

sessùn

RAPPORT DE MISSION 2025

Ce rapport de mission vise à rendre compte des actions menées et des avancées réalisées au titre de notre qualité de Société à Mission et de nos objectifs statutaires, sur l'ensemble de l'année 2025 et pour le périmètre de Sessùn SAS. En parallèle, Sessùn mène une stratégie RSE qui couvre plus largement les enjeux sociaux et environnementaux de l'entreprise. Elle est présentée de manière approfondie dans notre rapport RSE dédié, disponible sur notre site internet.

Les dynamiques de la Société à Mission et de la politique RSE s'articulent et se nourrissent mutuellement. Bien que structurées et pilotées de façon distincte, elles participent conjointement à la mise en œuvre cohérente et complète de la vision de Sessùn et de sa responsabilité sociétale.

” Trois années se sont écoulées depuis que nous avons inscrit notre mission dans les statuts de Sessùn. Trois années durant lesquelles ce cadre exigeant a accompagné nos décisions, nourri nos réflexions, éclairé nos avancées comme nos incertitudes. S'il est un enseignement que cette troisième année nous aura apporté, c'est celui-ci : c'est dans l'acceptation de nos limites que se dessine la feuille de route la plus juste. Non pas pour tempérer notre ambition, mais pour mieux la diriger - avec lucidité, avec constance, et avec cette énergie intacte qui nous pousse, depuis toujours, à vouloir faire mieux.

Nos ambitions, parfois formulées avec une exigence qui dépassait ce que le terrain pouvait absorber, se sont parfois cette année confrontées à la complexité de notre métier, de nos filières, de nos arbitrages quotidiens. Certains objectifs ont été atteints, d'autres non. Loin de nous décourager, ces écarts nous ont permis de mûrir. Car ce qui fait la valeur d'une démarche de mission, ce n'est pas l'irréprochabilité d'un bilan, c'est la transparence avec laquelle on regarde le chemin parcouru et la détermination que l'on met à ajuster sa trajectoire.

En 2025, nous avons renforcé la traçabilité de nos produits en changeant de méthodologie, en travaillant directement avec nos fournisseurs pour remonter plus loin dans nos chaînes de valeur. Nous avons poursuivi notre engagement pour les matières à moindre impact, franchi le seuil des 65 %. Nous avons amélioré notre bilan carbone. Nous avons donné vie au projet

Cantillana, en participant à la préservation d'un savoir-faire textile précieux en Andalousie. Nous avons sensibilisé, engagé, fédéré nos équipes, avec la conviction que la mission ne peut vivre que si elle est portée collectivement.

Mais nous avons aussi appris à renoncer. À reconnaître qu'un indicateur ne fonctionnait pas ou qu'une ambition devait être reformulée pour rester sincère. Ces renoncements ne sont pas des échecs. Ils sont, au contraire, le signe d'une démarche vivante.

Nous abordons ce nouveau cycle de trois ans avec confiance et détermination, forts du travail accompli et de tout ce que ces trois premières années nous ont appris.

Sessùn est une entreprise vivante, tournée vers l'humain et portée par la beauté des rencontres. Nos fournisseurs, nos artisan·e·s, nos collaborateur·rice·s, nos client·e·s : c'est avec eux, grâce à eux, que nous continuons de tracer notre propre chemin. Un chemin exigeant, mais sur lequel nous avançons avec toujours plus de clarté et d'engagement.

La beauté est dans le chemin. ”

Emma François-Grasset

*Fondatrice, PDG et directrice
artistique de Sessùn*

I. sessun, société à mission

II. notre comité de mission

- 2.1 Rappel de la composition du comité
- 2.2 Réunions de l'année 2025
- 2.3 Appréciation du comité de mission sur l'année écoulée

III. bilan de l'année 2025

- 3.1 Objectif 1 : Bilan et revue des objectifs
- 3.2 Objectif 2 : Bilan et revue des objectifs
- 3.3 Objectif 3 : Bilan et revue des objectifs
- 3.4 Objectif 4 : Bilan et revue des objectifs

IV. perspectives & orientations

I. sessun, société à mission

Sessùn est une marque de mode féminine à l'identité singulière et intemporelle.

Créée en 1996 par Emma François, elle est née du désir de mettre en lumière des savoir-faire traditionnels à travers des pièces porteuses de sens, qui racontent l'histoire des mains qui les confectionnent. Profondément attachée à l'artisanat et évoluant en marge des codes dominants du secteur, la marque s'est construite autour d'une exigence constante : le soin du détail, la qualité des matières, la durabilité des relations avec ses partenaires et le développement d'un univers qui dépasse le vêtement pour s'inscrire dans un véritable art de vivre.

Aujourd'hui, Sessùn est présente dans plus de 600 points de vente à travers le monde, en boutiques propres et en multimarques, et rassemble plus de 300 collaborateur·rice·s. Porté·e·s par leur expertise métier et par une vision commune, ils et elles contribuent à faire évoluer une entreprise dont l'authenticité, la richesse des rencontres, l'amour du travail bien fait et l'engagement collectif constituent les fondements de sa pérennité.

NOTRE CHEMIN VERS LA SOCIÉTÉ À MISSION

Depuis plus de vingt-cinq ans, Sessùn s'est développée autour d'une ambition claire : construire un projet d'entreprise fédérateur, porteur de sens et durable. Celui d'une société dynamique, profondément attachée à l'humain et à la création, et consciente de la responsabilité qu'elle détient vis-à-vis de ses collaborateur·rice·s, de ses partenaires, de ses client·e·s, ainsi que de l'environnement et de la société dans son ensemble. Au fil des années, cet engagement s'est progressivement structuré à travers la mise en place d'une politique de responsabilité sociétale visant à formaliser et renforcer les pratiques.

Les bouleversements engendrés par la crise sanitaire liée au Covid-19 ont constitué un moment charnière. Ils ont conduit Sessùn à se recentrer sur sa raison d'être profonde et à interroger le sens de son action. Cette période de réflexion a conforté la conviction qu'un engagement officiel et structurant viendrait consacrer la philosophie d'entreprise, tout en consolidant et en amplifiant sa démarche RSE.

La loi Pacte du 22 mai 2019, en introduisant la possibilité pour les entreprises d'inscrire une raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux dans leurs statuts, est alors apparue comme une évidence pour Sessùn. Cette qualité juridique permet d'ancrer durablement la vision de Sessùn en liant explicitement sa réussite économique à son impact sociétal. Il place au cœur de notre projet d'entreprise la volonté de concilier performance et contribution à l'intérêt général.

Choisir de devenir Société à Mission a ainsi constitué une démarche cohérente et assumée : celle d'affirmer publiquement des convictions qui, depuis l'origine, structurent l'identité de Sessùn et guident chacune de ses actions.

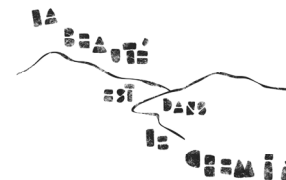
Suivre notre propre chemin, à notre propre rythme.

**Sur la route, se nourrir de rencontres :
artisan·e·s, façonnier·e·s, créateur·rice·s, artistes, cultures.**

**Admirer leurs précieux savoir-faire, vouloir les faire connaître
et agir pour les préserver. Réfléchir à comment mieux concevoir,
entre circuits plus courts et rythmes plus longs, pour créer
des vêtements qui durent et qu'on aimera longtemps.**

**Délaisser les standards, en proposant des boutiques chaleureuses,
accueillantes, qui racontent notre esthétique et notre éthique.**

**Rester attentifs et ouverts, avec le respect des autres
et l'amour du travail bien fait au cœur de toutes nos actions.**



NOTRE RAISON D'ÊTRE

À l'issue d'une réflexion approfondie, d'un examen attentif des valeurs, de l'identité, des aspirations et des responsabilités de l'entreprise, et en consultant ses parties prenantes - collaborateur-ric-e-s, fournisseurs, client-e-s BtoB et BtoC, prestataires et partenaires financiers - Sessùn a structuré et formalisé la Mission qu'elle entend se fixer en tant qu'entreprise.

” **Suivre notre propre chemin pour incarner une mode durable et sensible qui valorise les savoir-faire textiles, soutient l'artisanat, cultive l'art des rencontres et promeut les partenariats longs en s'inscrivant dans une démarche consciente reposant sur le respect des Hommes et des ressources.** ”

Une version synthétique, volontairement plus conceptuelle que celle inscrite dans les statuts, a été élaborée afin de refléter le fondement même de la philosophie de l'entreprise. Formulée comme une phrase à forte portée évocatrice, elle condense l'essence de la démarche et a pour vocation de guider, au quotidien, chaque action, chaque décision et chaque interaction :

Celle de « **Rendre le chemin parcouru plus beau encore que la destination.** »

NOS OBJECTIFS STATUAIRES

Quatre objectifs statutaires ont été formulés lors de l'obtention de la qualité de Société à Mission par Sessùn, afin de donner corps à sa raison d'être et d'articuler les différents projets de l'entreprise :

OBJECTIF 1

Produire des vêtements qui durent (tests, garantie, réparabilité), avec un impact maîtrisé (matières naturelles, aérien, certification Oeko-tex, substances bannies), dans la plus grande traçabilité possible

1.1 Mieux comprendre et maîtriser l'impact de nos produits et développer la traçabilité de nos chaînes d'approvisionnement

1.2 Maximiser la durabilité de nos produits tout en informant et impliquant nos client-e-s

OBJECTIF 2

Promouvoir l'artisanat, les métiers d'art et les savoir-faire textiles (ateliers, boutiques, partenaires spécialisés)

2.1 Promouvoir et soutenir l'artisanat et les métiers d'arts

2.2 Valoriser les savoir-faire textiles à travers nos collections

OBJECTIF 3

Maîtriser ses consommations (énergie, eau, papier) et engager ses collaborateurs sur l'écologie (réunions, infrastructures, actions [collectes, ateliers...crédit formation 5h/an])

3.1 Mesurer, maîtriser et réduire nos impacts dans notre cœur d'activité

3.2 Sensibiliser et engager nos collaborateur-ric-e-s sur leur impact propre

OBJECTIF 4

Partager ses valeurs et ses bonnes pratiques avec ses fournisseurs (charte éthique, audit, partenaires, long terme)

3.1 Assurer le respect d'un socle de valeurs commun

3.2 Accompagner nos fournisseurs dans l'amélioration de leurs pratiques

II. notre comité de mission

Notre Comité de Mission est constitué de manière que nos principales parties prenantes soient représentées, afin de mobiliser des perspectives complémentaires et pertinentes pour répondre à la Mission et aux différents objectifs statutaires. Son rôle est de suivre l'exécution de la Mission et d'apprécier la cohérence de son modèle, de ses actions, mais également son degré d'ambition, les moyens mis en œuvre et l'avancée réelle de ses objectifs statutaires.

Les rencontres permettent ainsi de riches échanges et réflexions qui accompagnent nos questionnements et notre chemin en tant que Société à Mission.

II. NOTRE COMITÉ DE MISSION

Le comité de mission est composé de 8 membres, complétés de 2 invitées permanentes :

Membres externes (par ordre alphabétique) :



Sarah CORNE

Entrepreneure à impact,
Fondatrice FOUNDERS FUTURE
et Co-fondatrice SO GOOD MEDIA –
Experte ESG & Innovation



Wennassa GHERBOUDJ

Responsable RSE PELINTEX –
Fournisseur historique



Daphné JANSSAUD

Experte RSE –
Ancienne salariée SESSÙN



Françoise MOULIN

Professeure des écoles –
Cliente historique
photo ©Marie Pacifique Zeltner



Caroline PERDRIX

Co-Fondatrice ITINERANCE
et TABLE, Directrice Artistique
BARTA STUDIO –
Experte savoir-faire & artisanat



Guillaume VIGOUROUX

Co-fondateur MARSATWORK –
*Expert Raison d'être, Territoires &
Communication*



Trystan LEROUGE

Responsable Ethique et Développement
Durable GALERIES LAFAYETTES –
*Partenaire, Client B2B et marque
concurrente*



Lionel POTIN

Area Manager Sud SESSÙN

Invités permanents (par ordre alphabétique) :



Léa DHELIN

Responsable RSE SESSUN –
Chargée de mission en interne



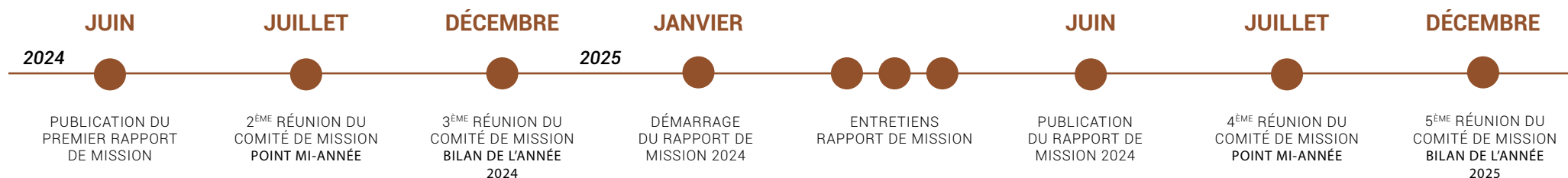
Emma FRANCOIS GRASSET

PDG Fondatrice et Directrice
Artistique SESSÙN

*A noter qu'Alice VENES, Cheffe de projet développement durable
aux GALERIES LAFAYETTE, a quitté ses fonctions, remplacée
par Trystan LEROUGE qui rejoint notre Comité
de Mission en tant que représentant du Groupe.*

*A noter que pour l'année 2025 et suite au changement
d'actionnariat de la marque, Virginie Birade, représentante des
précédents actionnaires (Experienced Capital), ne fait plus partie
du Comité de Mission en tant qu'invitée permanente.*

RÉUNION DE L'ANNÉE 2025



L'année 2025 fut une année de travail collectif, nourrie par le dialogue, la réflexion et la co-construction.

La première réunion a été l'occasion d'officialiser l'arrivée de Lionel POTIN au sein du Comité de Mission en tant que représentant des collaborateurs-rice-s Sessùn. Léa DHELIN, également manager de mission, ne pouvant assurer le double rôle, devient invitée permanente du Comité. Trystan LEROUGE était également présent en tant que représentant des Galeries Lafayette, remplaçant Alice VENES en congé maternité. A également été annoncé la publication du Rapport de Mission 2024 sur le site internet.

La réunion a permis de faire un point à mi-année de la progression vers l'atteinte des différents objectifs, afin notamment d'identifier les cibles sur lesquelles Sessùn prend du retard et les actions à anticiper d'ici la fin de l'année.

La seconde et dernière réunion de l'année a été consacrée à une revue collective des avancées et des enjeux clés de l'année, notamment l'affichage environnemental, la traçabilité des produits, les ACV et le bilan carbone. Les échanges ont permis de saluer les progrès réalisés, tout en mettant en lumière certaines limites actuelles, notamment dans l'usage stratégique des données et les arbitrages à opérer. La discussion a également porté sur l'engagement des collaborateurs-rice-s et des fournisseurs, ainsi que sur les leviers de sensibilisation et de pilotage à renforcer. Enfin, la réunion a été l'occasion d'échanger sur le renouvellement du Comité de mission, soulignant l'intérêt d'un roulement des membres et la volonté de maintenir un dialogue durable et constructif au-delà des mandats.

APPRÉCIATION DU COMITÉ DE MISSION SUR L'ANNÉE ÉCOULÉE

Les retours d'expérience des membres du Comité de mission ont été unanimement positifs. Plusieurs membres ont salué la qualité des échanges, marqués par la transparence et la sincérité des discussions, ainsi que par les apprentissages qu'ils ont permis. Certains ont également exprimé le souhait de maintenir le lien et de poursuivre les échanges au-delà de la fin de leur mandat, évoquant la possibilité de rester engagé-e-s en tant qu'ambassadeur-ric-e-s de la démarche, même après leur sortie du Comité.

Sur l'année écoulée, les membres du Comité de mission expriment un sentiment d'avancée plus concrète et structurée, avec des projets qui mûrissent et un suivi jugé sérieux et engagé. Les efforts ont porté leurs fruits et sont aujourd'hui visibles pour certains et en lien avec le modèle économique. Les remises en question, les ajustements d'objectifs et l'honnêteté sur ce qui a - ou non - fonctionné sont perçus comme des signes de maturité et de cohérence dans la trajectoire.

La non-atteinte de certains objectifs ne constitue pas un échec. Au contraire, dans les démarches de transformation que nous conduisons, les actions ne progressent pas toutes à la même vitesse. Reconnaître les écarts, les arbitrages réalisés et les difficultés rencontrées relève d'une posture de transparence et de responsabilité. Assumer ces vulnérabilités permet d'en faire un levier d'apprentissage et d'amélioration continue.

Plusieurs retours soulignent cependant un niveau d'exigence très élevé dans la définition des objectifs, parfois trop fin ou ambitieux au regard des réalités terrain. L'invitation est claire : préserver l'élan et l'ambition tout en trouvant un juste équilibre pour rester mobilisateur-ric-e-s et lisibles, notamment en simplifiant ou regroupant certains engagements.

La dynamique des réunions est globalement saluée : la fréquence est jugée adaptée, laissant le temps de la réflexion, et la complémentarité entre temps collectifs et échanges individuels favorise des avancées concrètes. La deuxième année est perçue comme plus fluide et plus collective, avec un climat de travail constructif et équilibré.

La diversité des profils est considérée comme une vraie richesse : expert-e-s, regards associatifs, voix client-e-s et expériences variées nourrissent des échanges stimulants et permettent de challenger les orientations. Quelques points d'attention émergent néanmoins sur la prise de parole, avec la nécessité de mieux solliciter les voix plus discrètes afin de préserver la pluralité des points de vue.

Dans l'ensemble, le Comité est perçu comme un espace exigeant mais bienveillant, utile et vivant, qui contribue réellement à faire progresser la mission tout en invitant à garder un cap ambitieux, ancré dans le réel.

” Au départ quand je suis arrivée j'étais spectatrice, maintenant j'ai davantage l'impression d'être actrice. J'ai découvert tout un vocabulaire, une littérature que je ne connaissais pas. J'ai vu les choses avancer vraiment, c'était transparent, et je trouve que c'est une grande marque de confiance qui nous a été accordée. ”

FRANÇOISE MOULIN

” Vous traitez les sujets avec beaucoup d'exigence, vous êtes parfois même trop durs avec vous-mêmes dans la définition des objectifs. Les ambitions sont très élevées. Il faut garder en tête la réalité du terrain. ”

TRYSTAN LEROUGE

” C'est ça le principe d'une mission : ce n'est pas un référentiel. On a un modèle de mission qui s'affine et la mission est de poursuivre un but, une quête qui se matérialise. Faisons des choses qui ont vraiment de l'impact et qui sont bien faites. En cheminant, on se balade sur des fausses pistes, on rebrousse chemin et on repart sur une autre voie. ”

GUILLAUME VIGOUROUX

III. bilan de l'année 2025

L'année 2025 marque une étape déterminante pour Sessùn. Trois ans après l'obtention de la qualité de société à mission, un second audit viendra éprouver le modèle de mission en 2026, avec davantage d'exigence et de profondeur. Il ne s'agit plus seulement de vérifier les engagements, mais d'en mesurer la solidité, la cohérence et la capacité à traverser le temps. Une étape de maturité, où la mission se confronte pleinement au réel. Cette mise à l'épreuve est exigeante, mais féconde, car elle permettra de mesurer le chemin parcouru et d'ajuster, si nécessaire, notre trajectoire.

Ce rapport permet de dresser un bilan de l'année écoulée pour chacun des objectifs statutaires de Sessùn. Il a été conçu pour rendre compte du niveau de progression de chaque objectif annuel. Pour chaque objectif, le rapport précise l'état d'avancement, les éléments explicatifs en cas de non-atteinte, les principaux enseignements tirés, les perspectives identifiées ainsi que les éventuels ajustements de trajectoire. Il traduit l'engagement de Sessùn dans une démarche d'amélioration continue et de questionnement permanent de ses pratiques.

OBJECTIF 1

Produire des vêtements qui durent, avec un impact maîtrisé, dans la plus grande traçabilité possible

Le premier objectif de Sessùn se situe au cœur même de son activité : les produits, les matières, et la manière dont ils prennent forme. Il rassemble des cibles suivies depuis plusieurs années, devenues des repères solides. Ces indicateurs historiques témoignent d'efforts constants, d'investissements structurés et d'une volonté d'ancrer la responsabilité au plus près du geste créatif. Mais cet objectif porte également des chantiers plus récents, encore mouvants. Durabilité, recyclabilité, traçabilité : autant de champs en construction, où les méthodologies restent parfois à inventer et les cadres à stabiliser. Il concentre ainsi les enjeux les plus stratégiques de la mission : consolider ce qui est désormais maîtrisé, tout en acceptant l'incertitude inhérente aux transformations profondes du modèle.

Malgré la non atteinte de certaines cibles, le comité de mission considère que Sessùn respecte l'objectif statutaire et a mis en œuvre les moyens pour l'atteindre.

1.1 Mieux comprendre et maîtriser l'impact de nos produits et développer la traçabilité de nos chaînes d'approvisionnement

ACTIONS	CIBLES 2025	RÉSULTAT	ATTEINTE	CHANGEMENT	CIBLES 2026
Mise en place et suivi d'un reporting de données MI	> 55% de matières MI	68,2%	OUI		> 60% de matières MI
Amélioration de l'impact pour chaque matière	95% cuir certifié LWG	96,9%	OUI		> 95% cuir certifié LWG
	95% viscose certifiée source durable	96,2%	OUI		> 95% viscose certifiée source durable
	95% polyester recyclé	96,6%	OUI		> 95% polyester recyclé
	> 85% de matières non-synthétiques	90,3%	OUI		> 85% de matières non-synthétiques
Mesurer et renforcer la traçabilité de nos produits	3/5	3,1/5	OUI	Revue de l'indicateur à prévoir	

LES MATIÈRES

Depuis sa création, Sessùn accorde une attention particulière au choix des matières utilisées dans ses collections et à l'évaluation de leurs impacts environnementaux.

En 2019, la marque a engagé une transition vers des fibres plus responsables, regroupées sous l'appellation « matières moindre impact ».

L'objectif est de privilégier ces matières autant que possible, en suivant leur part au sein de chaque collection avec pour objectif de l'augmenter continuellement.

Des avancées significatives sont observées de saison en saison, permettant aujourd'hui de franchir le seuil de plus de 65% de matières moindre impact au sein des collections en 2025¹. Sessùn atteint ainsi l'ensemble des objectifs fixés, tout en maintenant un niveau d'exigence élevé. La progression de la part de matières à moindre impact s'inscrit dans ce travail engagé de longue date. Le maintien des fibres synthétiques en deçà de 15 % reflète également les efforts fournis pour trouver un équilibre entre impact et durabilité des produits. Ces résultats témoignent d'avancées réelles, tout en rappelant que la transition des matières demeure un chemin exigeant, qui appelle à poursuivre les efforts avec la même rigueur et la même humilité.

¹Ce résultat est calculé sur l'ensemble des produits effectivement produits pour les collections Hiver, Christmas, Été et OUI (collection mariage).

TRANSPARENCE ET TRACABILITE

En matière de transparence et de traçabilité, Sessùn atteint en 2025 l'ensemble des objectifs fixés, avec 100% des références¹ proposant un affichage environnemental, allant pour la plupart bien au-delà des exigences réglementaires. La note de traçabilité calculée témoigne d'une capacité grandissante à identifier les acteur·rice·s de la chaîne d'approvisionnement jusqu'à l'origine des matières premières.

Cette performance s'appuie sur une évolution méthodologique majeure dès la collection Hiver 2025 avec Clear Fashion comme nouveau partenaire. Ainsi, la traçabilité a été réalisée en lien direct entre Sessùn et ses fournisseurs, permettant d'affiner la qualité des données et d'ouvrir un dialogue plus exigeant. Là où, hier encore, la visibilité s'arrêtait parfois au tisseur, Sessùn commence désormais à remonter jusqu'au fournisseur de fibre, révélant une compréhension plus fine de sa chaîne de valeur.

De nouveaux indicateurs de performance mesurés par Clear Fashion ont pu être testés :

39% des produits ont une traçabilité complète (toutes les étapes connues) sur l'Hiver (25W)

66% des produits ont une traçabilité jusqu'à l'étape de filature (rang 3)

96% ont une traçabilité jusqu'à l'étape de tissage / tannerie (rang 2)

Nous observons des progrès de traçabilité entre la première saison analysée selon cette nouvelle méthodologie (25W) et la seconde (25C), traduisant un embarquement positif des fournisseurs :

90,6% des références ont au moins un fournisseur² identifié sur chaque étape de fabrication sur la collection Christmas 25C (vs. 32% sur 25W)

Cela permet de confirmer la pertinence du choix de partenaire et de méthodologie de collecte de données.

A noter que ce travail met en lumière des avancées réelles, mais aussi des zones d'ombre persistantes sur certaines filières, comme l'origine de la pulpe de bois utilisée pour la viscose ou encore traçabilité du cuir jusqu'aux zones d'élevage. La traçabilité permet également de mesurer l'efficacité des chaînes d'approvisionnement (concentration de toutes les étapes sur une même zone géographique pour limiter le transport) et d'identifier les quelques incohérences à rectifier pour le futur. L'enjeu est maintenant d'exploiter pleinement ces données au-delà d'une approche réglementaire et risque pour mieux comprendre et raconter les filières dont sous issues les collections Sessùn.

¹(hors bijoux, pour lesquels la traçabilité n'est pas encore proposée par notre partenaire Clear Fashion).

²Le terme « fournisseur » correspond à la terminologie utilisée par Clear Fashion pour cet indicateur. Il fait référence aux sites industriels/de production, c'est-à-dire aux sites dans lesquels au moins une étape de production est réalisée.

1.2 Maximiser la durabilité de nos produits tout en informant et impliquant nos client-e-s

ACTIONS	CIBLES 2025	RÉSULTAT	ATTEINTE	CHANGEMENT	CIBLES 2026
Mesurer et renforcer la recyclabilité de nos produits	3,25/5 : Mesure, analyse des résultats et plan d'amélioration sur les catégories prioritaires	2,6/5	NON	Suppression de l'indicateur à prévoir	
Renforcer la durabilité physique de nos produits	Renforcer les tests et les exigences Mesure de la durée de vie des produits	Etude des tests vs. écomodulations Méthodologie interne de durabilité + Score durabilité écobalyse	OUI		Renforcer les tests et les exigences Mesure de la durée de vie des produits : score écobalyse, écomodulations...
Renforcer la durabilité émotionnelle de nos produits	Maintenir la part de permanents & reconduits à > 15% des réfs > 25% du CA > 15% des réfs > 25% du CA	24% des références 26% du CA	OUI		Maintenir la part de permanents & reconduits à > 15% des réfs > 25% du CA
Informier et éclairer nos clients	95% de références disposant de l'affichage environnemental	96%	OUI		Maintenir à > 95% de références disposant de l'affichage environnemental
Déploiement de l'offre de services de retouche et réparation	Déploiement Sud et reste de Paris si REX concluant	Test non concluant	EN COURS	Suppression de l'indicateur à prévoir	

DURABILITE & RECYCLABILITE

En complément des actions menées pour privilégier des matières à moindre impact et renforcer la traçabilité de ses produits, Sessùn a poursuivi en 2025 ses travaux d'écoconception en structurant plus finement l'évaluation de la durabilité et de la recyclabilité de ses collections.

Deux indicateurs ont ainsi été développés afin de mieux objectiver ces enjeux. Le premier porte sur la recyclabilité¹ des produits, évaluée à partir de leur composition et de la présence ou non d'accessoires susceptibles de compliquer leur recyclage en fin de vie. Cet indicateur était auparavant mesuré par Fairly Made et l'enjeu était d'élaborer une méthodologie interne susceptible de le remplacer.

Les références 2025 ont été analysées selon cette méthodologie afin de tester sa pertinence et d'évaluer les résultats pour dessiner des pistes d'écoconception prioritaires sur le sujet. L'objectif d'une note moyenne de 3,25/5 n'a pas été atteint, la note obtenue étant de 2,6/5. Cet écart s'explique notamment par la différence de méthodologie, jugé comme non comparable par le Comité de Mission et la non-atteinte de la cible comme non applicable. Le Comité reconnaît que l'objectif initialement fixé n'est pas atteint mais que les autres cibles de l'objectif statutaire 1 le sont.

¹Recyclabilité : facilité d'un produit à être traité en fin de vie, pour être transformé en nouvelle matière première ou en nouveau produit, sans perte excessive de qualité ni consommation déraisonnable de ressource

Le calcul a été réalisé sur la base des références produites sur les collections 25W, 25C, 25S et 25O. Certaines références étant reconduites d'une collection à l'autre, les doublons ont été retirés afin d'obtenir une note globale de recyclabilité basée sur les différentes compositions matière réellement utilisées dans les produits.

NOTE/5	MATIÈRES/ ASSEMBLAGE	ACCESSOIRES	INTERPRÉTATION
5	Mono matière textile	Aucun accessoire ou uniquement textile facilement détachable	Recyclable sans tri, valorisation directe
4	Mélange de 2 matières compatibles (ex: coton/lyocell)	Accessoires textiles ou synthétiques facilement séparables	Recyclable avec tri léger
3	Mélange avec présence <10% de fibre synthétique	Accessoires non métalliques difficiles à retirer	Recyclabilité moyenne
2	Mélange complexe <3 matières / fibres synthétiques <10%	Accessoires métalliques fixés (zip, oeillet, bouton, etc.)	Faible recyclabilité, séparation nécessaire
1	Cuir / matières composites / caoutchouc / métal	Accessoires multiples ou non démontables	Non recyclable ou très difficilement recyclable

Critères - Méthodologie de recyclabilité 1

Le second concerne la durabilité, méthodologie conçue en fonction des compositions, de l'usage et de la typologie des articles, permettant de mesurer des durées de vie moyennes et des notes associées.

NOTE/5	MATIÈRES/ ASSEMBLAGE	DURÉE DE VIE	INTERPRÉTATION
5	Cuir, denim épais, élanges coton/lin ou coton/ polyester bien équilibrés	10 à 20 ans	Très durable si bien entretenu, usage prolongé possible
4	Coton mélangé à des fibres résistantes (polyester <20%, lyocell, lin/ polyamide)	5 à 10 ans	Bonne résistance, déformation limitée
3	Coton seul ou matières naturelles sensibles (cachemire, laine fine)	4 à 7 ans	Moyennement durable, sensible à l'usure, dépend beaucoup de l'entretien
2	Mélange complexe avec fibres fragiles (modal, viscose, élasthanne >10%)	3 à 6 ans	Usure rapide, risque de déformation, boulochage
1	Fibres très fines ou instables (viscose seule, mélanges très souples ou déséquilibrés)	2 à 5 ans	Faible durabilité, perte de forme, vieillissement rapide, usage limité

Critères - Méthodologie de recyclabilité 1

Les deux méthodologies se révèlent peu concluantes et limitées par l'absence de référentiel scientifique commun et officiel dans le secteur (et donc non comparable). Une autre limite étant la corrélation négative des notes de recyclabilité et de durabilité pour certains articles : les articles en cuir ou l'ajout de matière synthétique dans certaines compositions permettent d'augmenter la durée de vie des produits, mais les rendent moins recyclables.

Aussi, la méthodologie recyclabilité n'intégrait pas certains critères comme les types de couture/ finition/ ennoblissement et la compatibilité des produits en fin de vie avec les filières de recyclage existantes. Celle de durabilité n'intégrait pas les critères suivants :

**Résistance physique/technique (Déjà un objectif de la Mission
« Renforcer les tests et les exigences »)**

Durabilité émotionnelle (Déjà un objectif sur le % permanents & reconduits)

Les échanges ont mis en lumière la tension entre design, esthétique et recyclabilité, complexifiant encore d'avantage les arbitrages de conception. L'objectif n'est donc pas de viser une note parfaite mais d'accompagner les résultats d'un plan d'action, par exemple en limitant certains éléments non recyclables (œillets, boutons...). L'objectif est d'améliorer la note moyenne, en posant des jalons à 2 saisons sur les typologies les plus concernées (ex : denim, accessoires). Une autre piste de réflexion est de différencier les cibles selon les gammes : les produits permanents doivent viser une durabilité maximale. Aussi, ce sujet ne doit pas être un frein au style et à la dimension artistique, cela ajoute une variable aux arbitrages de conception.

POUR ALLER PLUS LOIN

” **Je trouve complexe de mettre en place l'indicateur de recyclabilité sans référentiel officiel, commun ou de règles harmonisées, et ne permettant pas de se situer. Sessùn est à la poursuite d'un objectif qui pourrait être valorisé mais qui aujourd'hui, est compliqué à suivre en l'état. L'important est plutôt de chercher à s'améliorer sur le sujet.** ”

DAPHNÉE JANSSAUD

” **Parfois, la recyclabilité ne dépend pas de la composition ou de l'usage, mais de la capacité à recycler, de l'existence ou de la proximité avec des centres de recyclage.** ”

TRYSTAN LEROUGE

Ces outils viennent renforcer la vision portée par Sessùn d'une mode créative et intemporelle, construite autour de pièces pensées pour durer. Ils complètent l'attention historiquement accordée au design, à la qualité et aux tests produits, ainsi que la volonté de maintenir, saison après saison, une part significative de pièces permanentes ou reconduites au sein des collections.

En 2025, la durabilité a également été mesurée au travers du score développé selon écobalyse (méthodologie française) et par Clear Fashion. Les critères méthodologiques étant encore incomplets et en cours d'évolutions, l'indicateur n'a pas vocation à être piloté pour le moment.

Les équipes ont également poursuivies les études de tests physiques, leurs normes et exigences associées, en les comparant à celles de Refashion pour les écomodulations de durabilité, et les réflexions continuent avec notre laboratoire externe expert du sujet (SGS).

Suite à un audit de la stratégie d'achats, d'offre et d'approvisionnement, une nouvelle segmentation des produits pour distinguer les permanents, les reconduits et les « seasonal » a permis de consolider la stratégie de structure de l'offre et la place de l'intemporelle dans cette stratégie.

RETOUCHE & REPARATION

Par ailleurs, le test du déploiement d'une offre de services de retouche et de réparation avec Tilli, identifié comme un levier important pour prolonger la durée de vie des produits, n'a pas été concluant. En effet, l'externalisation du service care & repaire n'est finalement pas l'option la plus efficace pour les client·e·s et les équipes (temps de service trop long, difficulté d'adoption pour les équipes, manque d'efficacité et absence de mercerie spécifique...). La décision a été prise de revoir l'objectif et de lancer des travaux internes pour avancer autrement sur le sujet :

Lancement d'un groupe de travail sur les défauts et réflexion sur l'internalisation du process (définition des compétences et ressources internes nécessaires et disponibles, process et organisation logistique).

Revue et communication d'une politique retouche / réparation à destination des boutiques.

Mise en place d'un système de tri avant les retours de fin de saison pour mieux classer les produits défectueux et pouvoir donner une seconde vie à une plus grande partie des défauts.

Revue du guide d'entretien à destination des client·e·s.

Le projet est donc toujours en réflexion, avec pour ambition de structurer un service adapté aux besoins, aux capacités locales et aux attentes des client·e·s.

Le comité soulève également le rôle des client·e·s dans cette étape du cycle de vie des produits, qui doivent être sensibles et sensibilisées pour développer les bons réflexes.

INFORMER ET ACCOMPAGNER NOS CLIENT·E·S

Depuis 2023, Sessùn propose un affichage environnemental sur ses produits, accessible en boutique via un QR code présent sur les étiquettes. Initialement déployé dans une logique d'anticipation de la loi AGECE, ce dispositif est entré officiellement en vigueur en France à compter du 1er octobre 2025 pour le secteur textile.

L'affichage environnemental vise à attribuer à chaque produit un score chiffré reflétant son impact environnemental sur l'ensemble de son cycle de vie, permettant ainsi aux client·e·s de mieux comparer et comprendre les produits. Chez Sessùn, ce score est complété, ainsi que par des informations relatives aux pays des différentes étapes de fabrication.

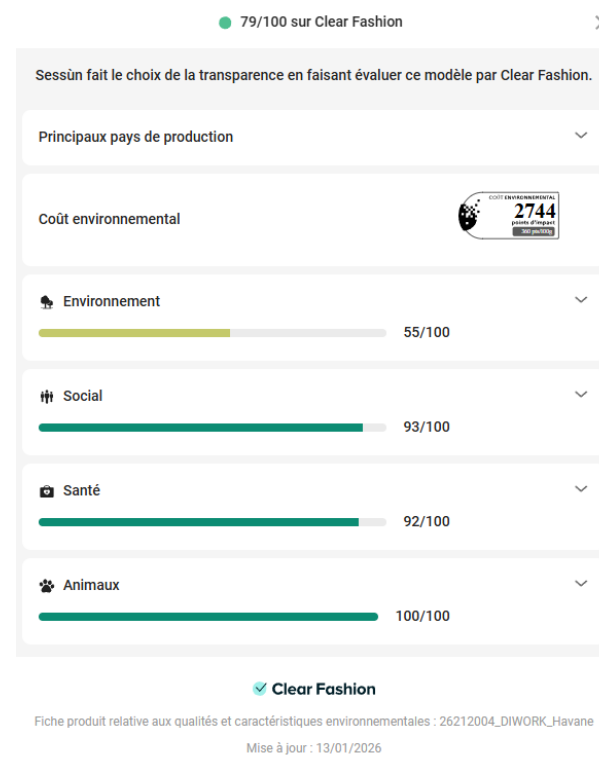
Afin d'accompagner la mise en œuvre du coût environnemental textile français « Écobalyse », exprimé en nombre de points (et jugé peu lisible et interprétable), Sessùn a progressivement fait évoluer ses outils d'affichage environnemental. Après une première phase de travail avec Fairly Made, la marque a choisi de s'appuyer, à compter de l'hiver 2025, sur le Fashion Score développé par Clear Fashion, afin de proposer une lecture plus complète et plus pédagogique des impacts des produits (y compris sur des thématiques, sociales, sanitaires et de bien-être animal).

Même si ces données ne constituent pas encore un outil de pilotage ou d'écoconception, il permet de remplir l'objectif principal de transparence et d'aide à la décision pour les clientes.

Les premiers retours sur la consultation des QR codes demeurent modestes, mais l'enjeu dépasse la seule mesure d'audience : il réside dans la volonté de transparence, y compris lorsque les scores ne sont pas excellents, ou lorsque les parties pris méthodologiques diffèrent. En allant au-delà des obligations légales, Sessùn affirme une volonté de pédagogie, tout en reconnaissant que l'exploitation de ces données d'impact pour orienter les décisions et approfondir l'éco-conception constitue désormais une étape clé.

Les discussions ont également mis en lumière les écarts entre certaines méthodologies de scoring externes et les choix propres à Sessùn. Si ces différences philosophiques sont assumées, elles confirment la nécessité d'explicitier davantage les arbitrages opérés, y compris lorsqu'ils peuvent sembler paradoxaux. L'enjeu dépasse la simple diffusion d'un score : il s'agit de pédagogie, d'explication des partis pris et d'accompagnement des client·e·s dans la compréhension de sujets complexes, où recyclé ne signifie pas nécessairement durable.

Affichage environnemental réalisé par Clear Fashion pour la veste Diwork couleur Havane, et visible sur le site internet de Sessùn.



OBJECTIF 2

Promouvoir l'artisanat, les métiers d'arts et les savoir-faire textiles

Le deuxième objectif du modèle de Société à Mission de Sessùn affirme son attachement profond à l'artisanat, aux métiers d'art et aux savoir-faire textiles. Animée par un lien unique aux savoir-faire, aux cultures et à la créativité, la marque valorise l'authenticité et la singularité du geste artisanal.

Cette sensibilité dépasse le cadre des collections pour nourrir l'ensemble de la démarche créative, l'identité des boutiques et les orientations de développement. Aussi, on distingue deux niveaux d'engagement complémentaires. D'une part, la mise en lumière d'artisans à travers la boutique, la curation, les collaborations et les espaces de visibilité offerts à des pratiques créatives singulières. D'autre part, un engagement plus structurel, au cœur même des collections et du modèle économique de la marque : préserver, valoriser et humaniser les savoir-faire textiles qui composent ses produits, en rendant plus visibles les gestes, les ateliers et les personnes derrière chaque matière et chaque confection.

Le comité de mission considère que Sessùn respecte l'objectif statutaire et a mis en œuvre les moyens pour l'atteindre.

2.1 Promouvoir et soutenir l'artisanat et les métiers d'art

ACTIONS	CIBLES 2025	RÉSULTAT	ATTEINT	CIBLES 2026
Organisation d'ateliers d'artisanat au siège et chez Alma Mesure d'impact et de satisfaction	> 15 ateliers par an	18 ateliers	OUI	> 20 ateliers par an
Mise en avant des artistes/ artisans et mesure de visibilité	> 10 portraits > 8 millions de visibilité Mesure de l'impact et des retombées de cette visibilité pour les artisans	13 portraits 7 944 890 de visibilité vs. 6 001 356 en 2024	OUI	> 10 portraits Augmentation de la visibilité Mesure de l'impact et des retombées de cette visibilité pour les artisans
Offre de curation	Augmentation du CA généré	155 381€ vs. 124 000€ en 2024 142 bénéficiaires	OUI	Augmentation du CA généré
Programme de soutien aux artistes	Mesure de la visibilité apportée aux gagnants Maintenir le soutien	Craft Prize : 49 bénéficiaires et 605 341 vues (réseaux sociaux/ site internet/fréquentation boutique) Floraison Créative : 7 artistes ont collaboré	OUI	Mesure de la visibilité apportée aux gagnants Maintenir le soutien
Partenariats artistiques et artisanaux dans la conception et le design des boutiques	En moyenne un artiste invité et un artisan par concept/boutique Maintenir le recours à des artisans et métiers d'arts pour les projets Mesurer la visibilité	11 collaborations	OUI	En moyenne un artiste invité et un artisan par concept/boutique Maintenir le recours à des artisans et métiers d'arts pour les projets Mesurer la visibilité

DANS NOS INITIATIVES DE SOUTIEN

Guidée par la volonté de faire rayonner les créateur·rice·s et les artisan·e·s, Sessùn a poursuivi et renforcé en 2025 ses actions de soutien et de valorisation des savoir-faire à travers différents dispositifs.

” Je trouve que ça fait partie de l'image de Sessùn de soutenir cet artisanat, c'est intéressant de lire les portraits, et je me dis que même si ça ne se retrouve pas dans les collections, ça ouvre le regard sur des formes d'artisanat nouvelles, ça fait partie de l'ADN Sessùn ”

FRANÇOISE MOULIN

Le Sessùn Craft Prize demeure un pilier de l'engagement de Sessùn. Pour la troisième année consécutive, le concours a soutenu une nouvelle génération de designers autour d'une édition dédiée à la conception d'une scénographie fonctionnelle inspirée de la couleur indigo.

Cette scénographie a notamment servi la mise en avant de la sélection BLUE (format de Floraison Créative sur 2025), des pièces mettant à l'honneur l'indigo et les savoir-faire artisanaux, ainsi qu'une curation d'objets créés par une communauté d'artisan·e·s pour l'occasion. Ces objets faits main en série limitée sont également exposés et vendus chez Sessùn Alma, Paris Bachaumont et sur le site de Sessùn. Elle valorise et offre une vitrine au travail unique de 7 designer·euse·s et artisan·e·s.

En 2025, cet engagement s'est également prolongé dans la création de lien entre le grand public et l'artisanat. Au sein des boutiques, ces rencontres ont été permises par l'organisation de 18 ateliers d'artisanat dans les flagships de la marque, dont 9 à Sessùn Alma à Marseille et 9 à Sessùn Bachaumont à Paris.

POUR ALLER PLUS LOIN

” Il serait intéressant de faire évoluer les formats, de pouvoir multiplier les ateliers, d'organiser des évènements et faire vivre ces initiatives au-delà de Alma et Bachaumont, dans d'autres points de vente (expositions, vernissages...) ”

LIONEL POTIN

” Il y a un momentum avec les 30 ans de Sessùn pour intégrer les savoir-faire et l'artisanat à la culture de la marque, au-delà de ce qui est incarné par Emma, et en profiter pour faire contribuer les collaborateurs. ”

GUILLAUME VIGOUROUX

” Pour aller plus loin, on pourrait imaginer des tables rondes, des conférences au sein de Sessùn Alma par exemple : un temps plus théorique qui permet de creuser un peu le sujet sur les grandes lignes de l'artisanat. Cela permettrait de fédérer plein de publics localement et de sensibiliser encore plus de personnes à toutes ces valeurs/notions. ”

CAROLINE PERDRIX

Par ailleurs, 13 portraits d'artistes et d'artisan·e·s ont été réalisés et diffusés sur les différentes plateformes de la marque, mettant en lumière la diversité des pratiques et des collaborations, qu'il s'agisse de créateur·rice·s invité·e·s, d'artisan·e·s ou de partenaires de la chaîne de valeur.

Enfin, l'offre de curation est maintenant proposée par Sessùn dans 5 points de vente et sur le site, se traduisant par une augmentation effective du chiffre d'affaires et de la visibilité générée pour ces artistes et artisan·e·s, confirmant la pertinence de ce modèle au croisement de la création, de l'artisanat et de l'activité commerciale.

DANS NOS MAGASINS ET DES LIEUX DÉDIÉS

Nous imaginons nos boutiques, nos corners en Grands Magasins, ainsi que notre siège social comme de véritables écrins qui incarnent notre art de vivre. Les 9 ouvertures et rénovations de nos boutiques et corners en 2025 ont été l'occasion de collaborer avec des artistes, architectes, designer-euse-s pour mettre en avant leur talent ou le patrimoine culturel local dans la conception ou l'aménagement de ces lieux. Chaque projet a fait l'objet de collaboration, favorisant les rencontres inspirantes avec différents métiers d'art, et rendant ainsi chaque lieu unique, véritables écrins témoins de notre art de vivre et vitrine de savoir-faire.

Tout en partageant une appréciation positive, le Comité de Mission formule également des axes de progression, en particulier sur la mise en visibilité de la mission en boutique.

POUR ALLER PLUS LOIN

” **En boutique, il y a matière à aller plus loin. Aujourd’hui, on ne rentre pas encore dans un univers de savoir-faire artisanal très incarné. Les artistes qui ont travaillé sur l’architecture des boutiques ne sont pas assez visibles, pas assez mis en lumière.**

Sessùn peut aller plus loin pour incarner encore mieux la mission en boutique, notamment en sensibilisant d’avantage à l’histoire de la marque. ”

SARAH CORNE

2.2 Promouvoir et soutenir l'artisanat et les métiers d'art

ACTIONS	CIBLES 2025	RÉSULTAT	ATTEINTE	CHANGEMENT	CIBLES 2026
Humanisation des savoir-faire : portraits de nos fournisseurs	1 reportage par an	Reportage Pedrosa	OUI		1 reportage par an
Mise en avant de savoir-faire textile et fibres	Premier projet de valorisation	Projet Cantillana	OUI		Un second projet de valorisation
	Publication d'un premier document majeur de lecture		N/A	Suppression car doublon	
Participation à la préservation et transmission des savoir-faire			N/A	Nouvel objectif	1 collaboration annuelle avec des artisans/artistes/détenteurs de savoir-faire locaux

HUMANISATION DES SAVOIR-FAIRE : PORTRAITS DE NOS FOURNISSEURS

Nous choisissons nos partenaires de production et nos fournisseurs de tissus en fonction de leurs savoir-faire spécifiques, en privilégiant notamment des structures à taille humaine ou familiales, mobilisées sur des expertises particulières. Si des informations relatives aux étapes de fabrication sont déjà partagées sur les fiches produit et en magasin, Sessùn a souhaité aller plus loin dans la valorisation humaine de sa chaîne de valeur.

À la suite des échanges avec le Comité de mission, cette démarche s'est concrétisée en 2025 par la réalisation d'un portrait approfondi de l'un de nos fournisseurs historiques, Pedrosa. Cette usine partenaire portugaise avec lequel Sessùn collabore depuis plus de dix ans est spécialiste du jersey et fabrique certains produits phares et permanents. Ce travail a permis de mettre en lumière les femmes et les hommes à l'origine de la production, ainsi que les savoir-faire qui structurent cette relation de long terme, marquant une première étape dans la volonté d'humaniser davantage les coulisses de la fabrication.

MISE EN AVANT DES SAVOIR-FAIRE TEXTILE & FIBRES

En 2024, nous avons fixé de nouveaux objectifs pour aller plus loin dans la mise en avant et la participation à la préservation des savoir-faire textiles. En effet, l'enjeu était de valoriser mais surtout de soutenir la cartographie des savoir-faire pour participer à cette transmission de certains héritages précieux qui sont en voie de disparition. Il est essentiel de préserver ces métiers rares, incarnant parfois un patrimoine culturel régional ou des techniques artisanales uniques qui font la richesse du paysage textile mondial.

Ces cibles ont été remaniées pour gagner en pertinence : l'objectif est de participer à un projet de valorisation chaque année, participation à la documentation, mise en avant et cartographie de savoir-faire textile. Ainsi, l'objectif de publication d'un premier document majeur de lecture est partie intégrante du projet de valorisation et n'est pas distingué.

Notre partenariat avec l'association ITINÉRANCE MÉDITERRANÉE a permis d'atteindre cet objectif en donnant vie à un premier projet de documentation et de mise en lumière de ces savoir-faire : CANTILLANA.

Perchée sur les hauteurs de Séville, à l'écart des circuits touristiques, Cantillana perpétue la tradition de l'enrejado - un art du nouage de fils de soie proche du macramé, qui orne les mantones de manila (châles typiques andalous) et incarne un véritable langage culturel et communautaire. Transmise de mère en fille, cette technique, autrefois pilier de l'économie locale, demeure aujourd'hui une pratique vivante mais fragile.

Le projet Itinérance a permis à seize artisanes d'explorer de nouveaux usages contemporains de l'enrejado, élargissant leur horizon créatif et économique au-delà des commandes locales. Cette collaboration a renforcé leur confiance, stimulé l'intérêt des jeunes générations et accru la visibilité de leur savoir-faire à travers des formats artistiques variés (photos, vidéos, podcasts). En ouvrant la voie à de nouvelles opportunités - créations pour des défilés, diversification des revenus - le projet a également consolidé les liens sociaux et la dynamique collective au sein du village.

À l'issue de cette année 2025 et de nos réflexions, un nouvel objectif a été fixé pour être d'avantage ancré dans le cœur de Sessùn : ses collections. La cible est de mener une collaboration par an avec des artistes ou artisan·e·s permettant de mettre en avant des savoir-faire textiles au travers des produits Sessùn.

POUR ALLER PLUS LOIN

” J'ai l'impression que ce qui fait la différence et qui peut vraiment aider un artiste ou une artisane, c'est qu'il y ait un suivi dans les commandes, avec un engagement dans le temps, et que le(s) produit(s) issu(s) de cette collaboration devienne(nt) un peu des basiques de Sessùn.

L'idée de pérenniser le projet sur plusieurs années permet d'avoir un réel impact sur l'artisan/artiste. ”

CAROLINE PERDRIX

OBJECTIF 3

Maîtriser nos consommations et engager nos collaborateur-ric-e-s dans l'écologie

Le troisième objectif du modèle de Société à Mission de Sessùn vise à mesurer et maîtriser les impacts, et engager les collaborateur-ric-e-s dans une dynamique écologique cohérente et partagée. Il s'ancre d'abord dans une attention soutenue portée à l'impact environnemental du cœur d'activité de la marque - qu'il s'agisse des émissions liées à ses opérations, de la gestion des invendus ou des déchets textiles - afin de mieux comprendre où se situent les responsabilités majeures et d'orienter, en conséquence, les choix stratégiques et les priorités d'action.

Mais l'engagement repose également sur la mobilisation des équipes, convaincue que la transition ne peut être portée durablement sans compréhension, appropriation et engagement collectif. Il s'agit ainsi de faire converger performance environnementale stratégique et culture interne, pour inscrire la Mission dans les pratiques quotidiennes autant que dans les choix structurants.

Le comité de mission considère que Sessùn respecte l'objectif statutaire et a mis en œuvre les moyens pour l'atteindre.

3.1 Mesurer, maîtriser et réduire nos impacts dans notre cœur d'activité

ACTIONS	CIBLES 2025	RÉSULTAT	ATTEINT	CIBLES 2026
Bilan carbone : mesure et réduction	Mesure T0 de l'intensité carbone	76kgCO2e/k€	OUI	Définir une stratégie de décarbonation + cible sur l'intensité carbone
Maitrise des impacts liés au transport	Mesure T0 de la part du transport dans le bilan carbone	10% d'aérien en quantités produites Fret = 5,3% des émissions du Bilan Carbone 2025	OUI	
Volume de production et maîtrise des invendus	Explorer / identifier des KPI pertinents sur le volume et les invendus	Valeur des produits mis au rebut sur l'année / CA annuel = 0,0223% en 2025	OUI	A déterminer en fonction des indicateurs de référence choisis
Revalorisation des déchets textiles	Volumes déchets textiles (poids/quantités) Audit stratégie d'achats & invendus	Mesure du volume des déchets textiles Audit stratégie d'achats & invendus Nouvelle segmentation produits	OUI	Suivi du volume de déchets recyclés Définition d'un plan d'actions suite à l'audit Exploration des options de revalorisation
	Exploration des options de revalorisation	Recherches et échanges	OUI	

NOTRE EMPREINTE CARBONE

Comprendre précisément l'impact de nos activités constitue une étape essentielle pour définir nos priorités d'action et orienter nos efforts de réduction. Dans cette optique, Sessùn mesure son empreinte carbone annuelle depuis cinq ans, sur l'ensemble de ses scopes tels que définis par le GHG Protocol, afin d'identifier les postes les plus émetteurs et de suivre l'évolution de ses impacts dans le temps.

En 2025, Sessùn réalise pour la deuxième année consécutive son bilan carbone avec le prestataire SAMI. À la différence des exercices antérieurs, réalisés avec des prestataires et des méthodologies différentes, cette continuité méthodologique permet désormais de disposer de résultats comparables d'une année sur l'autre et d'engager un suivi plus fiable et structuré de l'évolution de l'empreinte carbone de l'entreprise. L'intensité carbone économique de 2025 s'élève à 176 kgCO₂e par millier d'euro.

Le fret représente 5,3% des émissions de 2025 dans le bilan carbone. Cette part surprenamment faible a suscité des débats sur la pertinence de maintenir une cible spécifique. Finalement, il a été décidé de maintenir cet indicateur dédié car les résultats doivent être maintenus et le sujet cristallise des tensions internes et symbolise un niveau d'engagement non négligeable de la part des équipes de production.

Certains échanges ont soulevé le sujet de l'exhaustivité du bilan carbone et du scope 3 en l'absence des données précises des fournisseurs (consommation d'énergie des fabricants). Même si les données sont extrapolées selon des méthodologies rigoureuses, il est prévu d'envoyer un questionnaire dédié à la récolte des données environnementales auprès des fournisseurs pour fiabiliser les résultats du bilan carbone 2025.

Par ailleurs, afin de renforcer l'appropriation des enjeux climatiques en interne, Sessùn a décidé en 2025 d'introduire un critère carbone dans son dispositif d'intéressement. Ce mécanisme repose notamment sur un indicateur d'intensité carbone rapportée au nombre de collaborateur·rice·s, avec pour objectif de sensibiliser les équipes et de les associer concrètement aux efforts de réduction des impacts environnementaux de l'entreprise. Jugé comme un très bon levier par le Comité de Mission, ce dispositif soulève des interrogations sur la fiabilité des données déclaratives et sur la marge de manœuvre individuelle.

L'analyse des écarts d'intensité carbone entre matières conventionnelles et alternatives recyclées a suscité des réactions marquées, tout en ouvrant un débat sur l'équilibre à trouver entre transition climatique et développement de l'activité. Les échanges ont rappelé la complexité des arbitrages à opérer dans le secteur textile, ainsi que les limites méthodologiques des bilans carbone, dont l'intérêt principal réside dans le suivi des évolutions internes d'une année sur l'autre. La vision carbone est à prendre en compte mais à compléter impérativement par d'autres mesures d'impacts et critères de choix.

Les prochaines étapes identifiées portent sur l'élaboration d'une stratégie de décarbonation, le test du critère d'intéressement et le renforcement des actions de sensibilisation, notamment autour des usages énergétiques des locaux.

CIRCULARITÉ

En tant que marque textile, une part significative de l'impact environnemental de Sessùn réside dans la production textile. Cet impact est accentué si les produits ne sont finalement pas utilisés et génèrent donc des déchets textiles et du gaspillage. C'est pourquoi la question de la gestion des invendus, des pièces défectueuses, des prototypes ou chutes de matières est un enjeu central de la maîtrise de nos impacts. Consciente de cette responsabilité, la marque agit à plusieurs niveaux pour une économie circulaire :

REDUIRE

- En amont, d'abord, en limitant la génération même de ces déchets. Contrairement à certaines pratiques du secteur, Sessùn n'a jamais produit de volumes dédiés aux soldes ou à l'approvisionnement spécifique de magasins outlets. Les outlets, tout comme des plateformes partenaires telles que Veepee ou Les Bienfaiteurs, viennent compléter un dispositif d'écoulement incluant la vente en ligne des collections précédentes. Cette organisation permet de réduire significativement le résiduel, les rebuts finaux recyclés. Cet indicateur se mesure par la part (en valeur) que représente les produits mis au recyclage car ne pouvant être commercialisés, sur le chiffre d'affaires généré sur la même année. En 2025, le résiduel représente 0,02% du CA, contre 0,05% en 2024.

- La marque agit également dans ses pratiques de pilotage, en interrogeant la justesse de ses volumes et de son offre. Un audit a ainsi été engagé afin d'évaluer l'efficacité de la stratégie d'achats, de la segmentation et de l'approvisionnement multicanal, avec un double objectif : rationaliser les productions et optimiser leur écoulement, afin de limiter au maximum les surplus. Ces efforts pour « acheter mieux » et développer l'agilité des lancements de production en cours de saison devraient avoir des conséquences positives visibles sur les années à venir, en limitant les surstocks et les invendus.

REUTILISER & RECYCLER

Depuis plusieurs années, Sessùn collabore avec un partenaire spécialisé garantissant le recyclage et la revalorisation des déchets textiles. Les articles sont transformés pour être réintroduits dans d'autres filières, contribuant à prolonger leur utilité et à réduire leur impact environnemental.

La part de déchets textiles augmentent mécaniquement et proportionnellement à la croissance de la marque et le recyclage en boucle ouverte n'est pas pleinement satisfaisante. C'est pourquoi nous explorons d'autres solutions de revalorisation à plus haute valeur ajoutée en 2025. Des pistes ont été creusées mais les réflexions n'ont pas encore permis d'aboutir sur une solution validée et testable pour le moment.

En revanche, de nombreuses initiatives permettent chaque année de donner une seconde vie à une partie de nos déchets textiles (invendus ou défectueux) non commercialisables. En 2025, nous avons upcyclé certains stocks dormants pour remettre au goût du jour les pièces (découpes, ajouts de col ou autres accessoires, reshooting). Des efforts ont également été menés par les équipes de Style pour réutilisés les anciens rouleaux de tissus chez Sessùn ou certains fournisseurs, évitant ainsi d'avoir recours à la fabrication de nouvelles matières. Aussi, une collaboration avec TABLE, marque d'art de la table, a permis d'upcycler des tissus pour en faire des pièces uniques de nappes, serviettes et autres linges de maison. Aussi, une vente caritative au personnel de pièces de maroquinerie défectueuse a permis de tester un nouveau mode d'écoulement de ces stocks.

POUR ALLER PLUS LOIN

” **Pour aller plus loin, nous pourrions explorer la seconde main : beaucoup de concurrents se lancent, on a une carte à jouer là-dessus. La seconde vie du produit est un vrai levier.** ”

LIONEL POTIN

3.2 Sensibiliser et engager les collaborateur-ric-e-s sur leur impact propre

ACTIONS	CIBLES 2025	RÉSULTAT	ATTEINTE	CHANGEMENT	CIBLES 2026
Déploiement des actions de la FDR 2025 et définition de la FDR 2026	% d'actions réalisées	60%	EN ATTENTE	Suppression de l'indicateur à prévoir	
Crédit engagement	> 25% des employés inscrits ont utilisé leur crédit engagement	26%	OUI		> 50% des employés inscrits ont utilisé leur crédit engagement
	> 100 heures d'engagement	214 heures	OUI		> 200 heures d'engagement
Sensibilisation : communication interne, Vendredi, interventions,...	> 1/3 des employés sensibilisés	59%	OUI		> 50% des employés sensibilisés

Sessùn considère que son impact repose autant sur les orientations stratégiques de l'entreprise que sur l'addition des gestes quotidiens portés par ses collaborateur-ric-e-s. Engager chacun-e dans une démarche de sensibilisation apparaît ainsi essentiel, en proposant des espaces pour comprendre, se former et agir de manière concrète.

SENSIBILISATION DES COLLABORATEUR-RICE-S

La sensibilisation s'inscrit à chaque étape du parcours collaborateur-ric-e - dès l'intégration, lors des séminaires, puis tout au long de l'année via les dispositifs de communication interne. L'objectif est de permettre à chaque métier d'identifier ses leviers d'action et d'adopter des pratiques cohérentes avec la Mission. Sur l'outil interne YOOBIC, des contenus RSE sont diffusés chaque semaine : actualités, chartes, modules de formation dédiés (affichage environnemental, B Corp...), temps forts d'engagement ou campagnes de sensibilisation. En complément, la plateforme d'engagement KOMEET est mise à disposition de l'ensemble des équipes proposant des défis de sensibilisation sur différentes thématiques. Ces différents canaux ont permis de sensibiliser 59% des collaborateur-ric-e-s Sessùn, que ce soit au sein du siège que dans les boutiques en France et à l'étranger.

ENGAGEMENT DES COLLABORATEUR·RICE·S

Au-delà de la sensibilisation, Sessùn cherche à structurer l'engagement collectif. Les activités du Comité Colline, premier comité collaboratif interne, traduisent cette volonté. Composé de collaborateur·rice·s du siège et des boutiques volontaires, aux côtés des équipes RH et RSE, il a pour mission de faire vivre concrètement les engagements de la marque. À travers des ateliers d'idéation et des réunions régulières, ses membres proposent et déploient des actions adaptées aux différentes réalités métiers. Les membres du Comité Colline agissent ainsi comme des ambassadeur·rice·s RSE qui participent à la sensibilisation et le déploiement d'actions répondant à différents enjeux - déchets, énergie, numérique responsable... La feuille de route établie pour 2025 a été partiellement déroulée même si certaines actions sont encore en cours (car complexes et chronophages) ou menées par ailleurs par des Groupes de Travail créés entre temps.

Enfin, l'instauration d'un crédit engagement - sous forme de mécénat de compétences ou de bénévolat - permet aux collaborateur·rice·s de s'engager encore d'avantage. Chaque salarié·e en CDI dispose d'une journée par an pour s'investir, sur son temps de travail, auprès de l'association de son choix. La plateforme VENDREDI facilite cette mise en relation et le passage à l'action, individuellement ou en équipe.

En milieu d'année, le Comité de Mission a partagé un constat lucide sur la mobilisation interne : après un premier élan encourageant, la dynamique d'engagement tend à s'essouffler, phénomène jugé assez classique dans le temps. Les échanges soulignent que les démarches collectives semblent plus fédératrices que les initiatives individuelles, même si les contraintes opérationnelles, notamment en boutique, en limitent parfois la mise en œuvre. Il apparaît également que l'engagement ne peut reposer uniquement sur la bonne volonté spontanée ; il nécessite d'être rythmé, incarné et davantage "événementialisé" pour susciter un élan durable.

Les réflexions convergent vers l'idée de construire une véritable culture de l'engagement, inclusive et accessible à tous les métiers, en veillant à réduire les éventuelles distances entre équipes terrain et fonctions supports. L'organisation de temps forts communs, tels qu'une journée solidaire mobilisant l'ensemble des collaborateur·rice·s, est envisagée comme un levier pertinent pour renforcer la cohésion interne tout en donnant corps à la Mission. En 2025, 432 collaborateur·rice·s étaient éligibles au Crédit Engagement. Afin de mesurer plus finement l'appropriation du dispositif, le choix a été fait de rapporter le nombre de collaborateur·rice·s ayant utilisé leur Crédit Engagement au nombre de collaborateur·rice·s disposant d'un compte actif sur Komeet, et non à l'ensemble des collaborateur·rice·s éligibles.

Après des efforts pour davantage mobiliser les collaborateur·rice·s, la fin d'année 2025 recense près de 26% des collaborateur·rice·s inscrit·e·s engagé·e·s auprès d'associations, représentant 214 heures d'engagement associatif, au service d'initiatives telles que le ramassage de déchets ou le soutien à des banques alimentaires.

Une cinquantaine de collaborateur·rice·s du siège ont également participé à des fresques du climat, permettant de renforcer une culture interne commune, sensible et engagée sur les enjeux climatiques.

Même si ces actions ne sont pas celles qui ont le plus d'impacts sur nos enjeux stratégiques, elles permettent d'apporter une cohérence et donnent l'opportunité à tous les métiers de s'engager, à son niveau, dans la Mission de Sessùn.

POUR ALLER PLUS LOIN

” Depuis trois ans, je trouve qu'il y a un vrai mouvement sur la sensibilisation et la formation des collaborateurs. Ça commence à bouger. Au début, je sentais qu'il pouvait y avoir une certaine réticence, notamment autour du Comité Colline. Aujourd'hui, j'ai l'impression qu'il y a eu une bascule culturelle : la mission est davantage perçue comme un élément fédérateur pour les salariés, et moins comme une contrainte du point de vue business. [...] Si aujourd'hui c'est incarné, maintenant il faut le diffuser, l'enjeu est d'aller un cran plus loin, de passer de la sensibilisation à la matérialisation, l'objectivation dans le business, l'opérationnalisation. ”

SARAH CORNE

” Sur l'animation, on peut encore progresser, notamment dans l'engagement des équipes et des managers. Si la voie n'est pas clairement montrée, peu de personnes s'en saisissent vraiment [...] il faudrait que les Area Managers impulsent davantage la dynamique pour fédérer les boutiques. On a pourtant la chance d'avoir cette opportunité. On pourrait imaginer davantage de temps forts pour embarquer les équipes. ”

LIONEL POTIN

OBJECTIF 4

Partager nos valeurs et nos bonnes pratiques avec nos fournisseurs

Cet objectif concerne ses fournisseurs, partenaires essentiels de sa chaîne de valeur et vise à aligner leurs pratiques avec les valeurs de Sessùn. Il repose d'abord sur un cadre structuré et désormais solidement établi constituant un socle commun clair et partagé. Mais au-delà de cette base indispensable, l'ambition est d'aller plus loin, en accompagnant les partenaires sur le chemin que nous avons emprunter. Les embarquer dans notre dynamique de progrès continu se révèle plus complexe et moins linéaire. Elle suppose coopération, transparence et compréhension des réalités économiques de chacun. Cet objectif traduit ainsi la volonté de Sessùn de dépasser une logique de donneur d'ordre pour construire, avec ses fournisseurs, un chemin d'exigence partagée.

Malgré la non atteinte de certaines cibles, le comité de mission considère que Sessùn respecte l'objectif statutaire et a mis en œuvre les moyens pour l'atteindre.

4.1 Assurer le respect d'un socle de valeurs commun

ACTIONS	CIBLES 2025	RÉSULTAT	ATTEINTE	CHANGEMENT	CIBLES 2026
Audit des fournisseurs	> 90% des fournisseurs rangs 1 audités	92,75%	OUI		> 95%
	Lancement des audits de nos fournisseurs de rangs 2 pour le produit à façon		NON		Lancement des audits de nos fournisseurs de rangs 2 pour le produit à façon
Envoi et signature de la charte éthique	> 95%	98,55%	OUI		> 95%
Rédaction et partage du cahier des charges	> 95% fournisseurs de rang 1 signataires		EN ATTENTE	Cahier des charges en cours d'actualisation	Partage du cahier des charges

Chaque fournisseur avec lequel Sessùn collabore fait l'objet d'une sélection attentive. La marque privilégie des partenaires qui partagent ses exigences en matière de qualité, d'engagement et de conditions de production, et qui disposent de savoir-faire reconnus, indispensables à la réalisation précise des modèles conçus. Au-delà de la relation commerciale, Sessùn cherche à inscrire ces collaborations dans une dynamique de progrès continu et commun, afin de répondre collectivement aux enjeux sociaux, économiques et environnementaux du secteur.

AUDITER NOS FOURNISSEURS

Comprendre les conditions réelles de production constitue un préalable essentiel à toute amélioration. En complément des visites régulières menées par ses équipes, Sessùn a structuré une politique d'audits exigeante, renforcée en 2020 par son adhésion à l'ICS (Initiative for Compliance and Sustainability) et l'adoption de ses référentiels, parmi les plus rigoureux du secteur. La plateforme ICS permet de mutualiser les audits entre membres, limitant ainsi les sollicitations répétées des fournisseurs, tout en facilitant le suivi des plans d'actions correctifs et l'accompagnement vers de meilleures pratiques.

En 2025, 92,75 % des fournisseurs actifs avaient réalisé un audit social. Si l'objectif demeure d'augmenter cette proportion, la fluctuation saisonnière des ateliers mobilisés - notamment lorsque des agents répartissent les productions sur des structures de petite taille ou ponctuelles - complexifie la priorisation dans le programme d'audits. Par ailleurs, afin de ne pas faire peser cette charge financière sur ses partenaires, Sessùn assume le coût des audits sociaux, ce qui implique un arbitrage annuel tenant compte des volumes confiés, des certifications existantes (SMETA, BSCI...), ainsi que du niveau de risque associé à la zone géographique, au type de production ou à la taille de l'atelier.

Pour aller plus loin en 2025, nous avons fixé un objectif de lancement des audits de fournisseurs de rang 2 pour les produits à façon : ce sont les fournisseurs de matières (tisseurs ou tricoteurs) avec lesquels nous entretenons une relation en direct. Nous avons initié ce chantier mais n'avons pas pu réaliser d'audit sur l'année 2025.

Nous avons commencé par recenser les fournisseurs dans la base ICS et récolter des documents et avons découvert que la plupart de nos principaux partenaires avaient déjà été audités. Cependant, nous avons fait le constat d'une perception différente des audits par ces fournisseurs. En effet, les audits ne sont pas encore démocratisés pour le rang 2 et le dialogue à ce sujet est moins fluide que pour le rang 1, surtout au vue de la taille que représente Sessùn pour ces acteurs. Cette dynamique est similaire dans l'ensemble secteur et confirmée par différents membres du Comité de Mission. L'objectif n'est donc pas complètement atteint et nous nous interrogeons sur la pertinence de cette action. Les réflexions nous amènent plutôt à prioriser les audits pour certaines étapes de production clé et plus à risque comme les « wet process » (teintures).

Chaque fournisseur avec lequel Sessùn collabore fait l'objet d'une sélection attentive. La marque privilégie des partenaires qui partagent ses exigences en matière de qualité, d'engagement et de conditions de production, et qui disposent de savoir-faire reconnus, indispensables à la réalisation précise des modèles conçus. Au-delà de la relation commerciale, Sessùn cherche à inscrire ces collaborations dans une dynamique de progrès continu et commun, afin de répondre collectivement aux enjeux sociaux, économiques et environnementaux du secteur.

POUR ALLER PLUS LOIN

” **Lancer les audits pour les fournisseurs de rang 2 est un chantier particulièrement complexe. Représenter une part limitée de leur activité rend le rapport coût/retour moins attractif pour eux.** ”

DAPHNÉ JANSSAUD

” **Je pense que le plan social est une priorité, et une fois que ce plan social sera atteint, l'étape suivante sera le plan environnemental. Le retard est tout à fait understandable : le manque de temps, de budget, le fait de devoir prioriser...** ”

FRANÇOISE MOULIN

” **C'est vrai que c'est compliqué parce qu'ils n'ont pas l'habitude, les audits sur le rang 2 ne sont pas du tout généralisés aujourd'hui. Mais cela va se démocratiser au fur et à mesure comme aux débuts des audits de rang 1. Ensuite, il faudra commencer par ceux avec qui Sessùn travaille en direct, puis identifier ceux qui sont le plus à risque, etc.** ”

WENNASSA GHERBOUDJ

ENCADRER NOS RELATIONS

Toute collaboration débute par la co-signature de la Charte Éthique de Sessùn, socle commun qui explicite les principes guidant ses relations d'affaires. Ce document, partagé avec les fournisseurs comme avec les collaborateurs, précise les attentes sociales - respect des droits humains, conditions de travail, prévention des pratiques illicites - ainsi que les engagements environnementaux relatifs à la gestion des déchets, de l'énergie ou des effluents. À fin 2025, 98,55 % des fournisseurs avaient signé cette charte, traduisant la volonté de construire des relations fondées sur la clarté, la responsabilité et l'amélioration continue.

En complément, le cahier des charges fournisseurs a pour objectif de compléter la charte éthique et d'encadrer plus largement la relation avec nos partenaires et les exigences concernant leurs pratiques. Encore en cours d'actualisation sur l'année 2025, il ne sera finalement partagé pour signature à tous les fournisseurs que pour les commandes 2026.

POUR ALLER PLUS LOIN

” **C'est important de gagner de la transparence dans la chaîne de valeur, mais la difficulté est de savoir ce qu'on fait de cette donnée : que demander à ces fournisseurs clés, stratégiques ? Qu'est-ce que ça apporte à la mission ? Comment en faire un outil de pilotage ?** ”

SARAH CORNE

4.2 Accompagner nos fournisseurs dans l'amélioration de leurs pratiques

ACTIONS	CIBLES 2025	RÉSULTAT	ATTEINTE	CHANGEMENT	CIBLES 2026
Suivi des plans d'actions correctifs	Mesurer le T0 de plans d'actions correctifs résolus dans les délais	Sur 9 CAP en 2025, 3 ont été finalisés et fermés	OUI	Définir un indicateur plus pertinent	A déterminer en fonction des indicateurs de référence
Formation et ressources fournisseurs	Déployer un accompagnement ou mettre à disposition des fournisseurs des ressources utiles à l'amélioration de leur pratique	Besoin non identifié	EN ATTENTE	Evaluation des besoins en ressources / temps des fournisseurs	Déployer un accompagnement ou mettre à disposition des fournisseurs des ressources utiles à l'amélioration de leur pratique Poursuivre l'accompagnement environnemental
Satisfaction fournisseurs (relation partenariale, équitable, historique)	Envoyer le questionnaire de satisfaction fournisseurs	Questionnaire envoyé	OUI	Définir un indicateur plus pertinent	Mettre en place des leviers d'amélioration dans la relation en fonction des résultats
	Analyser les résultats	Note moyenne de satisfaction fournisseurs : 9,1/10	OUI		

GUIDER LES FOURNISSEURS DANS LEUR AMÉLIORATION CONTINUE

Soutenir les fournisseurs - en particulier les structures de petite taille, telles que les ateliers familiaux - constitue un levier essentiel d'amélioration des pratiques sociales et environnementales. Au-delà du cadre formel posé par la Charte Éthique et les audits, Sessùn veille à instaurer un accompagnement concret et proportionné aux moyens de chaque partenaire. Cela se traduit notamment par un suivi attentif des plans d'actions correctifs établis à l'issue des audits : définition d'échéances, échanges réguliers, appui dans la mise en œuvre des améliorations identifiées. 2025 devait permettre de définir un indicateur de suivi fiable pour valoriser ces actions mais au regard des résultats et à l'issue d'échanges avec le comité de mission, il a finalement été décidé que cet indicateur ne permettait pas de remplir son rôle de manière satisfaisante (disparités dans les délais et l'intérêt des plans d'actions correctifs...).

Ainsi, il a été convenu de développer un indicateur mesurant à la place les progrès entre deux audits suite aux suivis des plans d'actions correctifs. Aussi, une perspective identifiée était de lancer les audits environnementaux en 2025, ce qui n'a finalement pas été priorisé car les audits sociaux ont été privilégiés. Cependant, les choix opérés en matière de matières premières participent à une dynamique positive sur les changements de pratiques et de culture chez les fournisseurs. En privilégiant des fibres plus responsables, Sessùn adresse un signal clair à sa chaîne de valeur et encourage l'évolution des pratiques de production vers davantage de durabilité. Les décisions de sourcing deviennent ainsi un levier d'influence, incitant les partenaires à réduire leur impact environnemental et à s'adapter à des standards plus exigeants. Consciente toutefois que cet accompagnement peut être approfondi, Sessùn avait pour objectif de définir le meilleur moyen pour guider les fournisseurs dans l'amélioration de leurs pratiques (partage de ressources, conseils opérationnels, outils pédagogiques ou formats collaboratifs). L'ambition était de construire une approche plus partenariale, favorisant des améliorations tangibles - gestion des ressources, réduction des déchets, conditions de travail - et inscrivant les progrès dans la durée, en cohérence avec la Mission. Un sondage dédié a été transmis aux fournisseurs puis analysé, mais les conclusions indiquent qu'à date, il n'est pas attendu par ses partenaires que Sessùn joue un rôle à ce sujet et aucun besoin n'a été identifié. Nous allons poursuivre les recherches pour définir le meilleur moyen d'accompagner l'amélioration des pratiques mais à date, l'objectif reste en suspens et n'a pas été atteint.

POUR ALLER PLUS LOIN

” **Pour que le plan d'actions tienne la route, il faut peut-être réduire fortement le périmètre au départ : concentrer les efforts sur un top 10 fournisseurs, voire un top 5. Une première étape serait de leur transmettre les guides de bonnes pratiques de l'ICS, suivre l'avancement de leurs CAP comme vous le faites déjà, et les accompagner plus concrètement si besoin. C'est vraiment difficile de les embarquer si l'on reste trop large [...] L'idée serait de faire quelque chose de resserré, qui permette d'avancer réellement, plutôt que de s'éparpiller.** ”

TRYSTAN LEROUGE

SUIVRE LA SATISFACTION DES FOURNISSEURS

Historiquement, Sessùn mesurait la part de production confiée à ses « fournisseurs historiques », partenaires de longue date. Dans un contexte de croissance et de diversification nécessaire du sourcing afin de sécuriser les approvisionnements, cet indicateur est devenu moins pertinent.

En 2025, un nouvel outil d'évaluation a été mis en place : un questionnaire de satisfaction adressé à l'ensemble des fournisseurs - agents et fabricants de rang 1. Cette enquête vise à apprécier la qualité de la collaboration, à identifier les points de satisfaction comme les axes d'amélioration, et à mieux ajuster les attentes réciproques dans une perspective de long terme. Vingt-six réponses ont été recueillies, dont trois anonymes, constituant une première base de dialogue structurée pour renforcer la relation partenariale mais un baromètre encore limité par son manque de représentativité.

La note moyenne globale de satisfaction est de 9,1/10¹, ce qui est très positif et les quelques points d'amélioration ont été notés et adressés. Cependant, au regard des conclusions de ce sondage, la pertinence de l'objectif est questionnée.

Globalement, il est apparu à la suite du déploiement du modèle de mission que l'objectif 4.2 n'était pas pleinement satisfaisant et qu'il serait nécessaire de revoir les enjeux adressés et les ambitions que nous souhaitons fixer.

¹Le sondage a été envoyé à l'ensemble des fournisseurs avec lesquels Sessùn travaille, incluant les agents et fabricants de rang 1 (au total 70 sur l'année 2025). 26 réponses ont été recueillies (dont 3 anonymes).

POUR ALLER PLUS LOIN

” Ce qui est sous-entendu quand les fournisseurs répondent qu'ils ne souhaitent pas être accompagnés, c'est peut-être qu'accompagnement signifie un suivi et du coup plus de travail de leur côté, plus de proximité, moins d'autonomie. Il est essentiel d'insuffler les valeurs de la marque, de partager des supports avec un format encourageant destiné aux fournisseurs, pratico-pratique, illustré [...] Il faut imaginer le bon format pour partager les supports importants pour Sessùn. ”

WENNASSA GHERBOUDJ

” Le rôle de Sessùn est d'éveiller les consciences, leur faire part de nos enjeux et leur présenter nos objectifs et nos engagements et les embarquer sur certains choix. ”

LIONEL POTIN

” Il faut trouver la bonne posture et le bon ton pour passer d'un rapport de force client / fournisseur, à une relation horizontale d'écosystème et d'effort partagé. De manière pragmatique, il faut aussi faire comprendre que s'inscrire dans une démarche est une façon de développer son business pour les fournisseurs, y compris pour les rangs supérieurs. ”

GUILLAUME VIGOUROUX

IV.
perspectives
et orientations

L'année écoulée a constitué un véritable tournant. Elle nous a permis de mesurer, dans la mise en œuvre concrète, la solidité de notre modèle de mission mais aussi ses limites. Ce passage du cadre à l'action nous a beaucoup appris : sur notre capacité à avancer, sur nos angles morts, et sur la nécessité d'ajuster pour rester justes.

Nous serons ainsi amené·e·s à faire évoluer notre modèle de mission afin de le rendre plus lisible, plus simple et plus ancré dans le réel. L'enjeu n'est pas de réduire notre ambition, mais de la repositionner au bon niveau : recentrer nos priorités sur les sujets à plus fort impact, clarifier nos objectifs et trouver un équilibre exigeant mais mobilisateur.

Dans cette dynamique, le Comité de mission évoluera également. Nous souhaitons accueillir de nouveaux membres afin d'ouvrir d'autres perspectives, d'enrichir le débat et de travailler plus finement sur les enjeux structurants des prochaines années.

Nous avançons avec humilité et détermination. Le chemin reste long, mais cette année charnière confirme que nous sommes en mouvement : nous apprenons, nous ajustons, et nous grandissons - collectivement - pour construire une trajectoire plus cohérente, plus exigeante et plus vivante.

La beauté est dans le chemin.

LA BEAUTÉ
EST DANS
LE DÉTAIL

sessùn

Avis de l'organisme tiers indépendant relatif à la vérification de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

SAS Sessùn
1 Rue Capitaine Dessemond
13007 Marseille

Aux associés,

En notre qualité d'organisme tiers indépendant (« tierce partie ») accrédité par le COFRAC validation/vérification sous le numéro 3-2190 dont la portée est disponible sur le site www.cofrac.fr, nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur les informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que votre entité s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission telles que présentées dans les rapports du comité de mission et relatives à la période allant du 01/01/2024 au 31/12/2025, joints aux rapports de gestion en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce.

Contexte

La SAS Sessùn a pris la qualité de société à mission en janvier 2023.
Il s'agit de la deuxième vérification par l'organisme tiers indépendant. Elle porte sur les rapports du comité de mission des exercices 2024 et 2025.

La société a pour raison d'être :

Suivre son propre chemin pour incarner une mode durable et sensible qui valorise les savoir-faire textiles, soutient l'artisanat, cultive l'art des rencontres et promeut des partenariats longs en s'inscrivant dans une démarche consciente reposant sur le respect des hommes et des ressources.

Et pour objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans ses statuts :

- Produire des vêtements qui durent (tests, garantie, réparabilité) avec un impact maîtrisé (matières naturelles, aérien, certification oeko-tex, substances bannies), dans la plus grande traçabilité possible ;

Référence de l'avis : AM-SESS-2025-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

- Promouvoir l'artisanat, les métiers d'art et les savoir-faire textiles (ateliers, boutiques, partenaires spécialisés) ;
- Maîtriser ses consommations (énergie, eau, papier) et engager ses collaborateurs sur l'écologie (réunions, infrastructures, actions [collectes, ateliers... crédit formation 5h/an]) ;
- Partager ses valeurs et ses bonnes pratiques avec ses fournisseurs (charte éthique, audit, partenaires long terme).

Conclusion

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous avons constaté :

- le lien entre la raison d'être inscrite dans ses statuts et l'activité de la société ;
- le lien entre les objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans ses statuts et l'activité de la société ;
- le suivi de l'exécution de la mission par le comité de mission ;
- les conclusions favorables du comité de mission sur la pertinence des objectifs ;
- la possibilité de vérifier l'exécution des objectifs ;
- le fait que l'entité ait mis en œuvre des moyens adéquats pour chaque objectif social et environnemental retenu en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrit dans ses statuts ;
- le fait que l'entité ait atteint les résultats qu'elle a définis à la fin de la période couverte par la vérification, pour les objectifs social et environnemental « Produire des vêtements qui durent (tests, garantie, réparabilité) avec un impact maîtrisé (matières naturelles, aérien, certification oeko-tex, substances bannies), dans la plus grande traçabilité possible » et « Promouvoir l'artisanat, les métiers d'art et les savoir-faire textiles (ateliers, boutiques, partenaires spécialisés) » retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrit dans ses statuts ;
- le fait que l'entité ait atteint les résultats qu'elle a définis pour l'objectif statutaire « Encourager la réduction de la consommation d'énergie, pour lutter contre le dérèglement climatique », à l'exception du résultat de l'indicateur « Pourcentage de fournisseurs ayant reçu et signé le nouveau cahier des charges » lié à l'objectif opérationnel « Assurer le respect d'un socle de valeurs commun » sans que l'existence de circonstances extérieures à la société ne le justifie et du résultat de l'indicateur «Accompagnement / mise à disposition de ressources / Accompagnement environnemental des fournisseurs de matières via les choix faits » lié à l'objectif opérationnel « Accompagner nos fournisseurs dans l'amélioration de leurs pratiques » en raison de circonstances externes à l'entité.

Nous avons par ailleurs constaté qu'il n'y a pas d'éléments suffisants et appropriés pour émettre une conclusion sur le respect par l'entité d'objectif environnemental « Maîtriser ses consommations (énergie, eau, papier) et engager ses collaborateurs sur l'écologie réunions, infrastructures, actions [collectes, ateliers... crédit formation 5h/an]) » retenu en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrit dans ses statuts.

Référence de l'avis : AM-SESS-2025-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

Par conséquent,

- la société Sessùn respecte chacune des conditions de l'article L 210-10 lui permettant de faire état de la qualité de société à mission ;
- la société Sessùn respecte les objectifs sociaux et environnementaux « Produire des vêtements qui durent (tests, garantie, réparabilité) avec un impact maîtrisé (matières naturelles, aérien, certification oeko-tex, substances bannies), dans la plus grande traçabilité possible » et « Promouvoir l'artisanat, les métiers d'art et les savoir-faire textiles (ateliers, boutiques, partenaires spécialisés) » qu'elle s'est donnée pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux ;
- concernant l'objectif environnemental « Maîtriser ses consommations (énergie, eau, papier) et engager ses collaborateurs sur l'écologie (réunions, infrastructures, actions [collectes, ateliers... crédit formation 5h/an]) », nous n'avons pas été en mesure d'émettre une conclusion ;
- la société Sessùn ne respecte pas l'objectif « Partager ses valeurs et ses bonnes pratiques avec ses fournisseurs (charte éthique, audit, partenaires long terme) » qu'elle s'est donnée pour mission de poursuivre, en cohérence avec sa raison d'être et son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux.

Commentaires

Sans remettre en cause la conclusion exprimée ci-dessus, nous formulons les commentaires suivants :

- L'objectif statutaire « Maîtriser ses consommations (énergie, eau, papier) et engager ses collaborateurs sur l'écologie (réunions, infrastructures, actions [collectes, ateliers... crédit formation 5h/an]) » est partiellement lié au secteur d'activité de l'entité.
- La formulation de l'objectif statutaire « Partager ses valeurs et ses bonnes pratiques avec ses fournisseurs (charte éthique, audit, partenaires long terme) » est un peu générique.
- Concernant l'objectif statutaire « Produire des vêtements qui durent (tests, garantie, réparabilité) avec un impact maîtrisé (matières naturelles, aérien, certification oeko-tex, substances bannies), dans la plus grande traçabilité possible », nous n'avons pas pris en compte l'indicateur « Note de recyclabilité moyenne » dont la méthodologie de calcul était testée à titre expérimentale et ne semble pas applicable selon le comité de mission, bien que l'indicateur en lui-même soit pertinent. Nous avons par ailleurs relevé que l'entité dédie des moyens importants pour mettre en œuvre cet objectif statutaire.
- Le déploiement opérationnel de l'objectif « Promouvoir l'artisanat, les métiers d'art et les savoir-faire textiles (ateliers, boutiques, partenaires spécialisés) » ne concerne qu'une certaine partie du périmètre de l'activité de l'entité.
- Nous n'avons pas pu conclure sur l'objectif statutaire « Maîtriser ses consommations (énergie, eau, papier) et engager ses collaborateurs sur l'écologie (réunions, infrastructures, actions [collectes, ateliers... crédit formation 5h/an]) » car la déclinaison opérationnelle est insuffisante sur l'eau, l'énergie et le papier (bien que peu lié à l'activité) et les indicateurs liés à l'engagement des collaborateurs dans l'écologie sont partiellement pertinents par rapport à l'objectif statutaire. Toutefois, l'entité mène de nombreuses actions, pertinentes et ambitieuses, pour réduire l'impact environnemental sur son cœur de métier (revalorisation, déchets, transport, émissions de gaz à effet de serre...).
- La méthode de calcul pour suivre l'indicateur « Pourcentage CA du rebut qui part au recyclage » (coût de revient du rebut / CA) lié à l'objectif statutaire « Maîtriser ses

Référence de l'avis : AM-SESS-2025-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

consommations (...) et engager ses collaborateurs sur l'écologie (...) » induit une perception réduite du résultat.

- Concernant l'objectif statutaire « Partager ses valeurs et ses bonnes pratiques avec ses fournisseurs (charte éthique, audit, partenaires long terme) », l'entité a mis en place un plan d'action satisfaisant mais les résultats de deux indicateurs n'ont pas pu être totalement atteints au 31/12/2025.
- Le référentiel et la procédure de collecte des données ne sont pas définis précisément.

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

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

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

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

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

Responsabilité de l'entité

Il appartient à l'entité :

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

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

Ce(s) rapport(s) est (sont) joint(s) au rapport de gestion et présenté à l'assemblée chargée de l'approbation des comptes de la société.

Responsabilité de l'organisme tiers indépendant

En application des dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce, il nous appartient, sur la base

Référence de l'avis : AM-SESS-2025-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

de nos travaux, de formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur le respect par l'entité des objectifs sociaux et environnementaux qu'elle s'est fixés sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission.

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

Indépendance et contrôle qualité

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11 du code de commerce. Par ailleurs, nous avons mis en place un système de contrôle qualité qui comprend des politiques et des procédures documentées visant à assurer le respect des textes légaux et réglementaires, notamment de la norme NF EN ISO/IEC 17029, et des règles déontologiques applicables.

Dispositions réglementaires et textes applicables

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions de l'article R. 210-21, A. 210-1 et A. 210-2 du code de commerce, à la norme NF EN ISO/IEC 17029 et à notre programme de vérification¹ (Programme vérification société à mission Aupeam-A1-v3).

Moyens et ressources

Nos travaux ont mobilisé les compétences de 2 personnes, et se sont déroulés de décembre 2025 à avril 2026 sur une durée totale d'intervention de 8 semaines.

Nous avons notamment mené 15 entretiens avec les personnes responsables de la préparation des informations historiques liées à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, la direction, des membres du comité de mission, des parties prenantes internes et externes et réalisé une visite sur site.

Nature et étendue des travaux

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

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

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

Nos travaux ont porté sur :

- d'une part, la cohérence des objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrits dans ses statuts, de la raison d'être de l'entité précisés dans ses statuts (ci-après « raison d'être ») et de son activité au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux ;
- d'autre part, l'exécution de ces objectifs.

¹ Notre programme de vérification comprend les étapes suivantes :

0. Revue de pré-engagement et lettre de mission
1. Réunion de lancement et planification, prise de connaissance
2. Exécution de la vérification : vérification de la cohérence de la mission
3. Exécution de la vérification : analyse du rôle du comité de mission
4. Exécution de la vérification : vérification de l'exécution de la mission (moyens et résultats)
5. Revue des travaux par le signataire, non-impliqué dans l'exécution de la vérification, et décision
6. Avis motivé et restitution de nos travaux

Référence de l'avis : AM-SESS-2025-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

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

1. Lien entre la raison d'être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus avec l'activité de l'entité
 - Nous avons conduit des entretiens destinés à apprécier l'engagement de la direction et des membres de la gouvernance au regard des attentes des principales parties prenantes internes ou externes concernées par l'activité de l'entité.
 - Nous avons apprécié les processus mis en place pour structurer et formaliser cette démarche en nous appuyant sur :
 - les informations disponibles dans l'entité (par exemple, procès-verbaux des réunions du conseil, échanges avec le comité social et économique, comptes rendus ou support des réunions avec des parties prenantes internes ou externes, analyses des risques) ;
 - la feuille de route de société à mission (ou le modèle de mission) et les derniers rapports du comité de mission établis depuis la dernière vérification ;
 - le cas échéant, ses publications (par exemple, plaquette commerciale, rapport de gestion, rapport intégré, déclaration de performance extra-financière, sur le site internet).
 - Nous avons apprécié si la raison d'être et les objectifs sociaux et environnementaux retenus :
 - sont explicites et permettent à un lecteur qui ne connaît pas l'entité d'identifier son activité ;
 - permettent de comprendre la contribution de l'entité à la société et si l'entité est en capacité de maîtriser et d'agir sur ses enjeux sociaux et environnementaux ;
 - se distinguent de ceux des autres sociétés à mission du même secteur ;
 - sont alignés avec le modèle d'affaires de l'entité ; nous avons vérifié notamment que le chiffre d'affaires de l'entité n'est pas déconnecté de sa raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus et que l'évolution du chiffre d'affaires n'est pas potentiellement sans rapport avec sa raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux retenus voire partiellement contradictoire ;
 - sont exprimés avec des termes précis en lien avec l'activité de l'entité et non avec des termes génériques.
2. Cohérence et articulation de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux au regard des objectifs opérationnels retenus
 - Nous avons apprécié si :
 - les objectifs statutaires sont cohérents avec la raison d'être, s'ils constituent des leviers pour l'accomplir ou des engagements sur la façon de l'accomplir ;
 - les objectifs opérationnels contribuent à l'atteinte de l'objectif statutaire (ou au respect de l'engagement correspondant) et s'ils sont indispensables pour l'atteindre ;
 - l'atteinte des objectifs opérationnels apportera une preuve convaincante de l'atteinte de l'objectif statutaire ou du respect de l'engagement correspondant ;
 - les objectifs opérationnels sont vérifiables et si les mesures retenues sont cohérentes avec eux.
 - Nous avons ainsi apprécié, compte tenu de l'activité de l'entité, la cohérence entre :
 - les informations collectées ;
 - la raison d'être et
 - les objectifs sociaux et environnementaux formulés dans les statuts.

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

Pour ce faire, nous avons réalisé les diligences suivantes :

- Prise de connaissance :

Référence de l'avis : AM-SESS-2025-12

SAS à capital variable au capital minimum de 8000€ · société à mission
Siège social : 24 rue Cécille Dinant 92140 Clamart · contact@aupeam.fr
Immatriculée au RCS Nanterre : 950818278 · TVA intracommunautaire : FR96950818278

- nous avons pris connaissance des documents établis par l'entité pour rendre compte de l'exercice de sa mission, notamment les dispositions précisant les objectifs opérationnels et les modalités de suivi qui y sont associées, ainsi que les rapports du comité de mission ;
- nous avons échangé avec le comité de mission sur son appréciation de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux et, le cas échéant, avec les parties prenantes pour les objectifs qui les concernent. Par ailleurs, nous avons revu l'analyse présentée dans les rapports du comité de mission, les résultats atteints à échéance des objectifs opérationnels en regard de leurs trajectoires définies, pour permettre d'apprécier le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;
- Moyens mobilisés :
 - par entretien avec l'organe de direction de l'entité, nous avons apprécié les moyens financiers et non financiers mis en œuvre pour le respect des objectifs sociaux et environnementaux ;
 - nous avons apprécié, au regard de l'évolution des affaires sur la période, l'adéquation de ces moyens et de ceux visant spécifiquement au respect des objectifs opérationnels par rapport à leurs trajectoires ;
- Sincérité des indicateurs de performance :
 - nous avons vérifié la présence dans les rapports du comité de mission d'indicateurs de performance cohérents avec les objectifs opérationnels et aptes à démontrer leur positionnement sur les trajectoires définies ;
 - nous avons apprécié la sincérité de l'ensemble de ces indicateurs et, notamment nous avons :
 - apprécié le caractère approprié du Référentiel de l'entité au regard de sa pertinence, son exhaustivité, sa fiabilité, sa neutralité et son caractère compréhensible ;
 - vérifié que les indicateurs couvrent l'ensemble du périmètre concerné par la qualité de société à mission ;
 - pris connaissance des procédures de contrôle interne mises en place par l'entité et apprécié le processus de collecte visant à la sincérité de ces indicateurs ;
 - mis en œuvre des contrôles et des procédures analytiques consistant à vérifier la correcte consolidation des données collectées ainsi que la cohérence de leurs évolutions ;
 - mis en œuvre des tests de détail sur la base de sondages ou d'autres méthodes de sélection, consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des pièces justificatives. Ces travaux ont été menés s'il y a lieu par des vérifications sur site et au siège de l'entité et couvrent 100% des données utilisées pour le calcul des indicateurs ;
 - apprécié la cohérence d'ensemble du ou des rapports du comité de mission au regard de notre connaissance de l'entité et du périmètre concerné par la qualité de société à mission.
 - dans le cas où un ou des objectifs sociaux et environnementaux ne sont pas atteints, nous avons pris connaissance des raisons le justifiant, présentées dans le rapport du comité de mission. Au regard du contexte de la société, nous avons apprécié si ces raisons sont liées à des circonstances exceptionnelles, extérieures à l'entité, ne pouvant pas être anticipées au moment où les objectifs opérationnels ont été définis.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance modérée² sont moins étendues que celles requises pour une assurance raisonnable ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Clamart, le : 04/05/2026

L'Organisme Tiers Indépendant, Aupeam
Marie Sabadie-Benoit, directrice associée

² L'assurance modérée est le niveau d'assurance requis pour la vérification des objectifs sociaux et environnementaux des sociétés à mission.