

RAPPORT DE MISSION JULES 2024



PRÉFACE

En 2024, Jules a confirmé son retournement en retrouvant des standards de performance commerciale et de rentabilité alignés sur le marché. Notre ambition est de transformer notre modèle pour permettre au plus grand nombre de clients d'avoir accès sans culpabilité à une mode moins carbonée avec des prix toujours accessibles. Nous nous appuyons pour cela sur nos objectifs T.R.U.S.T, avec en premier lieu la volonté de réinventer l'industrie et la distribution de la mode, à notre échelle.

Ce retournement s'est appuyé sur une transformation de notre parc magasin : moins de points de vente, mais plus grands et plus performants, nous permettant ainsi d'optimiser notre empreinte, de la livraison aux bâtiments. Ces nouveaux écrins et un écosystème digital redynamisé ont permis de valoriser des collections modernisées et élargies, pour faire de Jules la destination de référence de l'univers masculin. Pour répondre aux attentes de clients plus nombreux, nous avons baissé nos prix, sans faire de concessions sur la qualité et la durabilité de nos produits. L'offre des Parfaits By Jules, garantis 4 ans, incarnent cette promesse.

La décarbonation reste au cœur de notre transformation, qui s'est opérée tout en atteignant nos objectifs de réduction d'impact. Convaincus que chaque part de marché prise à une acteur plus carboné accélère la décarbonation du marché, nous poursuivons nos efforts pour réduire notre empreinte.

Notre principal défi réside dans la transformation de notre modèle « retail » historique. Basé aujourd'hui sur une offre de produits déterminés en avance, il doit transitionner vers un modèle basé sur la demande, c'est-à-dire sur la détection et la réponse rapide aux besoins et aux envies de nos clients, notamment afin de réduire les volumes excédentaires. Pour cela, nous nous appuyons sur un réseau de production maillant l'Asie, la zone pan-euroméditerranéenne et la France.

Au-delà de l'origine, nous sommes convaincus que le véritable progrès vers la circularité repose sur le développement de filières circulaires qualitatives. C'est pour cela qu'en parallèle du lancement de notre sites de seconde main en 2024, nous collaborons étroitement avec des acteurs du recyclage. L'objectif est de tester l'augmentation de l'intégration de matières recyclées issues de vêtements usagés dans nos produits, pour atteindre d'ici 5 ans une production industrielle de produits plus circulaires.

En 2025, la phase de consolidation va nous permettre de solidifier notre proposition de valeur et de construire un modèle d'avenir toujours plus vertueux et décarboné. Cette transformation s'appuie sur nos équipes, avec la volonté de construire un projet humain qui donne du sens et partage les fruits de la performance, faisant de Jules une entreprise de référence, ouverte sur le monde et ses écosystèmes.

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

T

R

U

S

T



Transformer
l'industrie de la
mode à notre
échelle

Réconcilier les
hommes aux
vêtements

S'unir avec les
acteurs locaux

Sauvegarder les
ressources

Transmettre les
savoirs et le
savoir-faire

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. Taux d'achats vertueux moyen (produits « In Progress, seconde main, services de réparation, et pré-commandes) => Changement et simplification en 2024 : %CA 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.

RAPPORT DE MISSION JULES | 2024

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 EN SOCIÉTÉ EN INSCRIVANT DANS LEURS STATUTS DES AMBITIONS SOCIALES ET ENVIRONNEMENTALES.

POUR DEVENIR ENTREPRISE À MISSION, IL FAUT :

- Se doter d'une **raison d'être** et l'inscrire dans ses statuts,
- Définir précisément des **objectifs sociaux et environnementaux** en accord avec 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.

2067

sociétés à mission
référencées 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 - 28.04.2025)

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

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. »

Isabelle INGELAERE

Directrice réseau | Jules



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

Marie WEXSTEEN

Responsable Approvisionnement magasin | Jules



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

Olivier DUCATILLON

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



« 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 | Membre de l'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. »

LETTER DU COMITÉ DE MISSION

Le mot du comité de mission sur Jules, Entreprise à Mission

L'année 2024 a marqué une étape décisive pour Jules. Après une période de transformation soutenue et dans un contexte de marque en plein retournement, Jules a su retrouver la voie de la rentabilité économique tout en poursuivant ses engagements sociaux et environnementaux.

Le comité de mission salue particulièrement le fait d'avoir su allier économie et écologie, puisque Jules a réussi ce retour à la rentabilité tout en réduisant ses émissions de CO₂ de -11.5% par pièce vendue par rapport à 2022, son année de référence pour la décarbonation de ses activités. Ce résultat n'aurait pu être possible sans l'intégration accrue de fibres à moindre impact dans les collections, qui a atteint 50% sur l'année 2024.

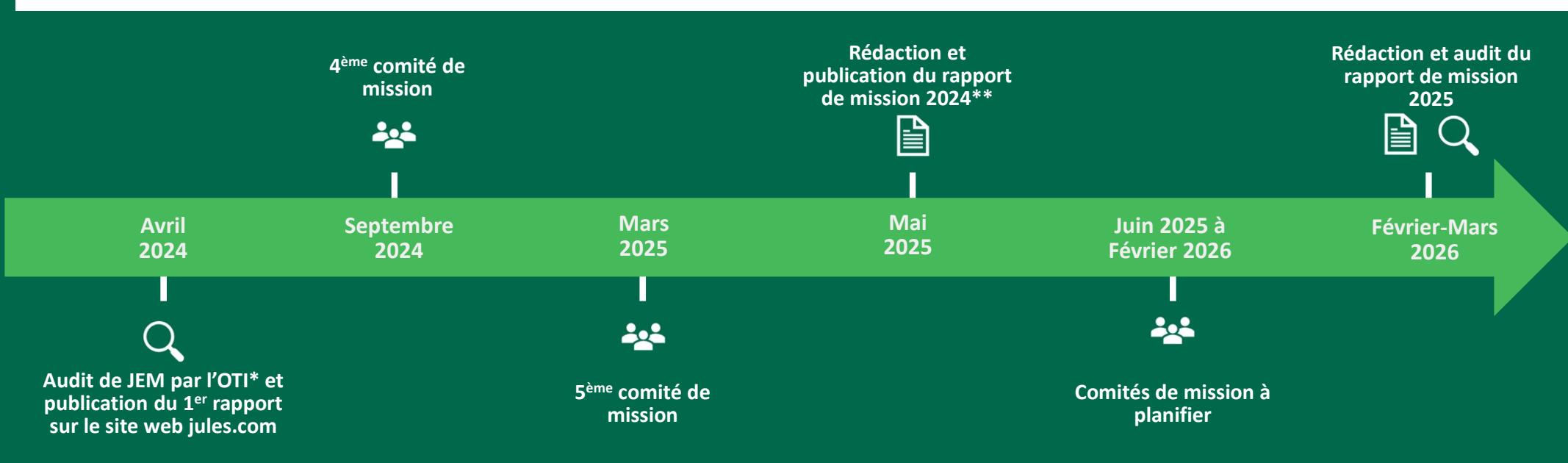
La démarche de Jules repose encore cette année sur une feuille de route opérationnelle précise, qui embarque l'ensemble des parties prenantes de l'entreprise, sur toute la chaîne de valeur. Chaque plan d'action est piloté avec transparence et cohérence, et sa réussite mesurée par des indicateurs clairement définis.

Le dialogue entre Jules et le comité de mission est basé sur la confiance et la transparence, ce qui permet au comité de mission de remplir pleinement son rôle : challenger les décisions prises dans le cadre de JEM en questionnant, conseillant et aidant à prioriser les actions pour que Jules reste fidèle à sa mission. Le comité de mission de Jules réuni une grande diversité de profils, enrichie par la présence d'invités à chaque comité de mission, ce qui rends les échanges collectifs riches, agréables et constructifs.

En 2024 a débuté un travail sur la nouvelle plateforme de marque, concrétisé en 2025 et visant à renforcer la relation avec nos clients autour de valeurs partagées et en positionnant Jules comme le « *sparring partner* » de l'allure des hommes. L'année 2025 doit faire émerger un alignement entre le projet stratégique, la nouvelle plateforme de marque, l'ambition humaine et la raison d'être de Jules.

D'ici 2030, un chemin ambitieux est tracé. Alors que Jules entre dans une nouvelle période de consolidation, le défi va être de rester fidèle à sa mission tout en évoluant dans un cadre réglementaire RSE de plus en plus exigeant. Le comité de mission est confiant dans le fait que Jules saura relever ce défi.

LES ACTIONS DU COMITÉ DE MISSION EN 2024/2025



*OTI : Organisme Tier Indépendant

**Pas d'audit cet année. Notre rapport de missions est audité tous les deux ans. Dernier rapport audité en 2023 et prochain rapport audité en 2026.



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

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

TRANSFORMER L'INDUSTRIE DE LA MODE À NOTRE ÉCHELLE

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.

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 2024

9%

Résultat 2024

10%

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 2024

50%

Résultat 2024

50%



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.



Agir pour atteindre nos objectifs

Intégration du calcul du score environnemental de nos produits textiles dans notre process d'éco-conception



Collecter et utiliser des données spécifiques pour calculer l'impact environnemental de nos produits et orienter plus finement les choix de conception.

Avancer sur la R&D autour du recyclage Fibre à Fibre pour sécuriser nos approvisionnements en matières issues du recyclage de vieux vêtements.

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

ZOOM SUR L'ACTION : SCORE ENVIRONNEMENTAL PRODUIT ET ÉCO-CONCEPTION



Ce qui a été fait en 2024

Jules éco-conçoit une partie de ses produits depuis 2022. Les équipes en charge du développement des produits sont formées aux principes de l'éco-conception et accompagnées par l'équipe RSE. La priorité dans nos actions d'éco-conception : pas de compromis sur la durabilité de nos produits.

Dès 2022 nous avons enclenché une démarche d'éco-conception de nos produits, en formant les équipes aux B.A-BA de l'éco-conception et en menant des groupes de travail animés par l'équipe RSE, pour identifier, explorer et appliquer les pistes d'éco-conception de chaque catégorie de produit.

En 2024, nous avons mis à jour cette formation d'éco-conception pour y intégrer le score environnemental textile et en faire un nouveau critère d'éco-conception une fois que la méthodologie serait validée dans la loi française. Toutes les équipes « produits » (Chefs de produits, stylistes, acheteurs, modélistes) ont à nouveau été formées. Du côté de l'équipe RSE, plusieurs outils de calcul de score environnemental et d'éco-conception ont été testés, et nous avons participé aux groupes de travail sur ces sujets : PEF, Affichage Environnemental Français, ESPR, etc.



LE MOT DU COMITÉ

Pour Jules, il est essentiel de mieux communiquer sur ses actions d'amélioration de la durabilité de ses produits. En parallèle, il est crucial de faire preuve de pédagogie pour expliquer à ses clients ce qu'est le score environnemental textile et comment il illustre l'impact des produits Jules, notamment en ce qui concerne leur durabilité physique. Cela permettra de valoriser l'utilisation majoritaire de fibres naturelles par la marque tout en rassurant sur leur impact environnemental.



Les prochaines étapes pour 2025

Calculer et afficher les scores environnementaux de nos produits Parfaits by Jules et de nos produits éco-conçus (méthode Affichage Environnemental Français)

Les acheteurs Jules ont été embarqués et formés à la compréhension et au calcul du score environnemental des produits qu'ils achètent, pour que l'impact environnemental produit devienne un critère de décision à part entière dans les choix de conception produit et le choix des fournisseurs.

Pour diminuer l'impact de nos produits, l'enjeu réside dans la collecte de données spécifiques produits et fournisseurs, pour que nos calculs d'impact soient au plus près de la réalité et que nous puissions donc mettre en place des actions pertinentes et intégrer de façon efficace le critère de diminution d'impact environnemental dans nos choix produits et fournisseurs.

La notion d'impact environnemental textile étant assez nouvelle, nous avons une vraie pédagogie à avoir auprès de nos clients pour faire comprendre cette notion et les aider à choisir les meilleurs produits.

TRANSFORMER L'INDUSTRIE DE LA MODE À NOTRE ÉCHELLE

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

Ambition, objectif et indicateurs

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

Notre objectif est d'augmenter la traçabilité de notre chaîne de valeur. Pour cela, nous travaillons sur l'amélioration du suivi et de la documentation des étapes de production de chacun de nos produits. De la production des matières premières à la distribution, nous souhaitons assurer une production 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 tiers 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 tiers indépendant, selon les trames d'audit ICS* (dont Jules est membre), et de façon semi-annoncée ou non-annoncée.



LE MOT DU COMITE

Jules doit continuer ses actions d'amélioration de la traçabilité et de vérification des performances sociales et environnementales de sa chaîne de valeur. Cette traçabilité est essentielle pour instaurer des actions efficaces de réduction d'impact.



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 2024

50%

Résultat 2024

55%

Agir pour atteindre nos objectifs

Centralisation de tous nos audits sociaux et environnementaux sous une plateforme unique : ICS*

Formalisation de notre politique d'audits sociaux et environnementaux pour nos usines de rang 1 et 2.



Avancement de la traçabilité jusqu'au rang 4 (fibre)

Investigation sur outils de traçabilité et concrétisation de notre outil de lecture et validation de certificats de transaction

*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 Environnemental 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 : FORMALISATION DE LA POLITIQUE D'AUDITS

Ce qui a été fait en 2024

Formalisation et communication de notre politique d'audits

L'année 2023 nous ayant permis d'avoir une bonne visibilité sur qui étaient nos partenaires et quels standards ils suivaient sur les sujets sociaux et environnementaux, nous avons pu en 2024 définir nos exigences sur ces sujets et les formaliser dans notre Politique d'audits, à destination des rangs 1 et 2 de notre chaîne d'approvisionnement.

Toutes nos usines de rang 1 et 2 doivent être auditées socialement et conformes à nos exigences (voir schéma ci-dessous). Les usines utilisant beaucoup d'eau (teinture, délavage, etc.) doivent être auditées environnementalement, et nous demandons à toutes les autres de répondre à la checklist environnementale d'ICS*.

Les prochaines étapes pour 2025

- Structurer et fiabiliser le suivi de la traçabilité de notre chaîne d'approvisionnement : investissement dans un outil spécifique, formation de nos bureaux d'achat et de nos fournisseurs sur la fiabilité de la donnée.
- Se préparer aux évolutions réglementaire sur les sujets de traçabilité et d'audit de la chaîne de valeur : Digital Product Passeport, Corporate Due Diligence Directive, etc.
- Améliorer nos compétences et affiner nos exigences sur les audits environnementaux.
- Capitaliser sur les audits environnementaux pour collecter des informations précises sur la performance environnementale de nos usines et valoriser leurs actions dans le calcul de l'impact environnemental de nos produits.
- Déployer notre outil interne de lecture et validation de certificats de transaction, notre solution de fiabilisation de la traçabilité pour les matières à moindre impact.

Tout au long de l'année : visites et contrôles non-annoncés des équipes Jules en usine et suivi des plans d'amélioration



*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/>



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

Jules, le sparring partner de l'allure des hommes ! Nos vêtements permettent à tous les hommes de s'habiller avec plaisir et sans culpabilité, pour se sentir beau au quotidien. #etenplusvousêtesbeau !

RÉCONCILIER TOUS LES HOMMES AUX VÊTEMENTS

OBJECTIF #3 : FAVORISER L'ENGAGEMENT RESPONSABLE DES CLIENTS



Ambition, objectif et indicateurs

Nous sommes le *sparring partner* 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-créant 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 (qui vient remplacer notre précédent indicateur « taux d'achats vertueux moyen parmi nos clients »). Ce chiffre d'affaires durable vient valoriser tous les actes d'achat de nos clients impliquant un produit ou un service « durable » comme les produits éco-conçus, les opérations de réparations, etc.

Mesurer les résultats

Indicateur

%CA Durable

Définition :

Part de chiffre d'affaires faite grâce à la vente de produits et services plus durables, sur la part de chiffre d'affaires global de Jules.

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

Objectif 2024

New KPI

Résultat 2024

34%

*CtoC : Customer to Customer. Cela indique que les clients revendent leurs produits directement à d'autres clients, en passant par la plateforme Jules



LE MOT DU COMITE

Pour accélérer et augmenter la part de CA de la seconde main, il est crucial d'offrir la possibilité aux clients Jules de constituer des paniers mixtes incluant des articles de première et de seconde main, accompagnés d'outils permettant de suivre et d'analyser la répartition des ventes entre ces deux catégories.



Agir pour atteindre nos objectifs

Revue de l'indicateur à suivre pour évaluer l'engagement responsable de nos clients. Choix du CA durable, plus simple à comprendre et nous permettant de mettre en place des actions concrètes pour favoriser l'engagement responsable des clients Jules.

Lancement de la seconde main Jules, en CtoC* sur notre site web, en juin 2024

Lancement de la réparation en juin 2024 dans 100% de nos magasins en France, via un prestataire de service.

Lancement d'un pilote dans 140 magasins en France et en Belgique pour augmenter la collecte des vêtements usagés de nos clients.



ZOOM SUR L'ACTION : LANCEMENT DE LA 2^{nde} MAIN JULES ET DE LA RÉPARATION



Ce qui a été fait en 2024

Concrétisation des chantiers 2^{nde} vie

Notre rôle en tant qu'acteur de la mode engagée est de proposer à nos clients et de mettre en valeur les solutions de « seconde vie » qui permettent d'allonger la durée de vie des vêtements. Nous avons lancé en juin 2024 notre site de 2^{nde} main Jules, accessible depuis notre site www.jules.com, et 100% de nos magasins en France proposent la réparation.

Nous avons choisi d'aborder la 2^{nde} main en « CtoC », c'est-à-dire que nous sommes une plateforme de mise en relation entre les clients souhaitant revendre leurs produits Jules et les clients cherchant des produits Jules de 2^{nde} main. Nos clients récupèrent les photos et descriptifs des produits qu'ils souhaitent vendre (grâce à la référence), ce qui rend les offres de revente plus qualitatives. Une photo du produit dans son état actuel est aussi demandée et nécessaire pour que les potentiels acheteurs puissent avoir une bonne visualisation de l'état du vêtement. Entre juin et décembre 2024, plus de 3 700 articles ont été publiés sur notre site de seconde main, et presque 2 000 commandes ont été passées !

Nous avons choisi de proposer la réparation à nos clients via notre prestataire de retouches, ce qui nous a permis de proposer ce service dans 100% de nos magasins en France. En 2024, c'est 266 réparations qui ont été effectuées, accompagnées par nos équipes dans 112 magasins !

Les prochaines étapes pour 2025

- En 2025, notre enjeu principal est de renforcer et de développer la communication autour de ces produits et services plus durables auprès de nos clients : maintenant que ces services sont disponibles, nous devons mieux le faire savoir. C'est pour cela que nous sommes en réflexion sur la refonte de notre site web et l'enrichissement de nos fiches produit.
- Nous souhaitons renforcer la formation de nos équipes en magasins, pour accompagner au mieux nos clients sur ces sujets de nouvelle vie.
- Nous engageons la réflexion sur le futur de la 2^{nde} main : intégration d'autres marques ? Panier mix entre 1^{ère} main et 2^{nde} main sur notre site web ?
- Nous revoyons notre organisation en 2025 en créant un poste dédié notamment à l'animation des projets circulaires pour propulser nos initiatives, incluant la collecte des vêtements qui ne sont plus portés par nos clients.





NOTRE ENGAGEMENT EN 6 OBJECTIFS

S'UNIR AVEC LES ACTEURS LOCAUX

VISER L'UNIVERSEL À PARTIR DU LOCAL

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

S'UNIR AVEC LES ACTEURS LOCAUX

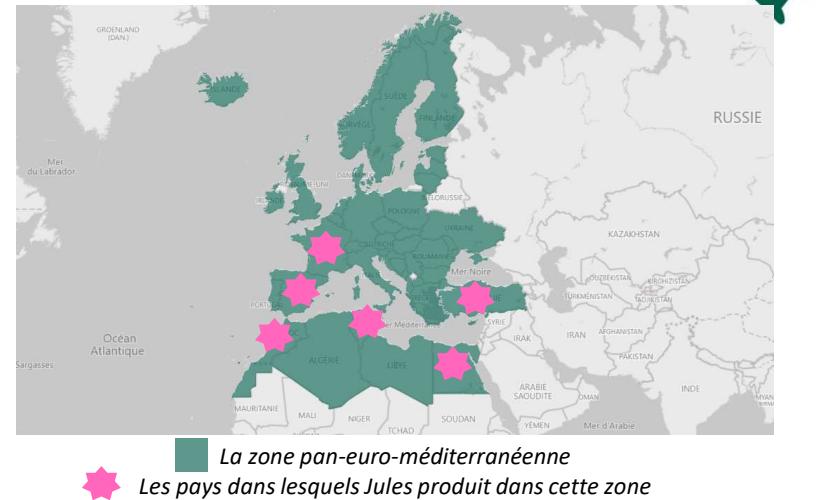
OBJECTIF #4 : RELOCALISER LA PRODUCTION EN ZONE PAN-EUROMEDITERRANÉENNE

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/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 2024
13%

Résultat 2024
13,5%

Agir pour atteindre nos objectifs

Organisation d'ateliers de travail pour fiabiliser le proche import.



Reprise du management opérationnel de notre bureau d'achat en Turquie et ouverture d'un nouveau partenaire en Tunisie.

Production d'une petite partie de nos jeans en France (avec le Denim Center)

Développement de l'offre « Made in France » via des collaborations avec d'autres marques (ex : Le Slip Français).

ZOOM SUR L'ACTION : ORGANISATION D'ATELIERS POUR FIABILISER LE PROCHE-IMPORT



Ce qui a été fait en 2024

Travailler ensemble pour fiabiliser les approvisionnements en zone Paneuromed

Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne est un **enjeu environnemental et de réactivité**. Pour produire au plus juste des besoins de nos clients, la production plus proche est l'une des solutions, mais que nous devons fiabiliser pour réellement bénéficier de cette réactivité.

En septembre 2024 nous avons organisé une « Nearshoring Fair » avec tous nos fournisseurs de la zone Paneuromed, avec notamment comme objectif de trouver des solutions pour réduire les temps d'approvisionnement.

En parallèle, les responsables produits, style et achat ont travaillé de concert pour écrire une timeline et un process de création et d'achat court-terme, notamment via la réservation de matière et de capacité de production en amont de la saison d'achat.

Les prochaines étapes pour 2025

- Implémentation des nouvelles timelines et des nouveaux process d'achat court-terme et utiliser la créativité de nos fournisseurs pour faire plus de co-développement et de picking dans leurs collections.
- Mise en place d'une nouvelle organisation achat et d'un nouveau process créatif pour améliorer la réactivité.
- Continuer notre collaboration avec le Denim Center vers un produit made in France de qualité, aider par une stratégie de robotisation d'ici 2 ans pour pérenniser l'usines.
- Notre stratégie autour des collaborations et des licences doit nous permettre d'engager nos clients dans une consommation plus responsable, comme par exemple la collaboration avec Le Slip Français en mars 2025

⇒ L'année 2025 est une année de consolidation de notre parc fournisseur en zone Paneuromed et de test pour nos nouveaux process d'achat et de création. Le proche import doit nous permettre d'être plus agile et réactif pour répondre à la demande de nos clients au plus proche de celle-ci pour maîtriser de plus en plus finement les volumes mis en marché.



LE MOT DU COMITE

Malgré les obstacles tels que les coûts plus élevés et des savoir-faire différents du grand import, Jules doit intensifier ses efforts pour développer un réseau de fournisseurs de proche import fiable, afin de mieux anticiper les impacts climatiques potentiels sur le grand import et de renforcer sa réactivité pour répondre au plus proche aux besoins de ses clients.





NOTRE ENGAGEMENT EN 6 OBJECTIFS

S AUVEGARDER NOS RESSOURCES

NOUS CHERCHONS TOUS LES JOURS À INVENTER LA MODE DE DEMAIN

Nous créons les conditions nécessaires à une conception plus responsable et circulaire du vêtement. Cela suppose de savoir faire mieux avec moins pour offrir à nos clients uniquement ce dont ils ont besoin.

SAUVEGARDER NOS RESSOURCES

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

Ambition, objectif et indicateurs

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

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

Nous mesurons nos résultats via 2 indicateurs. L'intensité carbone de nos activités sur les scopes 1, 2 et 3 nous permet de mettre en place des actions respectant notre trajectoire carbone, pour limiter à notre échelle la hausse des températures à 1,5°C. Notre année de référence est 2022 : 10,9 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

Intensité carbone Scope 1, 2 et 3 (kg eqCO₂)

Définition : 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 2024

9,2
kg eq CO₂ /
pdt vendu

Résultats 2024

9,2
kg eq CO₂ /
pdt vendu

=> Soit -12% d'émissions de CO₂eq / 2022

Indicateur 2

Taux d'usines conformes au cahier des charges ZDHC

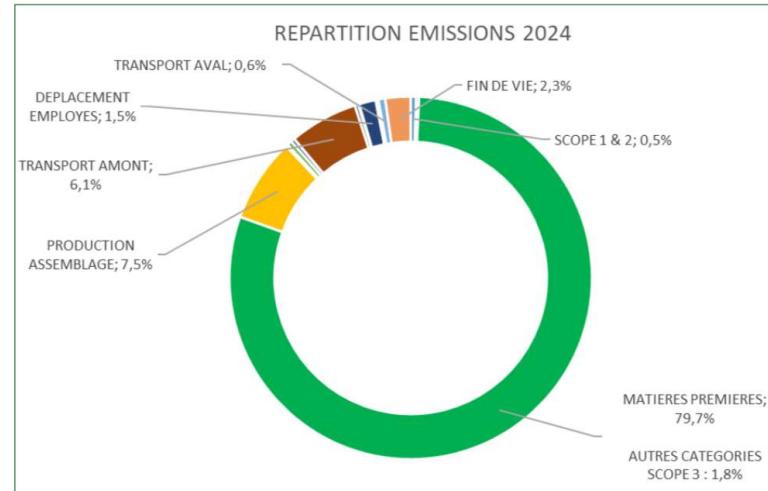
Définition : Ratio entre le nombre d'usines de rang 2 de conformes au cahier des charges ZDHC, par rapport au nombre total d'usines de teinture, impression et délavage.

Objectif 2024

10%

Résultat 2024

47%



Agir pour atteindre nos objectifs

Dépôt de notre trajectoire SBTi en septembre 2024, et validation de notre trajectoire de décarbonation par SBTi en mars 2025.

Accélération sur la collecte des rapports ZDHC et sensibilisation des fournisseurs de rang 2 (teinture, délavage, impression) au cahier des charges ZDHC MRSI et mise à jour de notre cahier des charges toxicologique

Initiation de la collecte de données spécifiques sur les facteurs d'émissions matières et les mix énergétiques de nos usines de rang 1

Réduction de l'utilisation du plastique dans nos emballages : mise en place des « colis assortis » sans polybags individuels et étude sur polybags compostables et polybags en papier

ZOOM SUR L'ACTION : INITIER LA COLLECTE DE DONNÉES SPÉCIFIQUES



Ce qui a été fait en 2024

Réaliser notre bilan CO₂ tous les ans avec des données de plus en plus précises

Pour réaliser nos bilans CO₂ 2022 et 2023, nous avons utilisé des données de marché et fait des hypothèses sur certains sujets pour lesquels nous n'avions pas d'information précise. Par exemple, nous utilisions les données d'impact environnemental du mix énergétique de nos pays de production pour définir l'impact de l'étape « confection ». Cette année, nous avons collecté les données des **mix énergétiques de 8 de nos usines** fonctionnant en partie grâce à des **énergies renouvelables**, pour les valoriser dans notre bilan CO₂ 2024. L'utilisation de données spécifiques nous permet d'être plus précis dans l'évaluation de nos émissions de CO₂ et donc d'être plus efficace dans l'activation de leviers de décarbonation, par exemple en augmentant le courant d'affaire avec des fournisseurs investissant eux-mêmes dans la décarbonation de leurs activités.

Les prochaines étapes pour 2025

- Il est primordial d'accélérer sur la collecte de données précises : détail des mix énergétiques de nos usines de rang 1, poids précis de chaque produit mais également sur d'autres sujets, comme la façon de nos collaborateurs se déplacent entre leur lieu d'habitation et leur lieu de travail. C'est grâce à ces données spécifiques que nous pourrons mettre en place des actions de décarbonation probantes.
- Communication d'objectifs d'utilisation de matière à moindre impact au rayon et à la typologie de matière pour mieux piloter la baisse d'impact
- Limitation du transport aérien et du taux de résiduel comme leviers de décarbonation
- Animation également autour de la biodiversité pour augmenter la part de nos usines de rang 2 teinture, délavage et impression respectant le cahier des charges ZDHC MRSI
- Structurer et fiabiliser les données produit est primordial pour piloter notre impact régulièrement en cours d'année pour mettre en place les plans d'actions nécessaires à l'atteinte de nos objectifs.



LE MOT DU COMITÉ

Jules démontre qu'il est possible de décarboner ses activités tout en continuant de croître. Pour poursuivre cette décarbonation, 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.



NOTRE ENGAGEMENT EN 6 OBJECTIFS

T RANSMETTRE LES SAVOIRS ET LE SAVOIR-FAIRE

DES SAVOIRS ET SAVOIR-FAIRE OUVERTS À L'AUTRE

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

TRANSMETTRE LES SAVOIRS ET LE SAVOIR-FAIRE

OBJECTIF #6 : DEVENIR UNE ENTREPRISE APPRENANTE

Ambition, objectif et indicateurs

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

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

Notre objectif est de constamment former nos collaborateurs pour favoriser une activité durable, équitable et porteuse de sens. Nous mesurons notre réussite à travers le pourcentage de collaborateurs permanents (CDI) ayant bénéficiés d'une action de formation au cours de l'année étudiée. En parallèle nous nous challengeons pour former 100% de nos collaborateurs tous les 2 ans.

Mesurer les résultats

Indicateur

% de collaborateurs formés

Définition : Ratio entre le nombre de collaborateurs formés en CDI, par rapport au nombre total de collaborateurs en CDI. Sont exclues les formations sécurité obligatoires.

Objectif 2024

50%

Résultat 2024

57%



LE MOT DU COMITE

La formation chez Jules doit non seulement favoriser la montée en compétence des collaborateurs, mais aussi celle des équipes de vente sur les sujets RSE, afin de promouvoir un discours de durabilité et de réduction d'impact directement auprès des clients. En intégrant pleinement les principes de l'entreprise à mission dans leur discours (mise en avant des produits Parfaits by Jules et connaissances des performances environnementales et sociales) les équipes terrain jouent un rôle clé dans l'engagement des clients envers une mode plus responsable et développent la préférence de marque.



Agir pour atteindre nos objectifs



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

Un programme de **formation à l'IA générative** avec 13 sessions et 134 participants (938 heures de formation) et l'événement "IA Day" avec des conférences inspirantes sur les enjeux technologiques.

Sensibiliser à la **culture financière et à la performance** dans chacun de nos métiers, en formant tous les collaborateurs à la lecture et à la compréhension des performances financières de Jules.

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

TRANSMETTRE LES SAVOIRS ET LE SAVOIR-FAIRE

ZOOM SUR L'ACTION : DÉVELOPPER L'IMPACT MANAGÉRIAL



Ce qui a été fait en 2024

Renforcement de l'accompagnement et du développement managérial autour de notre pilier du « winning mindset »

Tout au long d'une année 2024 en retournement, l'accompagnement managérial a été renforcé et a participé au succès de ce retournement.

179 managers ont été formés, à hauteur de 2 446 heures de formation, pour soutenir la transformation de l'entreprise en développant :

- L'innovation : pour des managers entreprenants, audacieux et ouverts,
- L'efficacité : pour des managers performants, déterminés et responsables,
- La flexibilité : pour des managers rigoureux, agiles, et privilégiant la simplicité.



Atelier Culture Managérial

Groupe de travail participant à la définition du nouveau « Manager Jules »

Les prochaines étapes pour 2025

L'objectif en 2025 est de continuer les chantiers initiés en 2024 notamment sur la posture managériale, et de développer la formation autour des sujets de Jules Entreprise à Mission :

- 2 groupes de travail (managers et non managers) pour définir la posture et les compétences du manager « Sparring Partner » Jules et développement de la formation associée.
- Formation des équipes terrain sur les avantages produits, avec un focus sur les Parfaits By Jules : pourquoi sont-ils plus durables, quels sont les avantages de ces produits pour nos clients ?
- Formations des équipes terrain sur la circularité : « *les déchets d'aujourd'hui sont nos matières de demain* ». Les équipes doivent être formées sur ce que deviennent les vêtements collectés auprès de nos clients en magasin, et comment nous les intégrons dans de nouveaux produits.
- Nos enjeux RSE font évoluer les métiers, c'est pour cela que tous les acheteurs suivront une formation « de la fibre à la matière », avec un focus sur les fibres recyclées, pour se professionnaliser sur l'achat de produits intégrant des fibres recyclées et garantissant nos niveaux d'exigence qualité



**LE MANAGER, PILIER DE LA
MISE EN ŒUVRE DE LA
NOUVELLE VISION
HUMAINE DE L'ENTREPRISE**



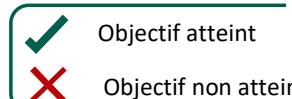
CONCLUSION

**SYNTHÈSE DE L'ANNÉE
2024 ET PERSPECTIVE 2025**

CONCLUSION ET PERSPECTIVES

SYNTHÈSE DES INDICATEURS DE L'ANNÉE 2024

Légende



Objectifs statutaires	Objectifs opérationnels	Indicateurs de performance	Résultats 2023	Objectif 2024	Résultats 2024	Objectif 2025	Objectifs 2030
TRANSFORMER	1. Eco-concevoir pour accroître la durabilité de nos produits	1. Taux de produits avec garantie longévité	4,5%	9%	10%	12%	18%
	2. Augmenter la traçabilité de la chaîne de valeur responsable	2. Taux de matières à moindre impact utilisées dans l'ensemble des références (en tonnage dans la collection)	47%	50%	50%	55%	100%
	3. Favoriser l'engagement responsable des clients	3. Taux d'usines de rang 1 et 2 auditées et répondant à nos exigences RSE	47%	50%	55%	60%	100%
RÉCONCILIER	4. Relocaliser la production en zone pan-euro-méditerranéenne	4. Pourcentage de chiffre d'affaires durable	NC	NEW KPI	34%	50%	100%
S'UNIR	5. Améliorer l'empreinte environnementale de la chaîne de valeur	5. Taux de volumes dont la confection est faite en Paneuromed (rang 1)	17,8%	13%	13,5%	14%	20%
SAUVEGARDER	6. Devenir une entreprise apprenante	6. Intensité carbone Scope 1, 2 et 3 (kg de CO ₂ émises par pièce vendue)	9,5 kg eq CO ₂ /pdt vendu	9,2 kg eq CO ₂ /pdt vendu	9,2 kg eq CO ₂ /pdt vendu Soit -12%/2022	9 kg eq CO ₂ /pdt vendu	5 kg eq CO ₂ /pdt vendu Soit -50%/2022
TRANSMETTRE	8. Taux de collaborateurs formés	7. Taux de fournisseurs conformes au cahier des charges ZDHC	5%	10%	47%	53%	90%

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

LES PERSPECTIVES D'ÉVOLUTION DE JULES, ENTREPRISE À MISSION



Les Perspectives de JEM pour 2025

L'année 2024 a marqué un tournant décisif pour Jules : celui du retourment. Cette étape franchie, nous abordons désormais 2025 avec une volonté affirmée de consolider nos acquis, tout en préparant activement notre prochaine phase de conquête, dès 2027.

Dans cette dynamique, plusieurs enjeux structurants vont guider nos actions : faire savoir nos progrès en matière de décarbonation, accélérer l'intégration de matières à moindre impact (issues de la circularité, innovantes), réduire notre impact sur la biodiversité (notamment par une meilleure gestion de l'eau) et accompagner nos partenaires industriels dans la décarbonation de leurs propres activités.

Nous continuerons également à transformer notre modèle : ajuster au mieux nos quantités mises en marché chaque année en renforçant la réactivité de nos processus créatifs et en repensant nos achats dans une logique « à la demande ». En parallèle, nous continuerons nos investissements dans des services décarbonés répondant aux nouveaux usages clients (2nde main, réparation, etc.) pour identifier le meilleur modèle nous permettant d'atteindre l'équilibre entre exigences sociales et environnemental et viabilité économique.

2025 sera l'année de l'alignement : entre notre projet stratégique, notre nouvelle plateforme de marque, notre ambition humaine et notre raison d'être. Ce travail s'inscrira dans une démarche à moyen terme, en amorçant une vision partagée à l'horizon 2035.

En tant qu'entreprise à mission, nous abordons cette nouvelle étape avec détermination, humilité et engagement. Nous poursuivons notre chemin vers un modèle plus durable, plus rentable, plus juste et plus désirable.

Erika JOFFRIN-CADIX

Directrice RSE et Achats / Sourcing



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-créés 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 PANEUROMEDITERRANEEENNE PROCHE IMPORT	Zone d'approvisionnement englobant l'union européenne, le Maghreb et la Turquie.
CA DURABLE	Chiffre d'affaires fait avec nos produits et services plus durables : produits éco-conçus, services de réparation et seconde main.
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	<p>Le GHG Protocol, ou Greenhouse Gas Protocol, est une initiative mondiale visant à développer des normes et des outils pour mesurer, gérer et réduire les émissions de gaz à effet de serre (GES) liées aux activités humaines. Il a été créé par le World Resources Institute et le World Business Council for Sustainable Development pour fournir des lignes directrices normalisées aux entreprises et aux gouvernements afin de quantifier et de rendre compte de leurs émissions de GES.</p> <p>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.</p>
HIGG FEM	<p>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.</p>
ICS	<p>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.</p> <p>Les membres collaborent avec des outils communs pour mutualiser les audits, contribuer à la réduction de la « fatigue des audits » et partager des connaissances et des bonnes pratiques.</p>

ANNEXES

FICHE INDICATEUR | KPI POURCENTAGE 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.						
	Calcul = Nombre de références avec garantie longévité déclarées au plan de gamme / Nombre total de références sur chaque période Total à l'année = Moyenne des périodes pondérées par le nombre de semaines par période						
	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	%
Engagements	4%	9%	12%	15%	18%	Granularité	A la référence coloris
						Périmètre géographique	Total
						Exclusions	Hors accessoires

ANNEXES

FICHE INDICATEUR | KPI POURCENTAGE DE MATIÈRES À MOINDRE IMPACT (EN 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

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

FICHE INDICATEUR | KPI TAUX 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.

	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	%
	Engagements	45%	50%	60%	85%	98%	Granularité
						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

ANNEXES

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 de seconde main 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 / de la 2 ^{nde} main) / Chiffre d'affaires total

	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	%
Engagements	NA	34%	50%	78%	100%	Granularité	À l'euro
						Périmètre géographique	Pays en propre : France, Belgique
						Exclusions	NC

ANNEXES

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 + Egypte) / Volume total de quantités commandées sur un cumul de la saison Eté + Hiver de l'année analysée.

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

ANNEXES

FICHE INDICATEUR | KPI INTENSITÉ CARBONE SCOPE 1,2&3 (en kg d'eq CO₂ / unité vendue)

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

	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	kg eq CO ₂ /produit
Engagements	9,5 kg eq CO ₂ / produit vendu	9,2 kg eq CO ₂ / produit vendu Soit -12%/2022	8,7 kg eq CO ₂ / produit vendu	7,3 kg eq CO ₂ / produit vendu	5,3 kg eq CO ₂ / produit vendu	Granularité	Au produit
						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).

ANNEXES

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

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 teinture, 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%	10%	53%	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.

	2023	2024	2025	2027	2030	Unité	Effectif (matricule) inscrit en CDI
Engagements	40%	50%	60%	70%	80%	Granularité	Au collaborateur
						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