damart.

Le Net Promoter Score : il s'agit du taux de satisfaction de la clientèle. Nos prestataires analysent et restituent les résultats de l'enquête effectuée auprès des clients.

Produits éligibles « Star » : Toutes les références chaussures Damart sont vérifiées selon une check-list de contrôle pour calculer le nombre d'ingrédients (ou bénéfiques clients) garantis sur le produit. Un produit « Star » a les 7 ingrédients. Produits exclus (non éligibles mais répondant à un besoin marché) : toile , talon bobine.

Taux de turnover : rapport du nombre cumulé de départs de salariés en CDI sur l'effectif moyen CDI.

Taux d'accès à la formation : rapport du nombre de salariés ayant suivi au moins une formation pendant la période, sur l'effectif moyen.

Incidence des accidents du travail : rapport du nombre d'accidents du travail ayant entraîné un arrêt de travail sur l'effectif moyen.

Index égalité H/F : mesure sur 100 points de l'égalité salariale entre hommes et femmes dont la méthodologie est définie par le gouvernement français. Périmètre : Damart.

Taux de satisfaction des salariés : mesure du bien-être au travail réalisée de manière confidentielle auprès de l'ensemble des collaborateurs du Groupe en 2017.



damartex
GROUP

Damartex

Exercice clos le 30 juin 2019

**Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la déclaration consolidée
de performance extra-financière figurant dans le rapport de gestion**



EY & Associés
Tour First
TSA 14444
92037 Paris - La Défense cedex

Tél. : +33 (0) 1 46 93 60 00
www.ey.com/fr

Damartex

Exercice clos le 30 juin 2019

Rapport de l'organisme tiers indépendant sur la déclaration consolidée de performance extra-financière figurant dans le rapport de gestion

À l'Assemblée Générale,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant, accrédité par le COFRAC sous le numéro 3-1681 (portée d'accréditation disponible sur le site www.cofrac.fr) et membre du réseau de l'un des commissaires aux comptes de votre société (ci-après « entité »), nous vous présentons notre rapport sur la déclaration consolidée de performance extra-financière relative à l'exercice clos le 30 juin 2019 (ci-après la « Déclaration »), présentée dans le rapport de gestion en application des dispositions légales et réglementaires des articles L. 225-102-1, R. 225-105 et R. 225-105-1 du Code de commerce.

Responsabilité de l'entité

Il appartient au conseil d'administration d'établir une Déclaration conforme aux dispositions légales et réglementaires, incluant une présentation du modèle d'affaires, une description des principaux risques extra-financiers, une présentation des politiques appliquées au regard de ces risques ainsi que les résultats de ces politiques, incluant des indicateurs clés de performance.

La Déclaration a été établie en appliquant les procédures de l'entité (ci-après le « Référentiel ») dont les éléments significatifs sont présentés dans la Déclaration et disponibles sur demande au siège de l'entité.

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 du Code de commerce et le Code de déontologie de la profession. 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 règles déontologiques, de la doctrine professionnelle et des textes légaux et réglementaires applicables.



Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

Il nous appartient, sur la base de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur :

- la conformité de la Déclaration aux dispositions prévues à l'article R. 225-105 du Code de commerce ;
- la sincérité des informations fournies en application du 3^o du I et du II de l'article R. 225-105 du Code de commerce, à savoir les résultats des politiques, incluant des indicateurs clés de performance, et les actions, relatifs aux principaux risques, ci-après les « Informations ».

Il ne nous appartient pas en revanche de nous prononcer sur :

- le respect par l'entité des autres dispositions légales et réglementaires applicables, notamment en matière de lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ;
- la conformité des produits et services aux réglementations applicables.

Nature et étendue des travaux

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions des articles A. 225-1 et suivants du Code de commerce déterminant les modalités dans lesquelles l'organisme tiers indépendant conduit sa mission et selon la doctrine professionnelle ainsi qu'à la norme internationale ISAE 3000 - Assurance engagements other than audits or reviews of historical financial information.

Nous avons mené des travaux nous permettant d'apprécier la conformité de la Déclaration aux dispositions réglementaires et la sincérité des Informations :

- nous avons pris connaissance de l'activité de l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation, de l'exposé des principaux risques sociaux et environnementaux liés à cette activité, et, le cas échéant, de ses effets quant au respect des droits de l'homme et à la lutte contre la corruption et l'évasion fiscale ainsi que des politiques qui en découlent et de leurs résultats ;
- nous avons apprécié le caractère approprié du Référentiel au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible, en prenant en considération, le cas échéant, les bonnes pratiques du secteur ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre chaque catégorie d'information prévue au III de l'article L. 225-102-1 en matière sociale et environnementale ;
- nous avons vérifié que la Déclaration comprend une explication des raisons justifiant l'absence des informations requises par le 2^{ème} alinéa du III de l'article L. 225-102-1 ;
- nous avons vérifié que la Déclaration présente le modèle d'affaires et les principaux risques liés à l'activité de l'ensemble des entités incluses dans le périmètre de consolidation, y compris, lorsque cela s'avère pertinent et proportionné, les risques créés par ses relations d'affaires, ses produits ou ses services ainsi que les politiques, les actions et les résultats, incluant des indicateurs clés de performance ;

- nous avons vérifié, lorsqu'elles sont pertinentes au regard des principaux risques ou des politiques présentés, que la Déclaration présente les informations prévues au II de l'article R. 225-105 ;
- nous avons apprécié le processus de sélection et de validation des principaux risques ;
- nous nous sommes enquis de l'existence de procédures de contrôle interne et de gestion des risques mises en place par l'entité ;
- nous avons apprécié la cohérence des résultats et des indicateurs clés de performance retenus au regard des principaux risques et politiques présentés ;
- nous avons vérifié que la Déclaration comprend une explication claire et motivée des raisons justifiant l'absence de politique concernant un ou plusieurs de ces risques ;
- nous avons vérifié que la Déclaration couvre le périmètre consolidé, à savoir l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation conformément à l'article L. 233-16 avec les limites précisées dans la Déclaration ;
- nous avons apprécié le processus de collecte mis en place par l'entité visant à l'exhaustivité et à la sincérité des Informations ;
- nous avons mis en œuvre pour les indicateurs clés de performance et les autres résultats quantitatifs que nous avons considérés les plus importants présentés en Annexe 1 :
 - des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - des tests de détail sur la base de sondages, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés auprès d'une sélection d'entités contributrices listées ci-après : Damart France et DSB, qui couvrent 43 % des consommations d'énergie et 46 % des effectifs, considérées comme grandeurs caractéristiques des volets sociaux et environnementaux ;
- nous avons consulté les sources documentaires et mené des entretiens pour corroborer les informations qualitatives (actions et résultats) que nous avons considérées les plus importantes présentées en Annexe 1 ;
- nous avons apprécié la cohérence d'ensemble de la Déclaration par rapport à notre connaissance de l'ensemble des entreprises incluses dans le périmètre de consolidation.

Nous estimons que les travaux que nous avons menés en exerçant notre jugement professionnel nous permettent de formuler une conclusion d'assurance modérée ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de cinq personnes et se sont déroulés entre mars et septembre 2019 sur une durée totale d'intervention d'environ quatre semaines.

Nous avons mené une dizaine d'entretiens avec les personnes responsables de la préparation de la Déclaration, représentant notamment les directions générale, RSE, sourcing et qualité, ressources humaines, environnement, santé-sécurité, marketing, audit interne.

Conclusion

Sur la base de nos travaux, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause le fait que la déclaration de performance extra-financière est conforme aux dispositions réglementaires applicables et que les Informations, prises dans leur ensemble, sont présentées, de manière sincère, conformément au Référentiel.

Commentaires

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus et conformément aux dispositions de l'article A. 225-3 du Code de commerce, nous formulons les commentaires suivants :

- le périmètre de la Déclaration de performance extra-financière couvre 70 % du chiffre d'affaires de la société ;
- les politiques et les indicateurs de performance associés aux risques intitulés « achats responsables », « qualité des produits, santé et sécurité des usagers », « durabilité des produits et emballages » et « logistique et transport des marchandises » ne sont pas pleinement déployés au sein de l'entité 3Pagen qui représente 13 % du chiffre d'affaires de la société.

Paris-La Défense, le 10 octobre 2019

L'Organisme Tiers Indépendant
EY & Associés



Eric Mugnier
Associé développement durable



Jean-François Bélorgey
Associé

Annexe 1 : informations considérées comme les plus importantes

Informations sociales	
<i>Informations quantitatives (incluant les indicateurs clés de performance)</i>	<i>Informations qualitatives (actions ou résultats)</i>
Taux de turnover (%) Taux d'absentéisme (%) Taux d'accès à la formation (%) Incidence des accidents de travail (%) Taux de satisfaction des salariés (%)	Actions liées à la marque employeur, à la rétention des talents et à la formation Challenge Good Ideas Actions en faveur de la qualité de vie au travail Actions en faveur de l'employabilité des seniors, l'égalité des genres et l'intégration des personnes en situation de handicap
Informations environnementales	
<i>Informations quantitatives (incluant les indicateurs clés de performance)</i>	<i>Informations qualitatives (actions ou résultats)</i>
Part des références Damart reconduites (%) Consommations énergétiques (MWh) Emissions de gaz à effet de serre des sites, du transport interne et du transport amont à la charge de Damart (t CO ₂ e)	Actions de réduction des emballages Actions d'optimisation logistique et de réduction des émissions de gaz à effet de serre
Informations sociétales	
<i>Informations quantitatives (incluant les indicateurs clés de performance)</i>	<i>Informations qualitatives (actions ou résultats)</i>
Taux de références ayant reçu un « OK matière » (%) Taux de produits éligibles qualifiés de « STAR » (%) Net Promoter Score (NPS) Taux de retour (%) Part des fournisseurs ayant signé la charte Achats Responsables (%) Part des produits approvisionnés auprès d'usines auditées (%) et taux de conformité moyen des usines (%)	Innovations technologiques et morphologiques Exigences qualité textile et chaussures et tests de niveau de qualité acceptable Processus de garantie sanitaire des produits Observatoire des seniors et customer lounge Analyse de la satisfaction client Damartex way et charte Achats Responsables Actions de marketing responsable et de gestion des données privées