

N°5

juin
2026

Anaïk
MINDFUL INNOVATION FOR BRANDS

RAPPORT DE MISSION 2025

Mettre nos innovations au service de nos engagements pour créer une expérience client alliant émotion et responsabilité



ENGAGEMENT 1

Challenger constamment les standards sociaux et environnementaux de nos produits avec nos parties prenantes.

ENGAGEMENT 2

S'assurer que nos collaborateurs soient engagés et épanouis au quotidien pour contribuer positivement à nos ambitions.

ENGAGEMENT 3

Accompagner nos clients à choisir en conscience des produits plus vertueux.



FRÉDÉRIC DELLOYE

Shareholder & President of the Strategic Committee

Notre boussole

L'environnement géopolitique et ses conséquences économiques mettent à mal les engagements environnementaux et sociétaux des entreprises.

Dans notre écosystème, nous observons que certains acteurs sont confrontés à des arbitrages : le facteur économique l'emporte davantage dans le contexte actuel.

Manque de temps, de moyens, de ressources, de compétences... De nombreux prétextes justifient de relayer la RSE à un second rang ou à plus tard.

Être Société à Mission est éminemment stratégique : la RSE n'est pas une contrainte à évaluer dans les choix économiques mais elle est une véritable boussole qui oriente nos décisions.

Dans ces périodes contrastées, la Mission Anaïk nous a guidés et nous a permis d'accélérer la transformation de notre modèle économique.

Les avantages que nous mesurons :

- Une vision plus claire et alignée entre actionnaires et dirigeants
- Un engagement collaborateurs renforcé
- Un accélérateur d'innovation
- Une professionnalisation des métiers et process
- Une capacité à renforcer les partenariats avec clients, fournisseurs et prestataires

Comme vous le lirez dans ce rapport de mission 2025, Anaïk a particulièrement progressé cette année. C'est une véritable fierté pour nous ! Plutôt que de renoncer ou remettre à plus tard, nous avons su mobiliser notre intelligence collective pour accélérer.

Je tiens à remercier chaleureusement les collaborateurs Anaïk.

Je remercie nos clients de leur confiance, reconnaissant Anaïk comme leur meilleur allié pour leurs enjeux RSE.

Je remercie nos différents partenaires : fournisseurs, prestataires, ONG, conseillers. Ensemble, en transparence et en confiance : suivons notre boussole.

GUILLAUME DE LA DÉBUTRIE

CEO

Faire ce que l'on dit. Vraiment.

Depuis bientôt 20 ans, chez Anaïk, nous avons fait un choix simple : ne pas attendre que le marché nous impose de changer pour transformer notre modèle.

Nous avançons maintenant.

Concrètement.

À notre échelle.

Chaque jour.

Parce que nous croyons qu'il est possible de créer des produits désirables, performants et responsables.

Parce que nous croyons qu'une entreprise peut grandir sans perdre sa cohérence.

Parce que nous croyons que la créativité a plus d'impact lorsqu'elle s'accompagne d'exigence et de transparence.

Cette conviction change notre manière de travailler.

Elle nous pousse à revoir nos matériaux.

À repenser nos filières.

À mieux mesurer nos impacts.

À renforcer nos standards.

À construire des partenariats plus solides et plus durables.

Ce mouvement est déjà visible dans nos métiers, dans nos décisions et dans les projets que nous développons avec nos clients.

Chez Anaïk, la Mission influence la façon dont nous concevons, produisons, décidons et avançons ensemble.

Nous savons qu'aucune transformation sérieuse ne se décrète.

Elle se construit dans le temps, dans les arbitrages quotidiens, dans les détails opérationnels et dans la capacité collective à garder le cap.

C'est exactement ce que les équipes d'Anaïk ont continué de faire en 2025 avec engagement, énergie et lucidité.

Ce rapport de mission reflète cette dynamique.

Une entreprise qui agit plus qu'elle ne promet. Une entreprise qui cherche à progresser plutôt qu'à paraître parfaite.

Une entreprise qui veut contribuer, concrètement, à faire évoluer son industrie.

Et nous avançons avec la conviction que les transformations les plus utiles sont souvent celles qui deviennent irréversibles.






08 Nos avancées de l'année

18 **Engagement #1**

Challenger constamment les standards sociaux et environnementaux de nos produits avec nos parties prenantes




10 Anaïk, Société à Mission



11 Nos équipes

44 **Engagement #2**

S'assurer que nos collaborateurs soient engagés et épanouis au quotidien pour contribuer positivement à nos ambitions




12 Nos certifications



14 La gouvernance Anaïk

62 **Engagement #3**

Accompagner nos clients à choisir en conscience des produits plus vertueux



15 Notre nouveau Modèle de Mission



16 Nos valeurs

76 Conclusion et avis de l'OTI



17 L'avis du Comité de Mission



SOMMAIRE



Intro

Engagement #1

Engagement #2

Engagement #3

Cap sur 2026 & KPI

Intro

Nos avancées de l'année

Anaïk, Société à Mission

Nos équipes

Nos certifications

La gouvernance Anaïk

L'avis du Comité de Mission

Notre nouveau Modèle de Mission



Les chiffres clés de ce rapport

Anaïk fait évoluer sa Mission...

En 2025, Anaïk a repensé son Modèle de Mission pour affirmer une vision plus concrète, plus ambitieuse et plus alignée avec son rôle d'entreprise à mission.

La suite p.15-16

58%

De nos produits vendus étaient sans emballage ou avec un emballage sans plastique

La suite p.23



-16%

D'émissions carbone pour Anaïk

La suite p.26-27

Un management de proximité au service des équipes

En 2025, Anaïk a renforcé son organisation managériale pour accompagner chaque collaborateur au plus près et soutenir durablement l'engagement collectif.

La suite p.52-53

11.5%

Des collaborateurs ont réalisé une mobilité interne sur les deux dernières années

La suite p.50-51

+ de 4

Millions de produits « New Retail » vendus

La suite p.30-31

Mesurer pour mieux transformer

Avec EcoDesignCloud, Anaïk structure la mesure de ses impacts environnementaux et intègre l'écoconception au cœur de chaque décision produit.

La suite p.24-25

28 000€

engagés pour soutenir la transition agricole locale

La suite p.28-29

The Lodge : un nouveau siège pensé pour l'humain et la nature

Inauguré en 2025, The Lodge incarne la vision d'Anaïk d'un lieu de travail durable, collaboratif et inspirant, au service du bien-être et de l'innovation.

La suite p.58-59

90%

Près de 90% de réduction du poids de notre site internet institutionnel

La suite p.73

Renforcer la culture RSE à tous les niveaux de l'entreprise

En 2025, Anaïk a accéléré la sensibilisation et la montée en compétences de ses équipes pour ancrer durablement les enjeux RSE dans les métiers et les pratiques du quotidien.

La suite p.54-55

106,5

Renouvellement de notre certification B Corp™ avec un score de 106,5 points

La suite p.70

Des collections pensées pour guider des choix plus responsables

En 2025, les collections amont écoconçues se sont imposées comme de véritables outils d'aide à la décision pour accompagner nos clients vers des solutions plus vertueuses.

La suite p.66-67



ANAÏK, SOCIÉTÉ À MISSION

NOTRE MÉTIER

Anaïk est un **créateur et fabricant de bagageries, packagings et accessoires engagés et innovants**. Référent international sur de nombreux savoir-faire, tels que la bagagerie, le packaging ou encore les accessoires, Anaïk œuvre pour les marchés de la beauté, du retail et du e-commerce.

NOTRE VALEUR AJOUTÉE

Délivrer des solutions innovantes tout en respectant nos engagements RSE, et en assurant **la conformité, la traçabilité et l'écoconception de nos produits**. Engagée, Anaïk a intégré la RSE à ses stratégies depuis près de 20 ans.



96

Employés dans le monde entier

6.5

Années d'ancienneté

38.1

De moyenne d'âge

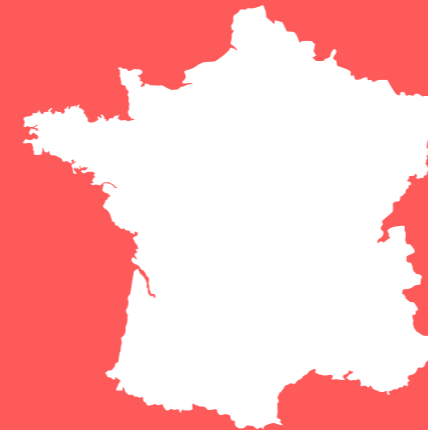
79%

Le % de femmes

21%

Le % d'hommes

6 bureaux
dans 4 pays



France
Lille - Paris



Etats-Unis
New York



Emirats Arabes Unis
Dubai



Chine
Shanghai - Hong Kong

NOS CERTIFICATIONS RSE



Certifications produits



Pour la cinquième année consécutive, Anaïk a reçu la Médaille de Platine EcoVadis, la plus haute distinction décernée par cette organisation indépendante d'évaluation de la performance RSE. Avec un score de 88/100, nous faisons partie du Top 1% des entreprises les mieux évaluées



Après avoir obtenu sa première certification B Corp™ en 2022, Anaïk franchit désormais une nouvelle étape avec le renouvellement de sa certification en 2025. **Notre nouveau score de 106,5 points représente une augmentation de plus de 22 points depuis la première évaluation.**



Anaïk a renouvelé son score CDP Climat B pour 2025. Depuis 2022, Anaïk participe activement au questionnaire sur le changement climatique, motivée par un fort engagement envers la responsabilité et l'amélioration continue.



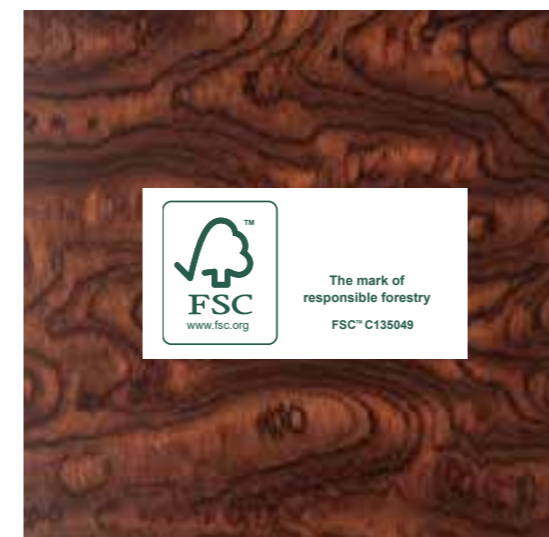
CEM «Entreprise à Mission» depuis 2020 qui cimente notre volonté d'aider nos clients dans leur transition environnementale et sociale.



Anaïk est désormais ambassadeur certifié de EcoDesignCloud. Cette nouvelle étape reflète une ambition commune : structurer les données environnementales et favoriser un changement collectif vers un développement de produits plus responsable.

Depuis 2017 : certifié en chaîne de contrôle FSC®

Depuis 2017, Anaïk est certifiée FSC® en chaîne de contrôle (FSC® C135049). La certification FSC® établit des standards de gestion forestière et permet d'assurer la traçabilité des matériaux et produits certifiés FSC® tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Dans le cadre de ses projets, Anaïk peut proposer des solutions FSC® 100%, FSC® Recyclé ou FSC® Mixte selon les spécifications clients, notamment pour des packagings, supports papier, coffrets et accessoires en bois.



Depuis 2019 : certifié OEKO-TEX® standard 100 en classe II (produits en contact avec la peau)

Chaque produit certifié OEKO-TEX® STANDARD 100 assure que chaque composant a été testé pour les substances nocives selon une liste très stricte et évolutive imposée par le standard. Liste plus restrictive que les réglementations qui garantit que l'article est inoffensif pour la santé humaine.



Depuis 2020 : certifié en chaîne de traçabilité GOTS®

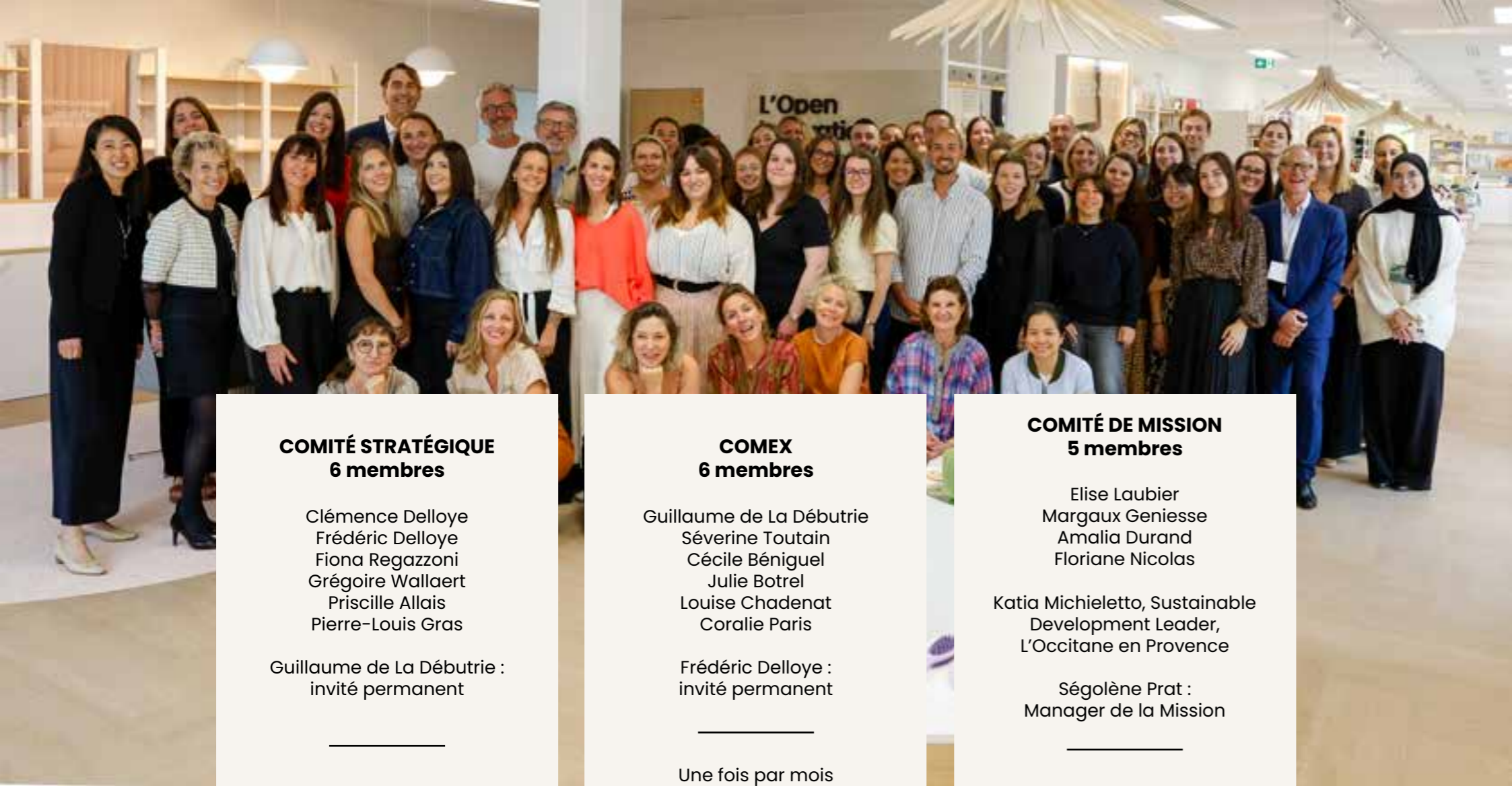
Le standard GOTS® (Global Organic Textile Standard) garantit l'origine biologique des fibres textiles, depuis leur culture dans les champs jusqu'au produit fini. Il définit également des exigences strictes en matière environnementale et sociale tout au long de la chaîne de production. La certification « chaîne de traçabilité » assure la continuité et la fiabilité des flux de matières certifiées à chaque étape du processus.



Depuis 2021 : Certifié en chaîne de traçabilité GRS®

Le standard GRS® (Global Recycled Standard) vise à garantir l'incorporation de matières recyclées dans les produits, tout en encadrant les pratiques sociales, environnementales et chimiques. La certification « chaîne de traçabilité » permet de suivre et de sécuriser les flux de matières recyclées tout au long du processus, depuis leur origine jusqu'à leur intégration dans les produits développés par Anaïk.





COMITÉ STRATÉGIQUE 6 membres

Clémence Delloye
Frédéric Delloye
Fiona Regazzoni
Grégoire Wallaert
Priscille Allais
Pierre-Louis Gras

Guillaume de La Débutrie :
invité permanent

Une fois par trimestre

Définir, mesurer, analyser et adapter la stratégie du groupe et rédiger la feuille de route du Comité Exécutif.

COMEX 6 membres

Guillaume de La Débutrie
Séverine Toutain
Cécile Béniguel
Julie Botrel
Louise Chadenat
Coralie Paris

Frédéric Delloye :
invité permanent

Une fois par mois

Piloter la feuille de route d'Anaïk, prendre les décisions impactantes pour le groupe.

COMITÉ DE MISSION 5 membres

Elise Laubier
Margaux Geniesse
Amalia Durand
Floriane Nicolas

Katia Michieletto, Sustainable Development Leader, L'Occitane en Provence

Ségolène Prat :
Manager de la Mission

Une fois par trimestre

Veiller au bon suivi de la Mission de l'entreprise, évaluer l'évolution des indicateurs extra-financiers et émettre des recommandations auprès du Comité Stratégique.

Anaïk fait évoluer sa Mission !

2025 a été marquée par la mise en place de notre nouveau Modèle de Mission !

Le faire évoluer répondait à notre volonté de rendre notre Raison d'Être encore plus spécifique à Anaïk et supprimer l'utilisation de termes flous qui n'étaient pas alignés avec notre niveau d'ambition (ex : impact positif, durable, 0% impact).

Après **consultation des collaborateurs et du COMEX, le Comité de Mission a formulé une Raison d'être qui décrit concrètement l'activité d'Anaïk**, en incluant la notion d'émotion et de plaisir tout en mettant en avant la place de l'innovation et la RSE chez Anaïk.

La reformulation de notre Raison d'Être a eu un impact direct sur l'ensemble du Modèle de Mission, et notamment sur les objectifs statutaires et indicateurs à impact. Un objectif statutaire dédié à **l'accompagnement des clients dans le choix de produits plus vertueux a notamment été ajouté**, car accompagner nos clients dans leur transition est une priorité chez Anaïk. Ce nouveau Modèle de Mission a été revu par un tiers, La Machine à Sens, un acteur phare de la Communauté des Entreprises à Mission.

Notre nouveau Modèle de Mission induit une mobilisation collective et continue de nos équipes. Il est **au cœur de la transformation d'Anaïk pour continuer à jouer un rôle de leader dans l'adoption de pratiques responsables**, en cohérence avec notre statut d'Entreprise à Mission.

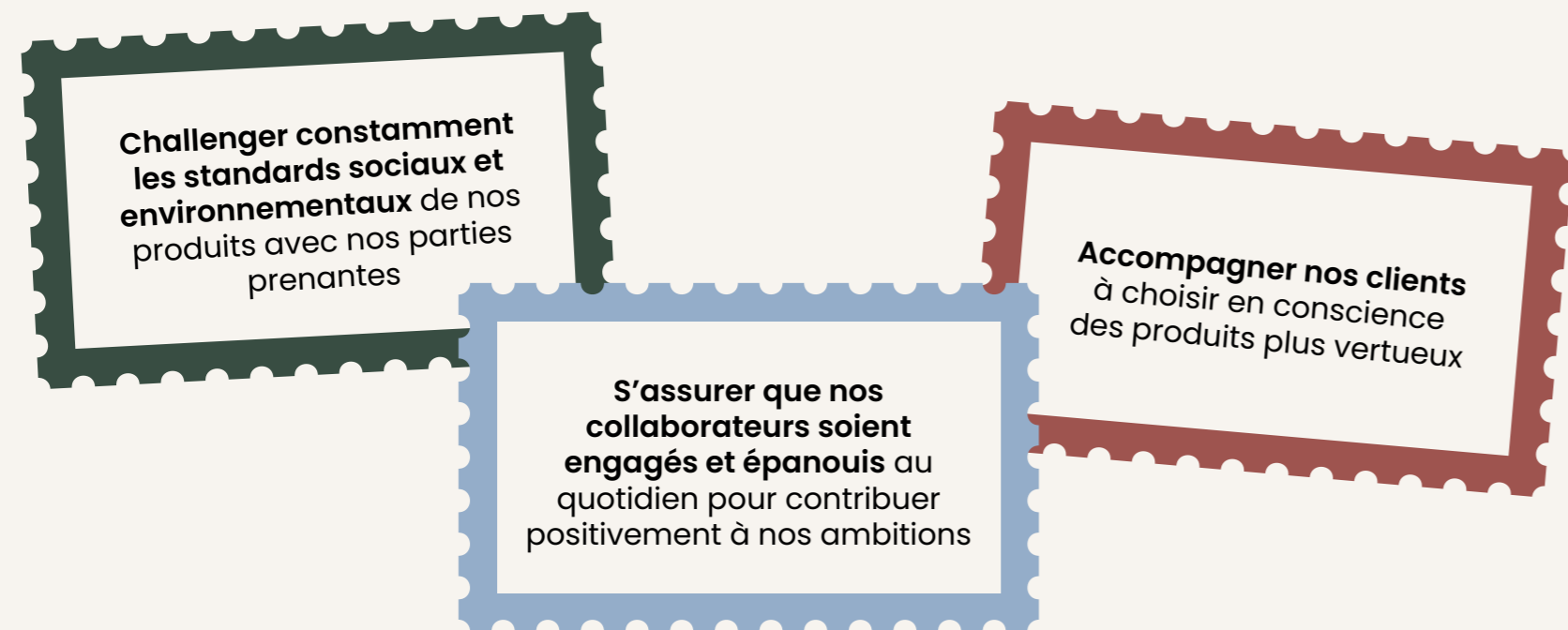
Cette refonte du Modèle de Mission a enfin été l'occasion de revoir les valeurs d'Anaïk, pour que chacun.es s'y retrouve. Faire équipe, c'est aussi se retrouver autour de valeurs communes qui font sens pour toutes et tous.

Anaïk fait



Mettre nos innovations au service de nos engagements pour créer une expérience client alliant *émotion et responsabilité*

Anaïk, créateur et fabricant de cadeaux, packaging et accessoires sur-mesure depuis 1973



Nos valeurs :

L'innovation en conscience

Le pouvoir du partage

La transparence pour la confiance

L'audace par nature

AVIS DU COMITÉ DE MISSION

Bilan 2025

2025 a été une année de transition avec la mise en place de notre nouveau Modèle de Mission, animée par le Comité de Mission et le service RSE auprès des équipes opérationnelles.

La réflexion autour des causes d'Anaïk, initiée par le Comité de Mission, a aussi abouti à un recentrage autour d'une problématique opérationnelle forte pour nos équipes : la fin de vie de nos échantillons de produits en partenariat avec l'Agence du Don en Nature.

Concernant la progression de nos indicateurs à impact, l'année 2025 marque l'introduction de nouveaux indicateurs (No plastic packing, CSR awareness, CSR complementary services to clients etc.), avec de belles progressions observées mais aussi une stagnation pour certains de nos KPIs phares, et notamment Anaïk now (35% produits écoconçus). 2025 a aussi été une année de renouveau avec la mise en place du nouveau Modèle de Mission, mais aussi de nouveaux outils (EcoDesignCloud pour guider nos choix d'écoconception, formation des métiers sales, animation RSE renforcée - impact order, réunions mensuelles commerciales & managers achats, prime RSE-). De cette manière le Comité de Mission encourage Anaïk à poursuivre ses efforts en matière d'écoconception de ses produits.

Enfin le Comité de Mission salue la forte progression d'Anaïk sur son score BCorp™ passé de 84.6 à 106.5 en 2025 : un bel effort qui confirme la maturité d'Anaïk sur ses engagements RSE et sa Mission.

Cap sur 2026

Pour 2026, Anaïk devra maintenir une animation RSE forte auprès des équipes, poursuivre l'intégration de notre outil d'écoconception (EcoDesignCloud) dans le quotidien des équipes opérationnelles afin de guider leurs choix, fiabiliser nos données RSE, poursuivre l'amélioration de notre politique d'Achats Durables, mettre en place et communiquer sur notre Cause, et pousser notre réflexion sur le modèle de transition que nous souhaitons défendre chez Anaïk.

Vous trouverez notre avis détaillé sur chacun de nos indicateurs en fin de rapport.

01

Challenger constamment les standards sociaux et environnementaux de nos produits avec nos parties prenantes



DANS NOS OPÉRATIONS PROPRES

01 Renforcer notre démarche d'écoconception

ANAIK NOW
Politique d'écoconception

35%

Avec un résultat de **35% de produits écoconçus en 2025** (selon notre politique interne d'écoconception ANAIK NOW) **versus un objectif à 50%**, nous maintenons notre volonté de progresser sur cet indicateur en donnant le maximum d'outil à nos équipes pour accompagner nos clients vers des produits plus vertueux.



Nos critères internes d'écoconception : Anaik Now

01

Recyclé
Une matière/composant principal composé à minima de 60% de matières recyclées.

02

Certifié
Un produit ou une matière/composant principal certifié FSC, Oekotex-100, GRS, GOTS, Tencel/Lenzing ou toute autre innovation certifiée.

03

Naturel
Une matière/composant principal composé à minima de 60% de coton bio, lin, jute ou chanvre.

+ Optimiser le poids, volume & la durée de vie du produit



MATIÈRES/FIBRES NATURELLES
(issues de matières premières naturelles)



Exploitation des ressources minérales



Bien-être animal

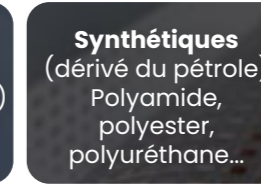


Intrants chimique, consommation en eau, traçabilité

MATIÈRES/FIBRES CHIMIQUES



Déforestation, pollution de l'eau et des sols



Exploitation ressources fossiles, pollution plastique, microplastiques

À éviter

MINÉRALES
Métal vierge

VÉGÉTALES
Coton conventionnel
Bois/papier conventionnel

ARTIFICIELLES
Viscose/Lyocell

SYNTHÉTIQUES
Plastique/polymère vierge

À favoriser (Anaik's preferred materials)

MINÉRALES
Métal recyclé (aluminium & zamak)

VÉGÉTALES
Lin, chanvre, jute, coton recyclé ou bio
Bois/papier FSC et/ou recyclé

ARTIFICIELLES
Tencel™ Lyocell
Viscose Ecovero™

SYNTHÉTIQUES
Plastique/polymère recyclé, rPET, rPA, rPU etc.



PREFERRED MATERIALS

En 2025, Anaik a poursuivi le renforcement de sa démarche d'écoconception en structurant davantage les outils mis à disposition de ses équipes, avec un objectif clair : faciliter l'orientation des choix clients vers des solutions à impact environnemental et social réduit.

Dans ce cadre, un travail approfondi a été mené autour de la définition de nos « Preferred Materials ». Cette initiative vise à clarifier et objectiver la notion de matière « plus vertueuse », en apportant des repères concrets à nos équipes comme à nos clients.

L'approche repose sur l'identification et la classification de fibres et matériaux intégrant des améliorations environnementales et/ou sociales par rapport aux options conventionnelles.

Pour accompagner cette démarche, Anaik a mis en place 2 outils complémentaires :

- Des guidelines générales définissant les principes de notre politique d'écoconception
- Une classification des matières fondée notamment sur leur empreinte carbone, permettant d'orienter les arbitrages de manière plus objective.

En structurant ainsi son référentiel matières, Anaik renforce sa capacité à proposer des solutions alignées avec ses engagements RSE et ceux de ses clients, tout en contribuant à faire évoluer les pratiques de son secteur vers des standards plus lisibles.

Empreinte carbone des matières



Main environmental impacts

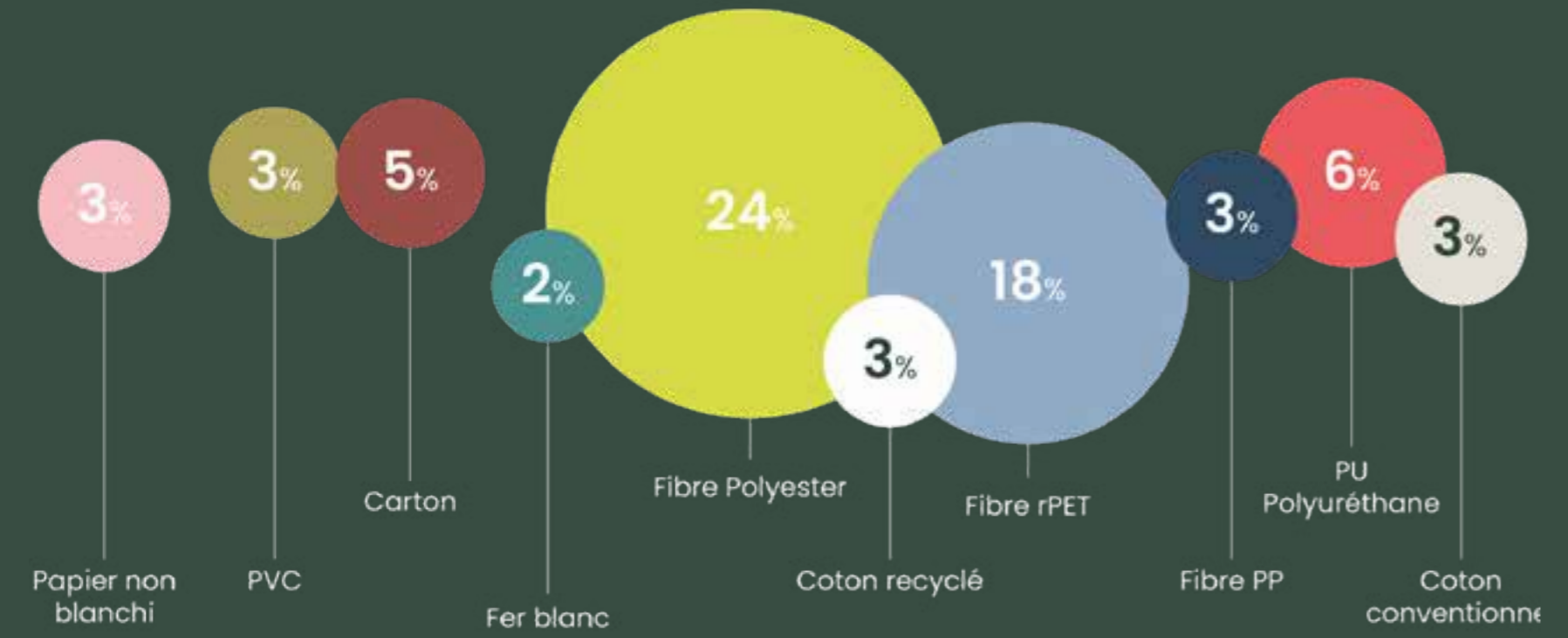
- Acidification
- Particulate matter
- Fossil resource use
- Mineral & metal resource use
- Water use
- Pollution
- Human toxicity - cancer

Prices

- \$ 9450 - 50 000 (rmb/ton)
- \$\$ 50 001 - 120 000 (rmb/ton)
- \$\$\$ 120 001 - 240 000 (rmb/ton)

Les prix sont affichés en rmb/ ton pour pouvoir comparer les textiles et matières entre elles. Cette unité permet de positionner les matières les unes par rapport aux autres.

Top 10 des matières utilisées sur nos produits vendus



SANS EMBALLAGE PLASTIQUE

En 2025, Anaïk a franchi une nouvelle étape dans sa stratégie d'emballage durable en rehaussant significativement son niveau d'ambition. Initialement centrée sur la réduction du plastique vierge, notre approche évolue désormais vers un objectif plus exigeant : tendre vers le « 0 plastique », qu'il soit vierge ou recyclé.

Cette réorientation stratégique répond à plusieurs enjeux structurants. Elle vise en premier lieu à réduire notre dépendance aux ressources fossiles et à limiter les impacts liés à la pollution plastique. Elle s'inscrit également dans une logique d'anticipation des évolutions réglementaires, notamment au niveau européen avec le futur règlement PPWR (Packaging and Packaging Waste Regulation), ainsi que les dispositifs fiscaux nationaux, comme les taxes plastiques en Espagne. Enfin, elle répond aux attentes croissantes de nos clients en matière de solutions d'emballage plus responsables et plus lisibles.

Pour accompagner cette transition, Anaïk privilégie des alternatives sobres et adaptées aux usages. Cela se traduit notamment par le développement de solutions sans emballage individuel, en favorisant les emballages de regroupement, ainsi que par le recours à des matériaux à base de papier et de carton, de préférence recyclés et/ou certifiés. Parmi les solutions déployées figurent notamment le papier glassine, les enveloppes kraft ou encore les fourreaux et étuis en carton, permettant de concilier fonctionnalité, protection des produits et réduction de l'impact environnemental.

Les résultats obtenus en 2025 témoignent de la dynamique engagée, avec 58 % de nos emballages désormais sans plastique, dépassant significativement l'objectif initial fixé à 40 %. Cette performance illustre la capacité d'Anaïk à faire évoluer rapidement ses pratiques, en mobilisant ses équipes et ses partenaires autour d'une vision commune.

En renforçant ainsi son approche de l'emballage durable, Anaïk confirme son engagement à développer des solutions toujours plus sobres, alignées avec ses objectifs environnementaux et ceux de son écosystème.



02 Mesurer et réduire nos impacts environnementaux, *notamment carbone.*

EcoDesignCloud et la mesure de nos impacts environnementaux

En 2025, Anaïk a franchi une étape structurante dans la mesure et le pilotage de ses impacts environnementaux avec le déploiement de la plateforme EcoDesignCloud, une référence sectorielle dédiée aux produits promotionnels et à la PLV, codéveloppée avec L'Oréal et adoptée par les leaders comme LVMH et PUIG.

Cet outil permet de quantifier de manière fiable et harmonisée l'empreinte environnementale de nos produits sur l'ensemble de leur cycle de vie, en s'appuyant sur la méthodologie européenne PEF (Product Environmental Footprint). Chaque produit se voit ainsi attribuer un éco-score, calculé à partir des 16 indicateurs d'impact, offrant une évaluation multicritère et transparente de sa performance environnementale.

Au-delà de la mesure, EcoDesignCloud constitue un véritable outil d'aide à la décision, pleinement intégré à nos processus de développement. Déployé dès la phase de brief, il permet d'orienter les choix structurants (matières, design, accessoires, logistique) en comparant

différentes options et en objectivant leurs impacts respectifs. Cette approche renforce notre capacité à piloter l'écoconception de nos produits, en cohérence avec notre politique interne ANAIK NOW et les exigences croissantes de nos clients.

L'intégration progressive de cet outil à l'ensemble de nos projets permet également de structurer la collecte et l'analyse de données environnementales, désormais traitées avec le même niveau de rigueur que les données financières nous permettant d'avoir des données auditées.

En connectant l'ensemble de notre chaîne de valeur (équipes internes, fournisseurs et clients) autour d'une méthodologie commune, EcoDesignCloud contribue à faire émerger un langage partagé de la performance environnementale. Il constitue ainsi un levier clé pour objectiver les décisions, renforcer la transparence et accélérer la transformation de nos pratiques et de celles de notre écosystème.



À quoi correspond un éco-score ?

Le résultat d'un score n'a pas d'unité (on l'appelle aussi «point»).

Afin d'améliorer la compréhension, le score a été converti en micro-point. Cela signifie que si le score affiché est de 1, c'est 1 micro-point qui équivaut à 0,000001 point.

Plus le score est proche de 0, meilleur est l'impact sur l'environnement.

Un point correspond à l'impact environnemental global d'une personne à l'échelle mondiale en 2010. Il s'agit d'une méthode standard pour évaluer l'impact global du produit. Pour comparer 2 produits, il faut comparer leur score écologique. Plus le score est élevé, plus l'impact environnemental du produit est important.

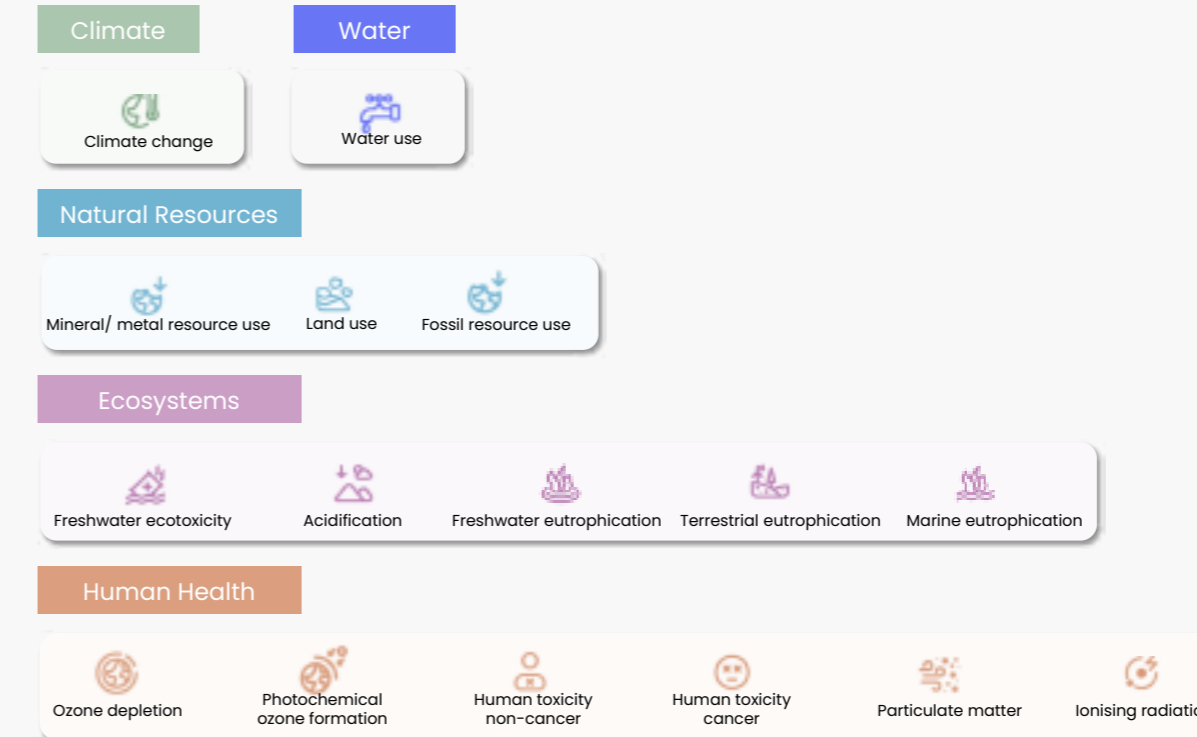


VOUS AVEZ UN ECO SCORE DE

91



Un éco score est calculé à partir de 16 indicateurs d'impact :



SAC SOLAIRE- version PP STRAW



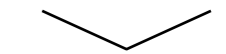
161



Body material : 100% PP straw
Lining : 100% polyester
Handles : 100% polyester

IMPACTS

2,07 kg CO₂ eq
0,47 m³ water world eq
31,96 MJ fossil resource use



SAC SOLAIRE- version PAPER STRAW



66



Body material : 100% paper straw
Lining : -
Handles : 100% rPET

IMPACTS

0,78 kg CO₂ eq = - 62%
0,31 m³ water world eq = - 34%
9,06 MJ fossil resource use = - 72%



RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE CARBONE

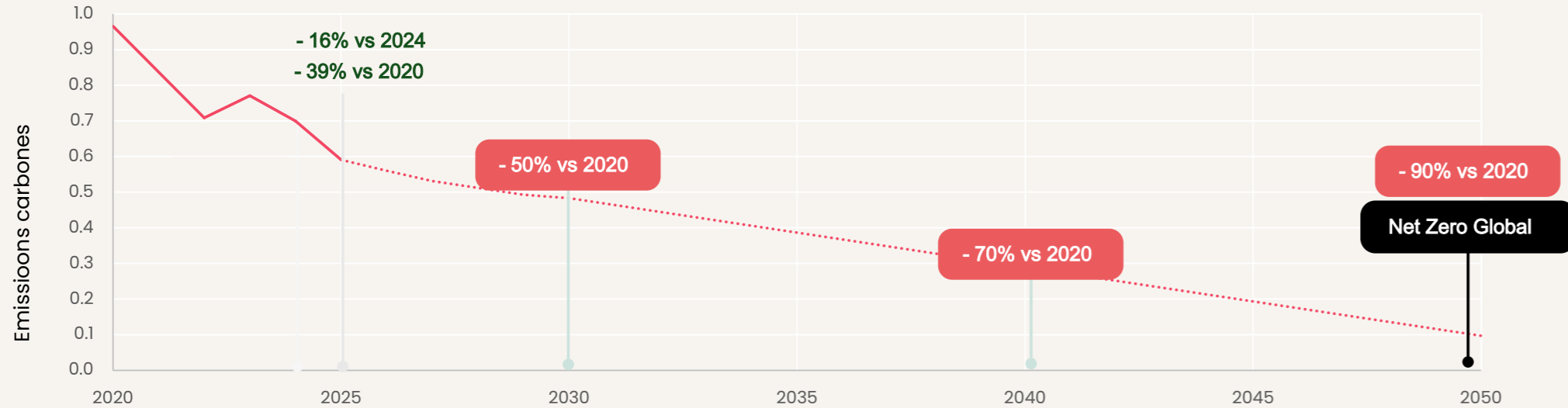
En 2025, Anaïk poursuit le pilotage rigoureux de son empreinte carbone avec l'appui de la méthodologie Greenly, dans une logique d'amélioration continue et d'alignement avec une trajectoire de réduction compatible avec le scénario 1,5°C.

Depuis 2020, cette dynamique se traduit par une réduction significative de nos émissions, atteignant -39% en intensité et -16% en valeur absolue. Ces résultats confirment la pertinence des actions engagées et renforcent notre engagement à atteindre notre objectif de -50% d'émissions en intensité à horizon 2030.

Zoom sur 2025 :

L'année 2025 marque une nouvelle étape dans la fiabilité et la précision de notre mesure, avec un bilan carbone établi à partir de 94% de données physiques. Cette évolution méthodologique permet d'affiner significativement l'analyse de nos impacts et de renforcer la robustesse de notre pilotage.

Sur l'exercice, les émissions s'élèvent à 32 118 tonnes de CO₂, avec des performances supérieures à nos objectifs annuels : -16% en intensité par rapport à 2024 et -9% en valeur absolue. Ces résultats s'expliquent notamment par plusieurs leviers structurants, parmi lesquels l'optimisation de notre offre produits, avec un recentrage sur des solutions à plus faible empreinte carbone, l'arrêt de la part d'équipements électriques et électroniques (EEE), ainsi que les efforts continus d'écoconception, en particulier sur la réduction du poids de nos produits.



Au-delà de la mesure, ce bilan carbone constitue un outil de pilotage stratégique, permettant d'identifier les principaux postes d'émissions et d'orienter nos actions de réduction de manière ciblée et priorisée.

Nos actions en 2026 :

Dans cette dynamique, Anaïk poursuivra en 2026 le déploiement de leviers opérationnels concrets, parmi lesquels l'optimisation de son offre produits en cohérence avec ses objectifs de réduction, le renforcement de l'écoconception, la diminution du volume d'échantillons ainsi que la réduction du recours au fret aérien.

Trajectoire de réduction (en intensité carbone) en cohérence avec nos potentiels de réduction :

-90%

De réduction de l'intensité carbone d'ici 2050

-50% en 2030 ;
-70% en 2040 ;
-90% en 2050.

-6%

De réduction annuelle moyenne jusqu'en 2030

-6%/ an



Poste	Pourcentage
Achat de produits	84.2%
Fret	10.6%
Déchets	2.6%
Achat de services	0.9%
Immobilisations	0.8%
Déplacements	0.6%
Autres	0.3%

32,12 kt of CO₂e
321,2 tCO₂e / Employé

Décerné à Anaïk Group

Comparatif

- ✈️ 17814 Nombre de vols aller-retour Paris / New York
- 🇫🇷 3381 Nombre d'habitants français pour un an



Projets de contribution carbone 2025 : un engagement qui prend racine près de chez nous

Une stratégie climat en deux piliers

Notre politique climat repose sur deux piliers complémentaires : **réduire nos émissions à la source et contribuer à des projets de réduction et de séquestration carbone** lorsque certaines émissions ne peuvent être évitées. La réduction de notre empreinte carbone, dans nos opérations comme dans notre chaîne de valeur, reste notre priorité.

La cagnotte carbone : transformer une contrainte en levier d'action

Certaines contraintes opérationnelles persistent, notamment le recours ponctuel au transport aérien. Pour y répondre, nous avons mis en place un mécanisme de contribution : **la cagnotte carbone**.

Chaque projet client nécessitant un transport aérien génère une **contribution de 100€ par tonne de CO₂** émise, versée dans un fonds dédié. Ce dispositif nous permet de transformer une contrainte en levier d'action climatique, en finançant des projets concrets de séquestration carbone.

Un projet local à Villeneuve-d'Ascq avec Agoterra

Nous avons investi près de 23 000€ dans un projet situé à proximité de notre siège. Certifié Label Bas Carbone,

ce projet vise à **réduire ou séquestrer 547 tonnes* de CO₂ sur cinq ans, dont 419 tonnes financées par nos contributions**.

Il repose sur l'évolution des pratiques agricoles : enrichissement des sols en matière organique, intégration de prairies, réduction des engrais azotés chimiques et maintien de résidus végétaux.

Au-delà de son impact carbone, ce projet présente une forte dimension territoriale : il soutient un agriculteur local engagé dans la transition et rend notre démarche concrète et observable pour nos équipes.

28 000€ investis en 2025

En 2025, cette cagnotte nous a permis d'engager 28 000€ dans des projets de contribution carbone, principalement orientés vers la transition agricole locale.

Un projet complémentaire en Allemagne

En complément, nous avons investi **5000€ dans un projet de séquestration des sols en Allemagne**, certifié par CSA Group, que nous soutenons pour la deuxième année consécutive.

Une démarche complémentaire à la réduction

Cette démarche de contribution carbone s'inscrit en complément de nos actions de réduction des émissions. Elle traduit notre volonté de **transformer nos contraintes opérationnelles en impact positif**, tout en soutenant des projets concrets en faveur de la transition bas carbone.

* La valeur définitive de l'estimation ne sera établie qu'après vérification du projet par un auditeur indépendant et la signature d'une décision administrative de vérification.

03 Développer des matières et produits innovants pour améliorer la qualité environnementale et sociale de notre offre.

NEW RETAIL

Contexte

En 2025, nous avons constaté une évolution significative des attentes clients, avec un besoin croissant de produits dépassant la logique promotionnelle traditionnelle. Ces demandes s'accompagnent d'exigences alignées sur les standards du retail en termes de qualité et de désirabilité. Parallèlement, nous avons identifié une opportunité d'élargir notre offre vers des objets plus durables et plus qualitatifs. Cette dynamique s'inscrit dans une tendance de fond du marché, marquée par le développement des accessoires dans les univers de la beauté, de la mode et de la décoration.

Objectif 2025

Dans ce contexte, nous avons engagé la création d'une collection « New Retail » structurée autour de trois univers : beauty, fashion et lifestyle. L'ambition est de proposer des produits en adéquation avec les tendances de marché, dotés d'un niveau de qualité premium et conçus pour répondre aux usages du retail : produits destinés à la vente, objets de merchandising ou articles à forte valeur perçue.

Bénéfices

- Le développement de cette offre permet de :
- Allonger la durée de vie des produits grâce à une valeur perçue et une qualité accrues ;
 - Favoriser des matériaux plus responsables, durables et, lorsque possible, d'origine européenne ;
 - Renforcer les exigences de conception (usage, réparabilité, choix des matières) ;
 - Développer l'expertise produit des équipes (qualité, confection, impact) ;
 - Réduire les volumes d'objets à faible valeur au profit de produits à impact positif ;
 - Encourager des relations commerciales durables, avec plus de récurrence et de diversification.



Résultats

Cette démarche a abouti à la création d'une collection de plus de 100 produits, conçue au printemps 2025, développée au cours de l'été, puis présentée à l'ensemble des clients en septembre.

La collection a été pensée à la fois comme un support inspiratif et comme une offre directement commercialisable, selon les besoins des marques.

4 255 992

En 2025 nous avons vendu près de 4 255 992 produits en New Retail

+42 %

Le CA du New Retail a ainsi augmenté de 42% en 1 an.



ÉVOLUTION DU MODÈLE ÉCONOMIQUE



La transition de notre modèle d'affaires est profondément liée à notre Modèle de Mission. Devenir Entreprise à Mission et obtenir la certification B Corp™ n'a pas consisté à ajouter une dimension RSE à notre activité. Cela a progressivement transformé notre manière de décider, de concevoir, de vendre et de créer de la valeur.

Notre modèle d'affaires a évolué en profondeur. Historiquement articulée autour de 3 piliers : créativité, compétitivité et maîtrise des délais. Notre performance

repose désormais aussi sur **l'impact environnemental, la traçabilité et l'exigence sociale.** Cette transformation se concrétise à chaque étape de notre chaîne de valeur. Les critères RSE pris en compte en amont des appels d'offres, les choix de matériaux sont arbitrés en fonction de leur impact et non plus seulement de leur coût, et les réflexions d'écoconception interviennent dès la phase de design.

Notre proposition de valeur s'est ainsi enrichie : nous concevons désormais une solution responsable, alignée avec nos ambitions stratégiques et celles de nos clients.



En 2025, cela s'est concrétisé par le **déploiement d'EcoDesignCloud**, notre outil d'écoconception, nous permettant d'intervenir plus en amont, de challenger les briefs et d'accompagner nos clients vers des produits plus vertueux, en soutien à leurs enjeux de réduction d'empreinte, de conformité réglementaire et de reporting.

Le Modèle de Mission influence également sur nos arbitrages internes et notre gouvernance. L'évolution de notre système de prime illustre cette dynamique : les objectifs RSE sont désormais individuels pour mieux orienter nos progrès et renforcer l'alignement entre l'intention et l'action. Ces objectifs sont adaptés en fonction des métiers et des marchés de chaque collaborateur. Cette transformation passe aussi par l'évolution de notre offre/ gamme de produits.



Nos offres packaging et retail avec des matériaux plus légers ou plus nobles, une meilleure durée de vie, des volumes plus justes, une valeur accrue pour le consommateur, sont davantage mises en avant. On observe une progression du retail, signe que notre modèle évolue. Ce levier reste à renforcer pour assurer une transition sur le long-terme.

Enfin, la Mission agit comme un filtre stratégique appliqué à l'ensemble de notre chaîne de valeur : arbitrages d'écoconception facilités, rationalisation logistique et optimisation transport. Dans un contexte de plan stratégique ambitieux, cette cohérence renforce l'engagement des équipes et permet de conjuguer performance économique et utilité.

DÉVELOPPEMENT DE MATIÈRES ET PRODUITS INNOVANTS

Contexte

En 2025, nous poursuivons une dynamique d'innovation ouverte et collective, appliquée à la fois aux produits et aux matériaux. Notre méthodologie, désormais éprouvée, s'appuie sur une collaboration étroite avec l'ensemble de notre écosystème.

Cette démarche mobilise :

- Nos experts internes, guidés par une stratégie d'innovation responsable, nourrie par les tendances de marché et les attentes de nos clients ;
- Nos fournisseurs de rang 1 et 2, dont l'implication croissante est essentielle, notamment sur les sujets liés aux matériaux, afin d'assurer la faisabilité technique, économique et réglementaire des innovations ;
- Une veille active, notamment à travers les market reviews et les salons professionnels, qui nous permet d'identifier des inspirations issues de secteurs connexes, tels que le retail, et de les adapter aux spécificités de notre marché.

Nous privilégions une approche d'écoconception innovante, conciliant durabilité et désirabilité. Cette dernière constitue un facteur clé de succès, en

favorisant l'appropriation et la longévité des produits. Les matériaux jouent un rôle central dans cette attractivité, à travers leurs propriétés sensorielles (texture, toucher, poids, rendu visuel).

Par ailleurs, l'usage reste au cœur de notre réflexion. Nous cherchons à concevoir des produits à la fois polyvalents, durables et adaptés aux usages des marchés cibles, tout en respectant leurs codes de consommation. Avancées

La matière restant le principal levier d'impact à l'échelle de nos produits, nous avons



approfondi leur classification afin de mieux guider nos choix. Sur la base des données disponibles, nous confirmons la pertinence des matériaux recyclés (en particulier le rPET) tout en maintenant une veille active sur les fibres naturelles et les matériaux cellulose artificiels.

Enfin, l'ensemble de nos collections en phase amont est désormais évalué via EcoDesignCloud, permettant d'anticiper les impacts environnementaux et d'orienter les décisions dès les phases de développement.

100+

Collections Anaïk

Une centaine de produits inspirationnels et écoconçus dans les catégories bagagerie, packaging & accessoires.

100+

Tissuthèque

Enrichie de centaines de nouvelles matières à faible impact pour répondre aux briefs clients.

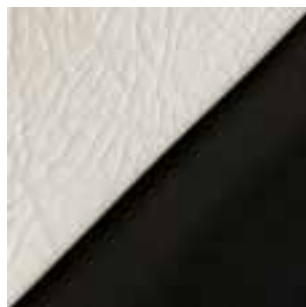
+28%

Augmentation du nombre de produits recyclés vendus*

+28% entre 2025 & 2024

*Est considéré comme recyclé, tout produit dont la matière principale est composée à minima de 60% de matière recyclée (rPET, coton recyclé etc.)

Zoom sur nos solutions d'Open Innovation pour servir l'ensemble de notre marchés.



Zoom textile : Réinventer l'effet cuir sans compromis

En 2025, les effets cuir et leurs déclinaisons (grainé, suédé, vinyle, glossy) s'imposent comme des tendances majeures sur les marchés 2025-2026. Longtemps mis à distance pour des raisons d'écoconception, le similicuir fait aujourd'hui son retour, porté par une forte demande client.

Face à cet enjeu, Anaïk a fait le choix de développer des alternatives innovantes, conciliant désirabilité, performance technique et réduction de l'impact environnemental.



2 axes principaux ont été explorés :

- Une approche en trompe-l'œil, reposant sur des textiles 100 % recyclés (rPET) travaillés via des traitements de surface (gaufrage, grattage) permettant de recréer des effets visuels et tactiles proches du cuir (veiné, grainé, croûte, suédine), sans recours à des résines superficielles (cette approche permet également une réduction significative du poids des matières)



- D'autre part, une alternative aux structures classiques en PU a été développée via des procédés de lamination appliqués à des bases textiles recyclées - ces solutions permettent d'obtenir des rendus brillants ou vinyle, tout en conservant une structure allégée, la lamination représentant une part marginale du poids total.



Zoom poids : Alléger les structures pour réduire l'impact

Le poids des produits constitue un levier majeur d'optimisation environnementale, notamment dans les catégories de bagagerie et d'accessoires, où les renforts internes représentent une part significative de l'empreinte globale.

Après avoir exploré les alternatives en matières recyclées, Anaïk a engagé une réflexion plus structurelle en repensant en profondeur les modes de conception et d'assemblage des produits.

L'enjeu : concevoir des produits à la fois esthétiques, fonctionnels et livrables à plat, tout en réduisant

leur poids et le nombre de composants. Cette approche passe notamment par la suppression ou la substitution des renforts traditionnels (intissés, mousses), au profit de structures textiles innovantes.

La collection 2025 a ainsi permis d'expérimenter des solutions basées sur des mesh 100 % recyclés (rPET), à la fois légers, techniques et visuellement différenciants. Ces structures en transparence, en phase avec les tendances actuelles, permettent de concilier réduction d'impact et maintien d'un haut niveau de désirabilité.

Zoom pack : Innover dans la conception des formats discovery kits

Dans un contexte de forte croissance des formats « discovery kits », Anaïk a développé en 2025 une solution packaging à forte valeur perçue, issue de sa collection Inno Pack, en collaboration avec un partenaire européen.

Cette innovation repose sur une approche à la fois fonctionnelle et environnementale. Le pack est conçu pour être livré à plat, optimisant ainsi le transport et réduisant les volumes logistiques. Son système de montage repose sur un mécanisme de clipsage permettant de former la cale intérieure en volume, sans recours à la colle.

Ce dispositif constitue une avancée notable en matière d'écoconception, en simplifiant la structure du packaging tout en facilitant son recyclage.

Sur le plan esthétique, une interprétation premium de la cannelure a été développée, notamment via des teintes sombres, permettant d'adresser des univers exigeants, y compris le secteur du luxe. Ce modèle, déposé par Anaïk, a été particulièrement bien accueilli lors de présentations clients et d'événements tels que le salon Luxepack.



Zoom métal : Explorer de nouvelles alternatives au zamak

En 2025, le retour en force des accessoires métalliques s'accompagne de nouveaux défis en matière d'impact environnemental. Si le zamak recyclé reste une solution largement utilisée, Anaïk a engagé une réflexion pour diversifier ses alternatives et réduire davantage l'empreinte de ces composants.

L'un des axes de travail consiste à explorer des matériaux présentant un meilleur ratio poids/volume, permettant de diminuer les impacts liés à la matière et au transport. Dans ce cadre, des solutions telles que les plastiques recyclés galvanisés ou encore l'aluminium ont été étudiées.

Cette démarche s'inscrit dans une logique d'Open Innovation, mobilisant un groupe de travail dédié, incluant notamment une expertise achat métal en interne. L'objectif est de développer des solutions techniquement fiables, esthétiquement qualitatives et prêtes à être déployées à plus grande échelle dès 2026.



01 Assurer une meilleure maîtrise de notre chaîne de valeur en *renforçant nos audits et notre traçabilité*

SECURISATION DU PARC FOURNISSEURS

En 2025, Anaïk a significativement renforcé la sécurisation de ses chaînes de production dans un contexte d'évolutions internes et externes.

L'année a été marquée par des cas de non-conformité sociale chez certains clients majeurs, largement médiatisés, entraînant des impacts réputationnels et un durcissement de leurs exigences, notamment en matière de scoring social. Par ailleurs, certains clients ont étendu leurs audits au-delà du premier rang de fournisseurs, jusqu'aux rangs 3 et supérieurs.

Anaïk a également été confronté à un cas de tentative de corruption chez un fournisseur de rang 2, conduisant à un renforcement immédiat des dispositifs de prévention, avec des actions correctives et des initiatives de formation en interne et en externe.

Dans ce contexte, l'entreprise a renforcé ses exigences de sélection et de suivi des fournisseurs, en élargissant son attention aux composants et matières utilisés. Une mise à jour de la cartographie fournisseurs a été engagée, accompagnée d'une demande accrue de transparence auprès des fournisseurs de rang 1. Cette démarche a permis d'identifier plus précisément les composants critiques et d'ajuster les standards en conséquence.

En parallèle, 2025 a vu le déploiement du portail fournisseur auprès des partenaires stratégiques et collaboratifs. Connecté à l'ERP WebStore, cet outil améliore le suivi et la transparence de la chaîne de valeur.

Le portail permet la mise à jour en temps réel des informations (audits sociaux, certifications, conformité réglementaire), ainsi que le suivi des commandes et des productions, en garantissant la réalisation des audits et le suivi des plans d'actions correctifs.

L'année 2025 constitue une phase de déploiement progressif. À terme, cet outil vise à structurer davantage les pratiques de suivi et à renforcer durablement la transparence de l'écosystème.

120

Fournisseurs de rang 1.

32

Best Partners couvrant 83% de nos volumes d'achats.



02 Sélection et animation de nos fournisseurs

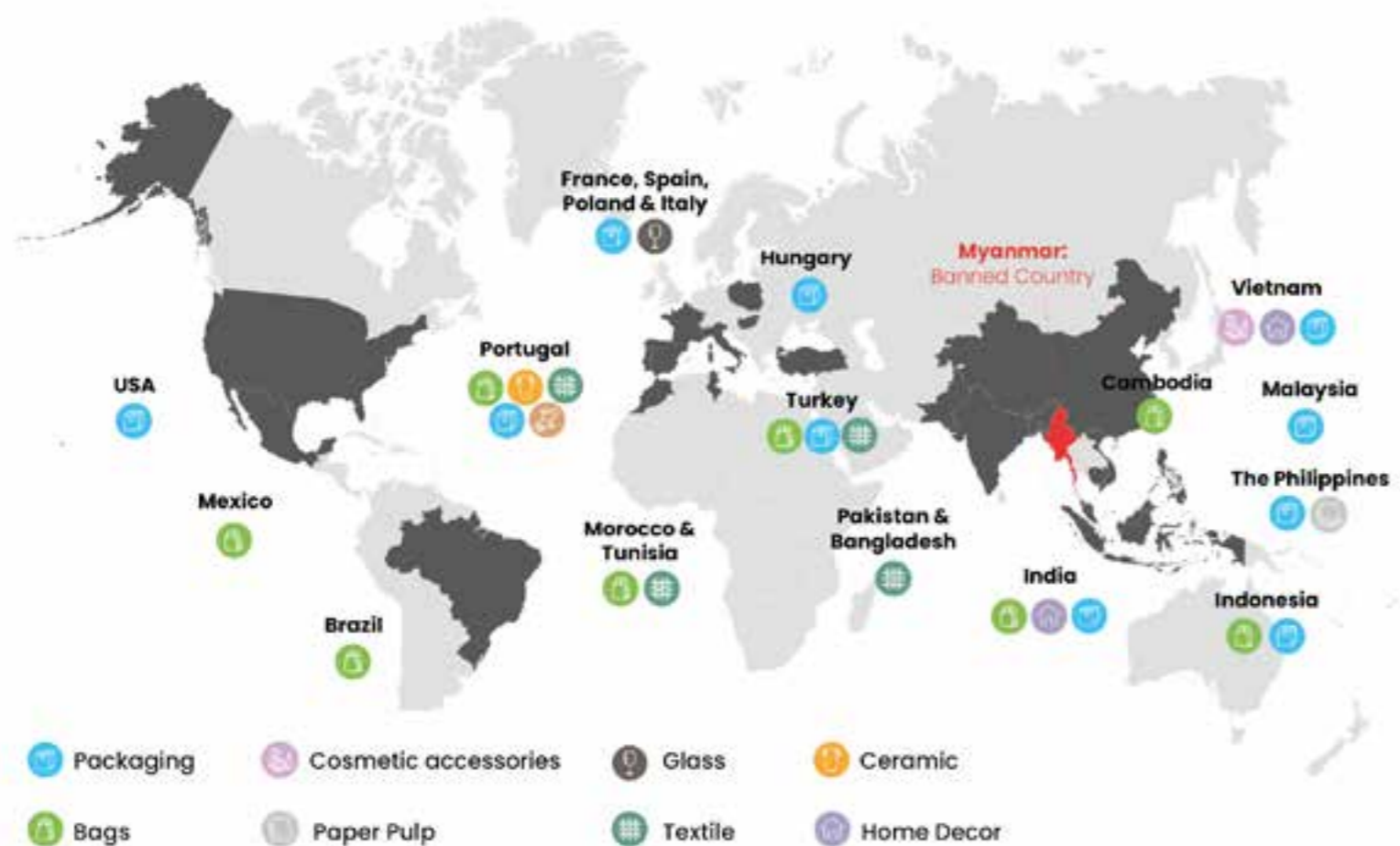
PILOTAGE RSE DE NOS FOURNISSEURS

Dans le cadre de la maîtrise de sa chaîne de valeur, Anaïk s'appuie sur un dispositif structuré de conformité et d'évaluation de ses fournisseurs, visant à garantir le respect des exigences sociales et environnementales tout au long de la production.

Ce dispositif repose notamment sur un système d'audits, permettant de sécuriser les achats réalisés auprès de fournisseurs conformes à nos standards. En complément, Anaïk évalue la performance RSE de ses partenaires à travers la plateforme EcoVadis, qui constitue un référentiel reconnu à l'échelle internationale.

À ce jour, 29 fournisseurs de notre parc sont évalués via EcoVadis. Leur score moyen s'élève à 53,5, reflétant un niveau de maturité intermédiaire, avec des marges de progression identifiées. Parmi eux, 12 fournisseurs ont amélioré leur score, soit 75 % des partenaires évalués, témoignant d'une dynamique positive d'engagement.

Si aucune action spécifique d'animation ou de suivi des scores EcoVadis n'a été formalisée en 2025, ces résultats constituent néanmoins une base solide pour structurer, à l'avenir, une démarche plus proactive d'accompagnement et de montée en compétence de notre écosystème fournisseurs.



Le Myanmar a été exclu de notre parc fournisseurs en raison du contexte politique et de la présence de la junte militaire, ne permettant pas de garantir un accès suffisant aux usines ni le respect de nos exigences en matière de transparence et de conformité.

LA TRAÇABILITÉ ET LA TRANSPARENCE DANS LES CHAÎNES DE VALEUR : PARTAGER LES BONNES PRATIQUES POUR AVANCER PLUS VITE !

Les enjeux de traçabilité, de devoir de vigilance et de réduction des impacts environnementaux sont intimement liés à nos parties prenantes. Pour progresser sur ces sujets complexes, nous avons fait le choix en 2025 de nous nourrir d'expériences externes en créant un espace d'échange inédit.

La « Pause Supply » est un format né d'un besoin collectif. Nous avons rassemblé autour d'une table ronde des acteurs qui nous ressemblent : des entreprises engagées, concernées par les mêmes enjeux supply chain, et confrontées aux mêmes défis réglementaires et environnementaux. Ce format, que nous avons baptisé la « Pause Supply », est né de la conviction qu'on avance mieux ensemble.

La première édition a eu lieu en novembre 2025, elle rassemblait des participants venant du commerce du meuble, de l'industrie du café, des douanes et de la logistique, et portait sur un sujet aussi stratégique que complexe dans sa mise en œuvre : la réglementation européenne EUDR contre la déforestation.

La Pause Supply nous a permis d'échanger collectivement sur la compréhension de cette réglementation, d'identifier les difficultés concrètes de mise en œuvre et de partager les bonnes pratiques entre secteurs. La diversité des participants a enrichi les perspectives et permis des éclairages que nous n'aurions pu obtenir en vase clos. Fort du succès de cette première édition, nous avons décidé de reproduire la Pause Supply en 2026 avec de nouveaux sujets. Ce format agile et collaboratif s'impose comme un levier précieux pour progresser sur des problématiques qui dépassent notre seul cœur de métier mais qui impactent directement notre capacité à répondre aux exigences croissantes en matière de RSE et de conformité réglementaire.

Focus Réglementation EUDR

Le règlement européen contre la déforestation (EUDR), initialement prévu pour fin décembre 2025, a été reporté à fin 2026. Il impose une traçabilité absolue depuis la parcelle forestière jusqu'à la livraison au consommateur final, mobilisant l'ensemble de la chaîne de valeur.



03 Optimisation transport & logistique

En 2025, notre chaîne d'approvisionnement a poursuivi sa transformation grâce à des actions ciblées et mesurées. Les efforts engagés en 2024 ont porté leurs fruits : nous avons significativement réduit notre recours au transport aérien, renforcé nos processus de décision et consolidé la culture RSE au sein de nos équipes.

Un résultat majeur : la réduction de l'aérien

Nous avons travaillé en profondeur avec notre client le plus consommateur de transport aérien. Grâce à l'implication conjointe des équipes commerciale et logistique lors d'un nouveau brief, nous avons obtenu une réduction drastique du nombre d'expéditions aériennes sur ce compte. Ce résultat illustre la puissance de la collaboration interservices lorsqu'elle est orientée vers un objectif environnemental clair.

Concrètement, l'équipe commerciale a joué un rôle pivot : elle a su engager le client dans une réflexion sur ses délais et ses contraintes, permettant d'identifier des alternatives maritimes ou routières jusqu'alors sous-exploitées. L'équipe logistique a accompagné cette transition en garantissant la fiabilité des solutions proposées.

Une décision GO/NO GO intégrée plus en amont dès le brief

Fort du succès du process de validation initié en 2024, nous avons franchi une nouvelle étape : la décision GO/NO GO est désormais dès le brief, bien en amont de la commande. Cette évolution majeure permet d'anticiper les arbitrages et d'éviter les situations d'urgence qui conduisent mécaniquement au recours à l'aérien.

Un logisticien est désormais impliqué dès cette phase initiale, aux côtés des équipes commerciales et de la Direction. Sa présence au brief si il y a un enjeu "aérien" garantit que les contraintes opérationnelles et environnementales sont intégrées dès l'offre. Chaque demande fait l'objet d'une validation formelle, validée



ou invalidée par la Directrice Supply Chain et le CEO, en lien direct avec le logisticien référent et le commercial.

Des actions continues tout au long de l'année

Les résultats obtenus en 2025 sont le fruit d'un travail de fond mené tout au long de l'année, avec plusieurs leviers activés en parallèle :

- Sensibilisation renforcée des équipes opérationnelles aux impacts CO₂ du transport aérien, avec des indicateurs mis à jour régulièrement
- Accompagnement des commerciaux dans le dialogue avec les clients : partage des alternatives, explication des enjeux environnementaux, proposition de compensations carbone lorsque l'aérien est inévitable
- Suivi proactif des expéditions en collaboration avec les acheteurs et clients, permettant d'anticiper les besoins et de sécuriser les délais sans recours à l'urgence

Un process reconduit et des équipes reformées

Étant donné les résultats positifs de l'ensemble de ces actions, nous avons décidé de reconduire le process de décision GO/NO GO pour 2026, en l'ancrant définitivement dans notre fonctionnement.

Dans ce cadre, les équipes opérationnelles ont été reformées sur les nouvelles procédures et responsabilités. Cette formation vise à pérenniser les réflexes acquis et à embarquer les nouvelles recrues dans notre démarche RSE transport.

92%

Maritime

6%

Routier

1%

Aérien

1%

Train

93%

Taux de transport livré à temps



LE BILAN

Engagement #1 : Challenger constamment les standards sociaux et environnementaux de nos produits avec nos parties prenantes.

Renforcer notre démarche d'éco-conception

Indicateur stratégique	2022	2023	2024	Résultat 2025	Objectif 2025	Objectif 2030	
ANAIK NOW % des produits intégrant nos critères internes d'éco-conception	35%	34%	33%	35%	50%	75%	À renforcer
SANS EMBALLAGE PLASTIQUE % des produits vendus sans emballage ou avec un emballage sans plastique*	76%	83%	93%	58%**	40%	100%	Atteint

Notes méthodologiques :

* Jusqu'en 2024, l'indicateur «No Plastic Packaging» valorisait les produits sans emballage ainsi que les emballages hors plastique vierge (plastique recyclé, carton, papier...).

** Compte tenu du niveau de performance atteint, Anaïk a renforcé son exigence en 2025 : l'indicateur valorise désormais uniquement les produits sans emballage ou avec des emballages sans plastique, afin d'encourager la réduction globale de l'usage du plastique et la dépendance aux ressources fossiles.

Développer des matières et produits innovants, et challenger notre modèle d'affaires pour améliorer la qualité environnementale et sociale de notre offre.

ANNÉES	2020	2021	2022	2023	2024	2025
ÉTAPE STRUCTURANTE	Adoption du statut d'Entreprise à Mission	Réalisation du premier Bilan Carbone avec EcoAct	Obtention de la certification B Corp™	Réalisation du premier Bilan Carbone avec Greenly	Création du New Retail : développement d'une offre pensée pour des produits à plus forte valeur d'usage et de durabilité	Re certification B Corp™ Accélération du New Retail Intégration d'EcoDesignCloud Mise en place d'une prime RSE individuelle

Les recommandations du Comité de Mission

Le Comité encourage Anaïk à poursuivre les efforts engagés dans l'évolution de son modèle d'affaires, en continuant de challenger ses pratiques et son offre au regard de ses ambitions environnementales et sociales.

Les recommandations du Comité de Mission

ANAIK NOW

Le Comité de Mission recommande une prime RSE individuelle dédiée à cet indicateur pour les équipes commerciales (prévue pour 2026), une synergie plus importante avec les équipes achats & sales avec une formation RSE dédiée aux équipes achats sur l'année 2026, et une intégration plus systématique de l'outil d'écoconception EcoDesignCloud dans le quotidien des équipes.

NO PLASTIC PACKING

Le Comité encourage Anaïk à renforcer son engagement en faveur de la suppression des emballages plastiques, en faisant du sans plastique un axe stratégique prioritaire lorsque les conditions marché le permettent.

Mesurer et réduire nos impacts environnementaux, notamment carbone.

Indicateur stratégique	2022	2023	2024	Résultat 2025	Objectif 2025	Objectif 2030	
RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE CARBONE Évolution des émissions de GES en intensité	/	+13%	-10%	-16%	-5%	/	Atteint

Assurer une meilleure maîtrise de notre chaîne de valeur en renforçant nos audits et notre traçabilité

Indicateur stratégique	2021	2022	2023	2024	Résultat 2025	Objectif 2025	
ACHATS CONTRÔLÉS Part des achats réalisés auprès d'usines auditées (en Asie)	79%	74%	75%	85%	88%	85%	Atteint
ACHATS SUIVIS Part des achats tracés	/	/	/	/	Structuration de la donnée en cours*	15%	

Notes méthodologiques :

* Des développements IT sont en cours afin de fiabiliser l'extraction et la consolidation des données de traçabilité.

Engager nos fournisseurs dans la transformation sociale/ environnementale

Indicateur stratégique	2020	2021	2022	2023	2024	Résultat 2025	Objectif 2025	Objectif 2030	
BEST PARTNERS ECOVADIS Part des achats réalisés auprès de Best Partners Asie évalués EcoVadis	23%	35%	22%	26%	30%	65%	50%	90%	Atteint
ÉVOLUTION DU SCORE ECOVADIS Évolution du score moyen EcoVadis des fournisseurs suivis en Asie	/	/	/	48	50	52.5*	+3 pts VS 2024	60	À renforcer

Notes méthodologiques :

* Soit une progression de +2,5 points par rapport à 2024.



Les recommandations du Comité de Mission

RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE CARBONE

Le Comité souligne l'importance d'intégrer pleinement les enseignements du Bilan Carbone 2025 dans la stratégie commerciale d'Anaïk, en privilégiant la mise en avant des produits les moins émetteurs et en orientant la prospection commerciale vers des clients réceptifs à cette démarche de réduction carbone.

ACHATS CONTRÔLÉS

Le Comité salue les progrès réalisés dans la fiabilisation des données achats et encourage Anaïk à poursuivre les efforts engagés pour renforcer la traçabilité et la maîtrise de sa chaîne de valeur.

ACHATS SUIVIS

Le Comité considère comme prioritaire la mise en place d'outils permettant un suivi fiable et consolidé de la traçabilité des achats.

BEST PARTNERS ECOVADIS

Le Comité de Mission préconise de réaliser un mapping consolidé des fournisseurs évalués via EcoVadis afin de disposer d'une vision claire et actualisée de la couverture, puis de poursuivre la mobilisation des Best Partners non évalués en les incitant à compléter le questionnaire EcoVadis annuellement.

ÉVOLUTION DU SCORE ECOVADIS

Le Comité de Mission préconise de clarifier la répartition des acheteurs référents par fournisseur et par usine, afin que chacun dispose d'une visibilité précise sur le panel dont il a la responsabilité et puisse en assurer un pilotage plus efficace. Enfin, pour mieux accompagner les fournisseurs et garantir leur progression en matière de durabilité, le Comité de Mission recommande de renforcer la politique d'achats durables en établissant un processus de sélection plus rigoureux basé sur des critères RSE.



02

S'assurer que nos collaborateurs soient engagés et épanouis au quotidien pour contribuer positivement à nos ambitions



AUGMENTER LE NIVEAU D'ÉPANOUISSEMENT PROFESSIONNEL DES COLLABORATEURS

01 Baromètre RH

Mis en place en 2020, le baromètre RH constitue un outil central de mesure de l'engagement et de l'épanouissement des collaborateurs chez Anaiik. Diffusé chaque trimestre, et noté sur 5, il permet d'évaluer plusieurs dimensions clés de l'expérience collaborateur, telles que la fierté d'appartenance, la qualité du management, la politique de rémunération ou encore le bien-être au travail.

Au-delà des indicateurs quantitatifs, ce dispositif offre également aux collaborateurs la possibilité de formuler des commentaires et des suggestions. Il constitue ainsi un véritable canal d'écoute, permettant d'identifier les attentes, de nourrir la réflexion et de faire émerger des pistes d'évolution et d'actions concrètes.

Depuis deux ans, et plus particulièrement au début de l'année 2025, une baisse de la participation a toutefois été observée. Le taux de réponse est ainsi passé de 70% en 2023, 67,6% en 2024 et 60% en 2025, traduisant une forme d'essoufflement des collaborateurs vis-à-vis de cet exercice. Parallèlement, la moyenne globale des résultats est également en recul depuis trois ans, s'établissant à 3,78 sur les trois premiers trimestres de 2025, contre 3,87 en 2024, 3,90 en 2023 et 3,91 en 2022.

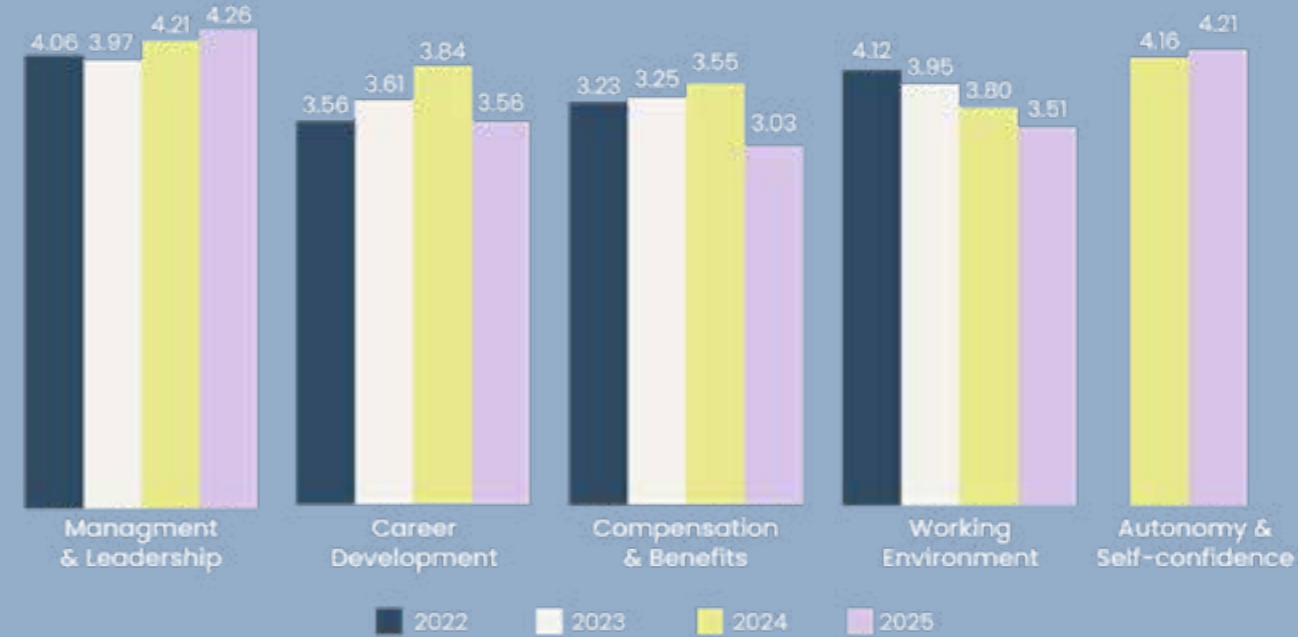
Face à ces constats, Anaiik a engagé une réflexion visant à mieux comprendre les causes de cette baisse de mobilisation et à affiner la lecture des résultats, afin de mettre en place des actions plus ciblées et adaptées aux réalités des équipes.

Dans cette dynamique, un nouveau format de baromètre a été testé dès le dernier trimestre 2025, avec une déclinaison par bureau. Cette évolution a permis de redonner un nouvel élan au dispositif et d'obtenir des résultats encourageants. Le taux de participation a ainsi atteint 65% lors de la diffusion d'octobre, contre 61% en début d'année 2025.

Ce nouveau format offre une lecture plus fine des résultats et permet d'identifier des leviers d'action spécifiques à chaque zone géographique. Il a notamment permis de faire émerger des enjeux liés à la communication, des attentes concernant l'évolution de certains avantages sociaux en Asie, ainsi qu'un besoin accru de feedback en France.

En adaptant ainsi son dispositif d'écoute interne, Anaiik renforce sa capacité à mieux comprendre les attentes de ses collaborateurs et à déployer des actions ciblées, en cohérence avec son ambition de favoriser leur engagement et leur épanouissement au quotidien.

HR BAROMETER ANALYSIS



Détail des résultats de l'année 2025

Sur une analyse plus globale du baromètre (2022-2025), les résultats mettent en évidence des évolutions contrastées selon les dimensions analysées :

- La perception du management poursuit sa progression amorcée depuis 2024 et confirme une dynamique positive en 2025, en lien avec les actions engagées sur l'accompagnement des équipes et le renforcement des rituels managériaux.

- La Qualité de Vie au Travail enregistre une baisse continue depuis 2022. En effet une attente demeure sur ces moments collectifs, révélant la nécessité de trouver un meilleur équilibre entre performance et convivialité. Par ailleurs, le niveau de confort des environnements de travail a également influencé

ces résultats, avec des situations contrastées selon les sites : les conditions au Village Créatif à Villeneuve d'Ascq ont été dégradées entre 2022 et début 2025, tandis que l'installation au Lodge en 2025 a significativement amélioré l'expérience des équipes sur ce site. Des projets sont à l'étude pour les bureaux de New York et de Paris, avec des travaux d'amélioration prévus à Paris en 2026. Ces constats alimenteront les plans d'action à venir, avec une attention particulière portée à la QVT dès 2026.

Actions mises en place en 2025 par rapport aux résultats 2024 :

Clarifier la politique de rémunération pour une meilleure compréhension
Mise en place du BSI (Bilan social individualisé)

Confort au travail très décrié au village créatif
Déménagement au Lodge

Retours négatifs sur la communication
Communication de toutes les informations aux managers et au CSE pour avoir des relais





02 Politique de rémunération, partage de la valeur

En 2025, Anaïk a renforcé sa politique de rémunération avec la mise en place du BSI (Bilan Social Individuel), dans une logique de transparence accrue et de meilleure lisibilité des dispositifs de rétribution.

Cette initiative répond à un enjeu identifié de longue date au sein de l'entreprise. La compréhension de la politique de rémunération constitue en effet un point régulièrement questionné dans le cadre du baromètre RH, où des écarts de perception ont été observés entre les leviers de rémunération valorisés

par l'entreprise et la perception qu'en ont les collaborateurs en termes de rétribution réelle.

Dans ce contexte, le déploiement du BSI vise à apporter une vision globale, claire et individualisée de la rémunération. Il permet de mieux valoriser l'ensemble des composantes qui la constituent, au-delà du seul salaire, et de renforcer la compréhension des mécanismes de partage de la valeur au sein de l'entreprise.

La volonté de l'entreprise a travers ce BSI est de répondre à 3 objectifs :

Communiquer

Transparence : Favorise la confiance et la volonté d'Anaïk de clarifier notre politique

Améliorer la clarté & la compréhension des composantes

Planifier

La gestion financière personnelle en tant que collaborateur sur l'ensemble des leviers

Les rituels RH de l'entreprise dans le cadre de la politique de rémunération

Engager

En valorisant la reconnaissance financière et les avantages

En accompagnant le développement de carrière de chacun

Au-delà d'un outil de communication, le BSI s'inscrit dans une démarche plus large visant à renforcer la transparence, à répondre aux attentes exprimées par les équipes et à consolider la relation de confiance entre l'entreprise et ses collaborateurs.

03 Rituels managériaux

Les rituels d'entretiens constituent un pilier structurant et reconnu de la politique RH d'Anaïk. Apprécies par les collaborateurs comme par les managers, ils participent activement à l'accompagnement des équipes et à la qualité des relations de travail au sein de l'entreprise.

Ces dispositifs présentent de nombreux effets bénéfiques. Ils permettent tout d'abord de piloter la performance individuelle de manière régulière et structurée. Ils offrent également un cadre pour mesurer et accompagner l'engagement de chacun, tout en renforçant la relation entre managers et collaborateurs. Enfin, la formalisation des échanges à travers des supports écrits contribue à sécuriser la collaboration et à clarifier les attentes réciproques.

Dans une logique d'amélioration continue, les trames des EFA (Entretiens de Fin d'Année) et des différents entretiens sont retravaillées chaque année. En 2025, une attention particulière a été portée à la qualité des feedbacks, avec la volonté de favoriser des retours plus circonstanciés, concrets et utiles au développement des collaborateurs.

L'enjeu de ces évolutions est double. D'une part, permettre aux managers d'accompagner leurs équipes dans le pilotage de leur performance individuelle à un rythme trimestriel. D'autre part, offrir aux collaborateurs un cadre structurant pour définir et suivre des actions concrètes, en lien avec les objectifs de leur feuille de route, afin de favoriser leur progression et l'atteinte de leurs objectifs.

ZOOM SUR LE CADENCEMENT DE NOS EFA

1. Bilan de l'année et objectifs
2. Compétences, performances et développement
3. Collaboration et relations avec le responsable
4. Implication, reconnaissance et bien-être



Sarah Perrin Mathieu

« Après 15 ans au sein du groupe Anaïk, dont 11 aux Achats Europe et International et 3 en Open Innovation, j'occupe aujourd'hui le poste de Head of Purchasing Performance & Open Innovation. Un rôle qui allie expertise achats et intelligence collective, au cœur de ma manière de travailler.

Le choix du COMEX de privilégier la mobilité interne traduit la volonté de s'appuyer sur des compétences déjà présentes et une bonne connaissance de notre écosystème. Mon expérience des offres, des partenaires, des processus et mes collaborations internes ont facilité cette transition.

Au-delà de l'organisation, cette prise de poste est l'occasion d'accompagner une équipe dans la durée, de soutenir son développement et de renforcer les compétences collectives. Créer un environnement favorisant autonomie, progression et performance durable reste central.

Ce rôle me permet ainsi de construire une dynamique où performance et épanouissement avancent ensemble, au service d'une ambition collective durable.»



Amenis Miladi

« J'ai débuté mon aventure chez Anaïk en tant qu'Alternante aux achats, une expérience qui m'a permis de beaucoup apprendre et de confirmer mon intérêt pour ce domaine. J'étais alors convaincue de vouloir évoluer uniquement dans les achats.

Au fil de mon expérience, j'ai découvert d'autres métiers au sein de l'entreprise et élargi ma vision. Lorsque l'on m'a proposé un CDI en tant que Chef de Produit, un rôle hybride entre achats et commerce, j'ai d'abord hésité, le volet commercial étant moins en phase avec mon profil initial.

Grâce à l'accompagnement de ma manager et de mes collègues, j'ai progressivement trouvé mes repères et pris confiance dans cette nouvelle dimension, tout en conservant un lien avec les achats.

Finalement, cette expérience m'a permis de réaliser que je m'épanouis davantage dans un rôle hybride que dans un poste 100 % achats. Cette complémentarité rend mon quotidien plus riche et stimulant.»



01 Mobilité interne

Sur 2024 et 2025, Anaïk enregistre un taux de mobilité interne de 11,45%, illustrant une dynamique de développement des parcours. Cette mobilité repose sur trois dimensions : géographique, hiérarchique et évolution du périmètre opérationnel.

Les mobilités concernent principalement les évolutions hiérarchiques (75%) et les évolutions de périmètre (25%), sans mobilité géographique sur la période. Cette répartition reflète la volonté de faire évoluer les responsabilités tout en capitalisant sur l'expertise interne.

En 2025, Anaïk a fait évoluer son organisation commerciale avec la création du rôle de Head of Sales, dans un contexte de non-atteinte des résultats sur le marché de la beauté. Cette évolution vise à renforcer l'efficacité, fluidifier les interactions et améliorer la performance. Les Head of Sales disposent d'une responsabilité accrue sur leur portefeuille, incluant stratégie et décisions, avec, selon les cas, un rôle managérial.

La nomination de Séverine Toutain en tant que Chief Operating Officer constitue une étape clé. Présente depuis 2020 et membre du COMEX, elle pilote désormais les équipes Sales et Achats en France et à l'international sur le marché de la beauté, contribuant à la performance et à l'innovation dans le cadre du plan stratégique à 3 ans.

Par ailleurs, le rôle d'Adeline Fouquet, Asia Business Development & Sourcing Manager, a été renforcé afin de soutenir le développement commercial en Asie, et consolider la présence d'Anaïk sur ce marché stratégique.

02 Formations

En 2025, Anaïk a poursuivi le développement des compétences de ses collaborateurs à travers des actions de formation ciblées, avec 70% des équipes ayant suivi au moins une formation sur l'année.

Ces formations ont porté sur des thématiques variées, en lien avec les enjeux métiers et les évolutions de l'entreprise, telles que l'intelligence artificielle, l'anglais, la logistique et la qualité, la RSE, les matières, le packaging ou encore les achats durables.

Toutefois, la dynamique de formation reste perfectible. Peu de besoins ont été formalisés au cours de l'année, tant du côté des managers que des collaborateurs, limitant la structuration d'un plan de formation plus ambitieux. Par ailleurs, aucune action de formation pour nos équipes internationales n'a été déployée, notamment en raison de la difficulté à identifier des organismes externes capables d'accompagner efficacement les équipes sur des sujets spécifiques à nos métiers.

Dans ce contexte, un enjeu clé pour les années à venir consiste à renforcer la structuration de la démarche formation, en identifiant des partenaires ou des outils adaptés permettant de mieux accompagner le développement des compétences. L'objectif est de proposer une offre plus lisible, plus accessible et davantage alignée avec les besoins opérationnels des équipes et les enjeux stratégiques de l'entreprise.





03 Équipe de managers

En 2025, Anaïk a poursuivi le renforcement de son organisation managériale en structurant davantage l'accompagnement des équipes, avec la mise en place d'un management dédié pour chaque équipe.

Cette évolution répond à un objectif central : permettre à chaque collaborateur de s'épanouir dans son environnement de travail en bénéficiant d'un accompagnement de proximité. Le rôle des managers s'inscrit ainsi au cœur de la dynamique collective, avec pour mission de renforcer la communication, l'engagement, la performance et le développement des collaborateurs, tout en favorisant la cohésion des équipes.

Dans ce cadre, les missions des managers chez Anaïk s'articulent autour de plusieurs axes clés. Ils veillent tout d'abord à instaurer une communication directe et régulière avec leurs équipes, afin de maintenir un dialogue fluide et constructif. Ils apportent également des feedbacks fréquents, essentiels pour soutenir la motivation et

l'engagement de chacun. Leur rôle consiste par ailleurs à accompagner de manière plus réactive la progression des collaborateurs, en identifiant les besoins et en facilitant leur développement.

En parallèle, la place des managers dans la gouvernance de l'entreprise a été renforcée. Ils sont désormais consultés en amont pour valider les évolutions de la politique RH, qu'il s'agisse de la politique de rémunération ou des rituels d'entretiens. Ils bénéficient également d'un accès mensuel aux debriefs du COMEX, leur permettant de disposer d'une vision claire des orientations stratégiques et d'accompagner plus efficacement la mise en œuvre des décisions auprès de leurs équipes.

En consolidant ainsi son organisation managériale, Anaïk renforce son modèle d'accompagnement des talents, en plaçant le management de proximité au cœur de l'engagement et de la performance collective.



Guillaume de La Débutrie,
CEO



Séverine Toutain,
COO & Sales Team
Beauty



Audrey Leduc,
Head of Sales Retail



Manuela Dujardin,
Head of Sales Retail



Anne-Sophie Meyer
Head of Sales Beauty



Léa Duranton,
Head of Sales Dubai



Adeline Fouquet,
Asia Business Development
& Sourcing Manager



Sarah Perrin-Mathieu,
Head of Purchasing
Performance & Open
Innovation



Nan Cinguino,
Purchasing Manager



Christophe Da Silva
Head of Sales Beauty



Cécile Béniguel,
Product Director



Anna Le Houerf,
Creative Manager



Veronica Tobias,
Creative Manager



Julie Botrel,
CFO



Annabelle Salinas
Head of Sales Beauty



Coralie Paris,
Supply Chain Director



Aline Pillez,
Quality Manager



Cécile Diego,
Supply Chain Manager
Transport & Customs



Louise Chadenat,
Human Resources
Director



Elise Laubier
Head of Sales Beauty

AUGMENTER LE NIVEAU D'ENGAGEMENT DES COLLABORATEURS

01 Transmettre la RSE

Dans le cadre du déploiement de sa stratégie RSE, Anaïk poursuit son travail de sensibilisation et de montée en compétence des collaborateurs sur les enjeux environnementaux et sociaux liés à nos activités. L'objectif est de permettre à chacun de comprendre les enjeux mais aussi d'identifier les leviers d'action concrets dans son métier.

La Fresque du Climat est désormais intégrée systématiquement aux Welcome Days. Ces ateliers permettent d'approfondir la compréhension collective du changement climatique, de ses causes et de ses conséquences. Ils permettent également d'identifier les actions que chacun peut entreprendre pour agir à son échelle. En se concentrant à la fois sur les impacts personnels et professionnels, les équipes Anaïk acquièrent un socle de connaissances commun pour soutenir la politique RSE de l'entreprise.

Par ailleurs, les équipes commerciales jouant un rôle clé dans la valorisation des engagements d'Anaïk auprès de

nos clients, un outil interne a été développé spécifiquement pour elles afin de centraliser les informations RSE essentielles. Il regroupe les enjeux liés à notre secteur, la stratégie et les engagements d'Anaïk, ainsi que les principaux leviers d'action opérationnels, notamment en matière d'écoconception.

L'objectif est de faciliter leur appropriation des sujets RSE et de leur donner les éléments nécessaires pour porter un discours clair et cohérent auprès des clients. Plusieurs formations ont ainsi été déployées en 2025 sous format workshop afin de favoriser les échanges entre les équipes et le partage d'expériences opérationnelles.

Les équipes design et achats ont notamment bénéficié d'une formation dédiée à l'écoconception. L'objectif est de développer les bons réflexes dans le choix des matières, d'identifier les principaux leviers d'amélioration environnementale et de se familiariser avec l'outil de scoring environnemental EcoDesignCloud, intégré cette année dans nos processus de développement produit.



Les équipes achats ont également été reformées sur les certifications produits (FSC®, OEKO-TEX® STANDARD 100, GRS et GOTS). Ces formations ont permis de rappeler les processus internes nécessaires pour garantir la conformité des commandes certifiées, mais aussi de réaffirmer l'importance stratégique de ces labels et d'identifier les leviers permettant de proposer davantage de produits certifiés à nos clients.



02 Animer la RSE

Chez Anaïk, l'animation RSE est un levier central de mobilisation des équipes autour de notre politique RSE et Mission. Elle s'appuie sur un pilotage rigoureux à travers un reporting mensuel et trimestriel, présenté régulièrement au COMEX et équipes. Ce reporting RSE permet de suivre nos progrès et d'engager chacun dans l'action. Mais elle s'appuie aussi sur des outils dédiés, et notamment la Commande à Impact mensuelle qui valorise la commande la plus vertueuse du mois (et l'équipe qui a travaillé dessus !), et les notifications de commandes systématiquement commentées/ mises en avant si elles présentent un effort des équipes en termes de RSE (choix de matière/ certifications etc.).

La RSE assure également une dynamique de transparence/ dialogue auprès des équipes en partageant au maximum nos progrès à travers des restitutions ou formations dédiées (exemples : restitution annuelle stratégie climat, bilan aérien, bilan éthique, formation sales, formation BA-ba écoconception).



Enfin d'un point de vue Gouvernance, la RSE assure un suivi régulier par métiers - directement auprès des responsables de marchés/ métiers (direction, achats, communication, design). Elle est aussi un acteur clé au bon fonctionnement de la Mission puisqu'elle a la charge de la mise en place des recommandations du Comité de Mission, et le nourrit des résultats observés tout au long de l'année.

Cette animation, répétée et incarnée, est clé : elle garantit la cohérence stratégique de notre Mission, mobilise les équipes, accélère la transformation et fait de la RSE un moteur durable de performance et d'innovation.



Commandes à Impact

Les Commandes à Impact, kezaço ?

Chaque mois, nous mettons en avant la commande la plus impactante, reflétant les engagements RSE d'Anaïk – et en particulier notre engagement n°3 : « Accompagner nos clients dans le choix de produits plus vertueux et réfléchis ».

Pour amplifier l'impact positif de cette commande, l'équipe / la commande sélectionnée reçoit un don de 100 € à reverser à l'association de son choix via Charitips, une plateforme solidaire regroupant de nombreuses associations à fort impact. En quelques clics, l'équipe gagnante peut soutenir une cause qui lui tient à cœur : environnement, santé, éducation, inclusion...

C'est notre manière de reconnaître leurs engagements.

Trousse Guerlain – Aqua nude 2026 : pochette plate en matériaux 100% recyclés certifiés GRS (corps en rPU mat / doublure en rPET / renforts en rPP / tirette en Zamak) + pochette en papier recyclé certifié FSC



1.



2.

Trousses Duo My Little Box : fabriquées à partir d'un tissu extérieur en coton recyclé certifié GRS et d'une doublure en rPET certifiée GRS.



3.

Pochon Fresh : corps fabriqué à partir de coton 100% recyclé et doublure rPET. Pochon Certifié GRS



4.

Trousse L'Occitane spring : Body material & lining 100% RPET, certifié GRS, pas d'emballage

5.



Banane Bensimon pour Prescription LAB : mix rPET / coton recyclé certifié GRS, lining rPET, main body mat 100%, +50% matière recyclée, pas d'emballage





Le Label Breeam niveau «Very Good» prend en compte :

L'approvisionnement responsable et l'impact environnemental des matériaux

Les performances énergétiques des bâtiments

Les déplacements des usagers à destination et depuis le site (par exemple, création d'un stationnement pour vélos)

La biodiversité dans les sols environnants

La fin de vie des bâtiments.

Il y a dans le monde moins d'1 million de bâtiments labellisés Breeam.



03 Nouveau siège social

Anaïk inaugure The Lodge, son nouveau siège social à Villeneuve d'Ascq

Symbole de notre engagement pour l'innovation, le bien-être des collaborateurs et la préservation de l'environnement, notre nouveau siège social The Lodge a été inauguré en septembre 2025 en présence de nos clients, partenaires et autres parties prenantes, et a également accueilli notre séminaire annuel en présence de tous nos collaborateurs français.

Anaïk cherchait un lieu capable d'accueillir ses équipes dans un environnement moderne et fonctionnel. La crise énergétique post-Covid a accéléré la réflexion sur un bâtiment plus écoresponsable et mieux adapté aux besoins des collaborateurs. Après plusieurs années de recherches, de conception et de concertation avec les partenaires Créer Promotion, Arrow Immobilier, Concept Archi et la Mairie de Villeneuve d'Ascq, le permis de construire a été déposé en avril 2023. Les travaux ont débuté en janvier 2024 et le bâtiment a été livré en juillet 2025.

The Lodge se distingue par une architecture sobre et élégante, parfaitement intégrée dans un environnement végétalisé. Le bâtiment, labellisé BREEAM niveau « Very Good », répond aux plus hauts standards en



matière de performance environnementale et de qualité de vie au travail. Sa structure béton, ses façades en ossature bois, ses terrasses extérieures et ses espaces modulables illustrent une approche durable et fonctionnelle.

« The Lodge incarne notre ADN et nos valeurs: réduire notre impact environnemental, améliorer notre performance économique et favoriser l'épanouissement des collaborateurs », explique Frédéric Delloye, Président d'Anaïk « Chaque espace a été pensé pour stimuler la créativité, la collaboration et le bien-être, tout en offrant une flexibilité adaptée aux besoins de 80 collaborateurs pour les dix prochaines années. »

« Chaque espace a été pensé pour stimuler la créativité, la collaboration et le bien-être, tout en offrant une flexibilité adaptée aux besoins de 80 collaborateurs pour les dix prochaines années. »

Les espaces de travail ont été conçus autour de l'atelier de design et des équipes support, avec une attention particulière portée aux points de rencontre, salles de réunion et espaces détente, incluant fitness, terrasses et jardins. Le showroom, plus

intimiste, permet de découvrir les produits comme dans une boutique. L'implication des collaborateurs a été forte : 22 d'entre eux ont participé activement aux groupes thématiques pour définir l'aménagement, le mobilier, les flux de circulation et les espaces de détente.

Le nom The Lodge fait référence aux lodges

visités par Frédéric Delloye lors de missions humanitaires au Népal : des lieux intégrés dans leur environnement naturel et conçus pour accueillir dans le respect de la nature. La philosophie de ce nouveau siège se reflète également dans son logo, constitué de cercles imbriqués évoquant l'humain, la nature et la communauté. La palette de couleurs (vert sapin, vert mousse, blanc cassé et gris anthracite) et la typographie aux courbes arrondies traduisent l'équilibre entre durabilité, chaleur humaine et modernité.

The Lodge est donc plus qu'un siège social : c'est un lieu de coopération, de création et de convivialité. Au rez-de-chaussée, un sous-bois accueille les visiteurs, au premier étage les espaces de travail, et au second étage, un lieu de convivialité et de découvertes produit accueille collaborateurs et clients.

« Viens prendre tes leçons dans la Nature, c'est là qu'est notre futur », citation de Léonard de Vinci apposée à l'entrée, reflète la philosophie du lieu et son intégration dans le respect de l'environnement.

Avec The Lodge, Anaïk confirme son positionnement de pionnier alliant innovation, responsabilité et qualité de vie au travail. Ce nouveau siège symbolise la volonté de l'entreprise de construire un futur harmonieux, connecté à la nature et centré sur l'humain.



LE BILAN

Engagement #2 : S'assurer que nos collaborateurs soient engagés et épanouis au quotidien pour contribuer positivement à nos ambitions

Augmenter le niveau d'épanouissement professionnel des collaborateurs

Indicateur stratégique	2020	2021	2022	2023	2024	Résultat 2025	Objectif 2025	Objectif 2030	
HR BAROMETER Niveau moyen d'épanouissement professionnel des collaborateurs (/5)	3.9	3.8	4	3.9	3.9	3.7	4	4	● À renforcer

Développer les compétences et fidéliser les talents

Indicateur stratégique	Résultat 2025	Objectif 2025	Objectif 2030	
INTERNAL MOBILITY % des collaborateurs ayant réalisé une mobilité interne sur les deux dernières années*	11.5%	10%	10%	● Atteint
TRAINING % des collaborateurs ayant suivi au moins une formation dans l'année**	70%	100%	100%	● À renforcer

Notes méthodologiques :

* Nouvel indicateur suivi à partir de 2025. Les données historiques étaient précédemment suivies en nombre de collaborateurs concernés.

** Nouvel indicateur suivi à partir de 2025. Les données historiques étaient précédemment suivies en nombre moyen d'heures de formation par collaborateur.

Augmenter le niveau d'engagement des collaborateurs

Indicateur stratégique	Objectif 2025	Résultat 2025	
CSR AWARENESS Déployer une culture RSE commune au sein de l'entreprise*	<ul style="list-style-type: none"> • Déployer des dispositifs de sensibilisation RSE pour l'ensemble des collaborateurs ; • Former les métiers clés à la RSE pour orienter les pratiques business ; • Structurer et renforcer la formation continue en RSE. 	<ul style="list-style-type: none"> • Fresque du Climat intégrée au parcours d'accueil des nouveaux entrants ; • Formation RSE déployée auprès des équipes sales ; • Cycles de formation RSE lancés par métier (écoconception, achats durables...) ; • Création d'un référentiel de formation RSE commun ; • Renforcement des compétences des équipes RSE. 	● Atteint

Notes méthodologiques :

* Nouvel objectif structuré et suivi à partir de 2025.

Les recommandations du Comité de Mission

HR BAROMETER

Le Comité de Mission recommande de renforcer l'exploitation des résultats du baromètre en mettant en place des plans d'action ciblés sur les thématiques les moins performantes, en particulier dans les bureaux présentant les scores les plus faibles. Il préconise également d'intégrer une mesure du sentiment d'équité (genre, âge, origine, etc.) afin de mieux suivre les enjeux d'inclusion et d'égalité au sein de l'entreprise. Enfin, afin d'améliorer la participation, il est recommandé de renforcer la communication autour du baromètre et de mieux valoriser les actions concrètes mises en place à la suite des retours collaborateurs, afin de redonner du sens à la démarche et encourager l'engagement dans les prochaines vagues de réponse.

INTERNAL MOBILITY

Le Comité de Mission préconise de faire évoluer cet indicateur vers une approche plus qualitative, permettant de mieux mesurer l'impact des mobilités internes (développement des compétences, rétention des talents, satisfaction collaborateurs), et d'accompagner cette dynamique par la mise en place de dispositifs favorisant la visibilité des opportunités et l'accompagnement des parcours.

TRAINING

Sur cet indicateur, le Comité de Mission préconise de renforcer l'intégration des équipes internationales aux programmes de formation, en identifiant des organismes partenaires locaux et/ou des outils digitaux adaptés afin de faciliter leur accès et leur participation.

CSR AWARENESS

Le Comité de Mission préconise de décliner la formation RSE aux métiers des achats courant 2026. Et de construire une formation « écoconception expert » pour les équipes design (dispensée par l'équipe design de Paris).





03

Accompagner nos clients à choisir en conscience des produits plus vertueux



01 Services complémentaires en matière de RSE pour nos clients : *EcoDesignCloud*

Anne-Sophie Meyer
Head of Sales,
Anaïk

Marco Stefanovic
Key Account Manager,
EcoDesignCloud

ENGAGER NOS CLIENTS DANS LA TRANSFORMATION SOCIALE & ENVIRONNEMENTALE EN LEUR OFFRANT DES SERVICES COMPLÉMENTAIRES PERMETTANT DE CHOISIR DES PRODUITS PLUS RESPONSABLES



1) Aujourd'hui, en quoi les attentes des clients ont-elles évolué sur les sujets environnementaux ?

Anne-Sophie Meyer : Aujourd'hui, les marques sont beaucoup plus exposées, que ce soit vis-à-vis des consommateurs ou des groupes auxquels elles appartiennent. Elles ont des objectifs de réduction carbone et doivent intégrer ces enjeux dans leurs développements. Elles attendent donc de leurs fournisseurs un accompagnement pour mieux comprendre leur impact et surtout pour identifier comment le réduire, sans pour autant dénaturer leur ADN.

Marco Stefanovic : Oui, clairement, le sujet environnemental est devenu un vrai critère de décision. Entre les engagements CO₂ à horizon 2030 et les réglementations comme la CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), la pression s'accroît. Ce qui change aussi, c'est que ce n'est plus uniquement un sujet RSE : il est désormais intégré aux équipes achats, design ou commerciales.

Anne-Sophie Meyer : Et ça change tout, parce qu'aujourd'hui on arrive à parler un langage commun, là où avant les notions étaient plus complexes et parfois floues.

Marco Stefanovic : Exactement, la standardisation permet justement de comparer ce qui est comparable et d'avoir des analyses réellement exploitables.

2) Concrètement, à quel moment EcoDesignCloud intervient-il dans vos échanges avec les clients ?

Anne-Sophie Meyer : On peut l'utiliser dès la phase de création, pour proposer directement au client des options plus responsables. Ensuite, en phase de développement, il nous aide à arbitrer entre différentes pistes. Et enfin, il est aussi utilisé après la production, notamment pour alimenter les bilans carbone ou analyser les impacts liés au transport. C'est vraiment un outil utilisé de A à Z.

3) Comment EcoDesignCloud permet-il de rendre ces échanges plus concrets et plus objectifs ?

Marco Stefanovic : Avant, on était beaucoup sur du déclaratif, sur des intentions. Aujourd'hui, on met des chiffres sur la table, basés sur des critères scientifiques reconnus. Ça permet de passer d'une perception à une démonstration. Les rapports sont lisibles, comparables, et compréhensibles par tous les acteurs du projet, ce qui facilite énormément les échanges.

4) En quoi EDC change-t-il la manière de prendre des décisions sur un projet ?

Anne-Sophie Meyer : Il permet déjà de travailler à un niveau très précis. On peut comparer un composant spécifique sans remettre en cause tout le produit.

Marco Stefanovic : Et surtout, les comparaisons sont quasi immédiates. Là où une analyse pouvait prendre des semaines, on obtient aujourd'hui des résultats en quelques minutes. Cela permet d'intégrer l'écoconception dès le brief, à un moment clé où la majorité

de l'impact se décide, et de mettre en balance les enjeux de coût, d'esthétique et d'impact environnemental.

5) Chez Anaïk, comment utilisez-vous EDC pour accompagner vos clients sans contraindre leurs choix ?

Anne-Sophie Meyer : On reste dans une logique de conseil. On ne remet pas en cause un brief, mais on propose systématiquement des alternatives plus responsables, en respectant les codes de la marque. C'est d'ailleurs ce que les clients attendent aujourd'hui : être accompagnés, challengés, et bénéficier de solutions concrètes. C'est un vrai levier de différenciation pour nous.

6) Pourquoi est-il essentiel de laisser le choix au client, même avec des données d'impact ?

Marco Stefanovic : Parce qu'EcoDesignCloud est un outil d'aide à la décision, pas un outil de prescription. Le client a toujours d'autres contraintes – budget, délais, stratégie – que l'outil ne prend pas en compte. L'objectif est de le responsabiliser, de lui permettre de faire des choix éclairés et de progresser étape par étape.

7) Qu'est-ce que vos clients retirent concrètement de l'utilisation d'EcoDesignCloud ?

Anne-Sophie Meyer : Certains résultats remettent en question des idées reçues. Ça permet d'ancrer les décisions sur des données fiables et d'alimenter leurs réflexions en interne.

Marco Stefanovic : Et il y a aussi un vrai gain en termes de collecte de données. Le fait que tout soit centralisé facilite le

reporting et simplifie les échanges.

8) Selon vous, quel rôle ces outils vont-ils jouer dans les années à venir ?

Marco Stefanovic : On va clairement vers une standardisation du marché. Avec les réglementations comme la CSRD ou la PPWR (Packaging and Packaging Waste Regulation), ces outils vont devenir indispensables, au même titre qu'un cahier des charges technique. Les entreprises leaders, comme Anaïk, prennent déjà une longueur d'avance.

9) Si vous deviez résumer EcoDesignCloud en une phrase côté client ?

Anne-Sophie Meyer : L'ACV est clé pour concevoir des gifts et des packagings réellement plus durables sur la base de données fiables et non plus d'idées reçues.

Marco Stefanovic : EcoDesignCloud c'est ce qui transforme un engagement environnemental en un acte concret, mesurable, partagé avec toute la chaîne, de la marque jusqu'au fournisseur.



Cécile Béniguel
Product Director,
Anaïk

« Accompagner nos clients à choisir des produits plus vertueux. »

02 Se positionner en leader du changement vertueux pour le secteur de la promotion des ventes

Collection amont écoconçue

Quel rôle jouent aujourd'hui les collections amont écoconçues dans l'accompagnement de nos clients?

Aujourd'hui, ces collections vont bien au-delà d'un simple exercice de style. Ce sont de vrais outils d'aide à la décision. Elles permettent aux clients de se projeter très concrètement sur des pistes produit, dès les premières phases de réflexion. On leur apporte quelque chose de tangible, qui accélère les échanges et structure leur réflexion en amont de leurs briefs marketing.

Pourquoi est-il important de matérialiser l'écoconception à travers des collections concrètes ?

Parce que tant qu'on reste au niveau du discours, ça peut paraître abstrait. Le fait de voir, manipuler, tester un produit change complètement la perception. Ça permet de lever beaucoup de freins, notamment sur la qualité ou la désirabilité. On montre que des choix plus responsables (au-delà de leur scoring environnemental) peuvent aussi être très attractifs, très sensoriels, et totalement alignés avec les codes du marché.

Comment ces collections permettent-elles d'orienter les choix des clients sans les contraindre ?

On est vraiment dans une posture d'accompagnement. Les collections ouvrent des possibilités, elles n'enferment pas. Elles permettent d'illustrer différents scénarios, différents niveaux d'engagement, et d'expliquer les impacts associés. Ensuite, le client reste libre de ses arbitrages, mais il les fait avec une vision beaucoup plus claire et de la data fiable.

Comment travaillez-vous l'équilibre entre désirabilité produit et exigence environnementale dans ces collections ?

Pour nous, la désirabilité est clé. Si le produit ne donne pas envie, il ne sera pas choisi et donc il n'aura pas d'impact. On travaille beaucoup l'usage, les matières, les textures, les finitions, pour conserver une perception qualitative et premium. L'enjeu, c'est de prouver que l'on peut concilier esthétique, expérience produit et démarche plus responsable, sans compromis visible.

Comment ces collections nourrissent-elles les échanges avec les clients au quotidien ?

Elles créent un langage commun, facilitent la compréhension et permettent d'aller plus vite vers des solutions coconstruites. On gagne en efficacité et en précision dans les échanges, sans freiner la créativité.

Qu'est-ce que les clients retirent concrètement de ces collections écoconçues ?

D'abord, une meilleure lisibilité des options qui s'offrent à eux. Ensuite, beaucoup de réassurance : sur le rendu, la faisabilité, et aussi sur les équilibres économiques. Ils ont accès à des solutions déjà testées, déjà développées, ce qui sécurise leurs choix et leur fait gagner du temps dans leurs développements.

Comment voyez-vous évoluer le rôle de ces collections dans les années à venir ?

Elles vont devenir encore plus stratégiques. On va enrichir ces collections avec davantage de données et de solutions produits pour éclairer les décisions,

tout en restant dans quelque chose de très accessible. Il y aura aussi plus de personnalisation, pour coller au plus près des enjeux de chaque client et des tendances du marché. L'idée, c'est vraiment d'en faire un outil complet et évolutif à la fois créatif et décisionnel.

Si vous deviez résumer l'apport des collections amont écoconçues pour un client en une phrase ?

Les collections amont écoconçues permettent de transformer des intentions responsables en choix concrets, sécurisés et performants en terme de Gifts, Packaging et Accessoires.

Ce que permettent les collections amont écoconçues :

Se projeter rapidement sur un produit responsable

Comparer différentes options

Faciliter les arbitrages

Sécuriser les choix





Coralie Paris
Supply Chain Director,
Anaïk

Améliorer la Data

Dans le secteur des cadeaux promotionnels, la Supply Chain évolue rapidement. Entre approvisionnements grand import, exigences RSE et optimisation des coûts, la data devient centrale. Rencontre avec une Directrice Supply Chain qui pilote qualité, RSE, logistique et traçabilité pour nos clients grandes marques de la distribution et de la beauté.

Votre entreprise s'approvisionne à 80% en Chine et en Asie. Comment gérez-vous la complexité de ces chaînes d'approvisionnement ?

La complexité fait partie de notre quotidien, mais notre capacité à la maîtriser a fortement évolué grâce à la data. Aujourd'hui, toutes nos activités (qualité, RSE, logistique) reposent sur des données structurées. La data n'est plus un sous-produit : elle est devenue un levier stratégique essentiel.

Vos clients, grandes marques de la distribution et de la beauté, sont de plus en plus sensibles aux enjeux environnementaux. Comment les accompagnez-vous concrètement ?

Nos clients ne recherchent plus seulement un produit au bon prix, ils veulent en comprendre l'impact environnemental. Grâce à des outils comme EcoDesignCloud, nous mesurons précisément cet impact et proposons des comparatifs entre différentes options. La data permet ainsi de transformer la RSE en critères de décision concrets et nous positionne comme un véritable partenaire de conseil.

« La supply chain n'est plus une fonction opérationnelle de fin de chaîne. Elle devient un métier de la data, où la maîtrise et le partage d'informations sont essentiels. »

La traçabilité est un sujet sensible quand on s'approvisionne en Asie. Comment garanzissez-vous la conformité de vos produits ?

Nous nous appuyons sur des certifications comme GRS ou GOTS, qui garantissent une traçabilité complète de la chaîne de valeur. Cette data certifiée nous permet de répondre rapidement aux exigences de nos clients, mais aussi d'anticiper les risques. Avec le renforcement des réglementations européennes, disposer de données fiables et vérifiables est devenu indispensable pour continuer à importer.

Parlons logistique. Comment la data vous aide-t-elle à optimiser vos coûts de transport ?

La logistique depuis l'Asie reste complexe, mais la data nous permet d'affiner nos prévisions, d'optimiser le remplissage des conteneurs et de mieux gérer les aléas. Un indicateur clé guide notre performance : l'OTIF (On Time In Full), qui mesure notre capacité à livrer à temps et en totalité. Il constitue aussi un outil de collaboration avec nos clients pour améliorer en continu nos opérations.

Le prédictif en supply chain, ça fonctionne vraiment ?

Le prédictif reste complexe car les variables sont nombreuses, mais il apporte une visibilité précieuse. Par exemple, l'analyse des données qualité d'un fournisseur permet d'anticiper les risques et d'adapter les plans d'action. Dans un contexte de campagnes promotionnelles très contraintes, cette meilleure anticipation réduit fortement l'incertitude.

Quel conseil donneriez-vous à vos clients sur le rôle de la supply chain aujourd'hui ?

La supply chain n'est plus une fonction opérationnelle de fin de chaîne. Elle devient un métier de la data, où la maîtrise et le partage d'informations sont essentiels. Les marques attendent désormais des partenaires capables d'apporter de la transparence, de prouver leurs engagements RSE et d'anticiper les risques.

Un mot de conclusion ?

La supply chain est à un tournant. La data est devenue un langage commun qui permet de répondre aux enjeux clés : impact environnemental, sécurisation des approvisionnements et optimisation des coûts. Investir dans les outils et former les équipes n'est plus une option : c'est ce qui permet aujourd'hui de passer du statut de prestataire à celui de partenaire stratégique.



03 Nos labels et reconnaissances

Entreprise **Renouvellement de notre certification B Corp™**

Après avoir obtenu une première certification B Corp™ en 2022, Anaïk franchit aujourd'hui une nouvelle étape avec le renouvellement de la certification en 2025. Notre **nouveau score de 106,5 points traduit une progression de plus de 22 points** depuis la première évaluation.

Plusieurs actions ont contribué à cette amélioration :

Entre 2022 et 2025, notre score B Corp™ est passé de 84,3 à 106,5 points, avec des progrès sur les cinq domaines. Les plus fortes hausses concernent "Workers", "Community" et "Environment" :

- **Côté équipes** : évolution de la politique RH (rémunération, avantages, développement et épanouissement) ;
- **Côté communauté** : renforcement des Achats Durables, impact économique dans la chaîne de valeur et soutien à l'inclusion ;
- **Côté environnement** : renforcement de la stratégie Climat et Écoconception, ainsi que du suivi des consommations (énergie, eau, déchets).

Les volets gouvernance et clients progressent également, confirmant la solidité de la démarche.



Adhésion au pacte mondial des Nations Unies

Le Pacte Mondial des Nations Unies, également appelé Global Compact des Nations Unies, est la plus importante initiative internationale en matière de développement durable regroupant plus de 13000 adhérents dans 170 pays. Le Global Compact est également le point de départ d'adhésion aux **17 Objectifs de Développement Durable (ODD) adoptés en septembre 2015 par l'ONU**, objectifs qui offrent un agenda universel à atteindre d'ici 2030 pour construire un **monde plus durable et inclusif**.

Depuis 2015, Anaïk est engagée auprès de l'initiative de responsabilité sociétale du Global Compact des Nations Unies et de ses **10 principes autour des droits de l'Homme, des normes du travail, de l'environnement et de la lutte contre la corruption**. Ce cadre de référence international est également, le **socle de la politique achats responsables de l'entreprise**.



Médaille de Platine EcoVadis

Pour la 5ème année consécutive, Anaïk obtient la Médaille de Platine EcoVadis, avec un score de **88/100, la plaçant dans le Top 1% des entreprises évaluées en 2025**.

Pionnière dès 2007 avec une politique d'Achats Durables (validée par EcoVadis en 2012), l'entreprise confirme la solidité de ses engagements. Ce résultat reflète les actions concrètes menées par les équipes pour répondre aux enjeux sociaux et environnementaux, ainsi qu'une dynamique d'amélioration continue.

Dans une logique de transparence, EcoVadis identifie des axes de progrès : **définition de cibles de réduction des émissions scope 2 et 3, et formalisation d'objectifs alignés sur les données scientifiques**.

Ces recommandations viennent nourrir la feuille de route RSE des prochaines années.



Notre engagement climatique avec le CDP

Anaïk a renouvelé en 2025 son **score B au Carbon Disclosure Project (CDP)**, reflétant ses efforts continus pour améliorer son impact environnemental.

Ce questionnaire international, auquel répondent plus de 25 000 entreprises, évalue la maturité des stratégies sur le climat, l'eau et la forêt.

Depuis 2022, Anaïk participe au module climat avec un engagement fort en matière de **transparence et de durabilité**. Nos clients bénéficient ainsi d'un partenaire engagé, inscrit dans une démarche d'amélioration continue et contribuant à une **supply chain plus maîtrisée**, en soutien à leurs propres objectifs environnementaux.

La participation annuelle au CDP constitue à la fois un levier de progrès, un outil d'anticipation réglementaire et un guide stratégique pour aller toujours plus loin.



01 Nos participations à des évènements publics RSE

Retour sur la B Corp Party des Hauts-de-France 2025 : une édition inspirante et résolument collective.

Le 3 juin 2025, la B Corp Party des Hauts-de-France a réuni plus de 200 participants à Lille pour une 4ème édition festive, immersive et engagée. Cette année, l'événement a été rythmé par le **B Corp Challenge, un parcours ludique et pédagogique composé de 20 défis** conçus pour explorer les 7 thématiques des nouveaux standards B Corp™. Le principe était simple : chaque participant devait relever au moins un défi par thématique. Ce challenge 2025 est le fruit d'un travail collaboratif de plusieurs mois mené avec 23 entreprises B Corp™ engagées des Hauts-de-France.

En tant que membre historique du mouvement dans la région, **Anaïk a naturellement pris part à l'animation de l'un de ces défis**. Dans ce cadre, la RSE a animé un atelier dédié aux droits humains. À travers le jeu

«Human Rights Battleship», les participant-e-s ont été invités à évaluer la gravité et la probabilité des risques liés aux enjeux de droits humains, un exercice concret, ludique et structurant pour interroger la maturité de leurs organisations.

Au-delà des contenus proposés, cette B Corp Party a surtout été un moment fort pour renforcer les liens avec la communauté B Corp™ des Hauts-de-France, un réseau engagé, dynamique et inspirant, qui porte collectivement les ambitions de transformation du mouvement.

En 2025, Anaïk a également participé au World Forum organisé par le Réseau Alliances à Marcq-en-Barœul, qui a rassemblé près de 2 000 participants .

À cette occasion, Frédéric Delloye, Président d'Anaïk, est intervenu en tant qu'ambassadeur, contribuant

aux échanges autour des enjeux de transformation des entreprises. Cette participation s'inscrit dans l'engagement d'Anaïk au sein de la Communauté des Entreprises à Mission, dont l'entreprise est également un acteur actif, notamment en ayant accueilli une réunion dans ses locaux en 2025.

Au-delà de ces évènements, Anaïk anime également des cours pour des étudiants post bac, notamment à l'IESEG et à HEI.

Par ces actions, Anaïk affirme sa volonté de contribuer activement aux dynamiques collectives et à l'évolution des pratiques de son écosystème.



02 Une équipe Communication au service de la RSE

En 2025, Anaïk a renforcé sa stratégie de communication RSE avec une ambition claire : en faire un levier d'influence et de transformation du secteur de la promotion des ventes, au-delà d'une simple logique de valorisation.

Dans un contexte d'exigence croissante en matière de transparence, la communication s'est structurée autour de contenus pédagogiques à forte valeur ajoutée, visant à rendre accessibles des sujets complexes comme l'écoconception, la traçabilité et la mesure des impacts environnementaux. L'objectif est d'accompagner clients, partenaires et collaborateurs vers une meilleure compréhension des enjeux et des solutions.

Tout au long de l'année, Anaïk a développé des prises de parole régulières, pédagogiques et inspirantes, appuyées sur des cas concrets, des innovations produits et des retours d'expérience. Cette

approche permet d'illustrer les leviers d'action et de démontrer la faisabilité de modèles plus vertueux.

En parallèle, l'entreprise a renforcé sa transparence en partageant de manière structurée ses avancées, ses indicateurs et ses axes de progression, consolidant ainsi la crédibilité de son discours et la confiance de ses parties prenantes.

Cette démarche soutient le positionnement d'Anaïk comme acteur engagé et moteur de son secteur, contribuant à faire évoluer les standards du marché. **Nouveauté 2025** : le lancement du blog Anaïk, conçu comme un espace d'approfondissement pour décrypter des sujets RSE complexes (contribution carbone, engagements CDP, séquestration carbone) avec une approche claire, pédagogique et transparente, renforçant ainsi son rôle d'accompagnement de l'écosystème.

4 Articles sur des sujets RSE dans la presse (L'Info Carton, Emballages Magazine, Cosmétique Mag, L'Usine Nouvelle)

55% De nos posts instagram relaient de l'information RSE

67% De nos posts linkedin relaient de l'information RSE

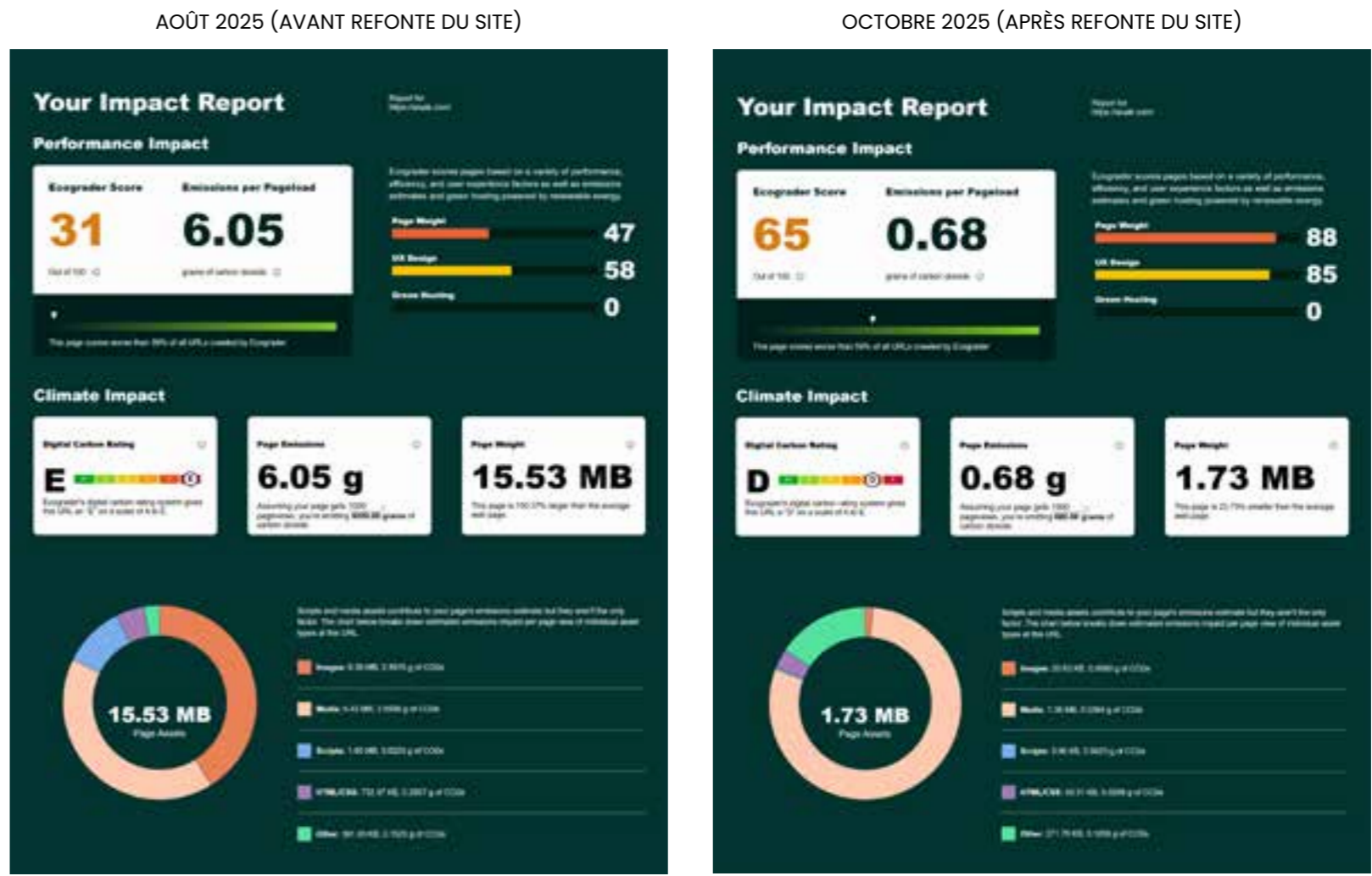
42% De nos newsletters relaient de l'information RSE

8 Sujets RSE mis en avant : CDP, contribution carbone, bilan carbone, rapport de Mission, nouveau Modèle de Mission, EcoScore / EcoDesignCloud, EcoVadis, renouvellement B Corp™.

10 Canaux mobilisés : réseaux sociaux, newsletters internes et externes, rapport de Mission, webinaires, blog, presse, émission trimestrielle interne, vidéo, événement.



Optimisation de l'empreinte environnementale de notre site web : une démarche d'amélioration continue



Dans le cadre de la refonte de notre site internet en 2025, nous avons significativement amélioré la performance environnementale de nos pages. Selon l'outil Ecograder, **le poids de la page est passé de 15,53 MB à 1,73 MB, soit une réduction de près de 90%, entraînant une baisse des émissions par chargement de 6,05 g à 0,68 g de CO₂.**

Cette optimisation s'accompagne d'une nette amélioration du score Ecograder, passé de 31 à 65 sur 100. Ces résultats illustrent notre volonté d'aligner nos outils de communication avec nos engagements RSE, en intégrant les principes d'écoconception digitale au cœur de notre stratégie.

Ces résultats montrent des progrès significatifs, même si **des axes d'amélioration subsistent**, et traduisent notre volonté de continuer à optimiser l'impact environnemental de nos outils digitaux en nous inscrivant dans une **démarche d'amélioration continue**.

Source : Ecograder

LE BILAN

Engagement #3 : Accompagner nos clients à choisir en conscience des produits plus vertueux

Offrir à nos clients des services complémentaires permettant de choisir des produits plus responsables.

Indicateur stratégique	Objectif 2025	Résultat 2025	
CSR COMPLEMENTARY SERVICES FOR OUR CLIENTS Développer des services RSE intégrés à l'offre commerciale*	Intégrer des services RSE dans l'offre commerciale	Intégration et déploiement de l'outil de scoring environnemental EcoDesignCloud	● Atteint

Notes méthodologiques :
* Nouvel objectif structuré et suivi à partir de 2025.

Engager nos clients dans la transformation sociale/ environnementale.

Indicateur stratégique	2022	2023	2024	Résultat 2025	Objectif 2025	Objectif 2030	
ANAIK NOW % des produits intégrant nos critères internes d'écoconception	35%	34%	33%	35%	50%	75%	● À renforcer
CERTIFIED PRODUCTS SOLD % des produits vendus sans emballage ou avec un emballage sans plastique*	7%	16%	18%*	5%	10%	75%	● À renforcer

Notes méthodologiques :
* Jusqu'en 2024, l'indicateur portait sur les pièces certifiées vendues (produits + emballages).

À partir de 2025, le suivi se concentre uniquement sur les produits certifiés vendus, avec un périmètre plus exigeant.

Se positionner en leader du changement vertueux pour le secteur de la promotion des ventes

Indicateur stratégique	Objectif 2025	Résultat 2025	
CSR EXTERNAL COMMUNICATION Renforcer le rayonnement externe des engagements RSE*	<ul style="list-style-type: none"> 50% des publications réseaux sociaux traitant des sujets RSE 30% des newsletters traitant des sujets RSE 	<ul style="list-style-type: none"> 61% des publications réseaux sociaux liées à des sujets RSE 42% des newsletters liées à des sujets RSE 8 sujets RSE mis en avant via 10 canaux de communication 4 articles publiés dans la presse spécialisée 	● Atteint

Notes méthodologiques :
* Nouvel objectif structuré et suivi à partir de 2025.

Les recommandations du Comité de Mission

CSR COMPLEMENTARY SERVICES FOR OUR CLIENTS

Si l'objectif est considéré comme atteint sur l'année 2025, le Comité de Mission recommande de poursuivre l'intégration de l'outil EcoDesignCloud dans le quotidien des équipes opérationnelles, outil leur permettant aussi de systématiser la proposition d'alternatives plus vertueuses. Enfin le Comité de Mission préconise de renforcer les bilans RSE lors des Business Reviews annuelles aux clients.

ANAIK NOW – CERTIFIED PRODUCTS SOLD

Le Comité encourage Anaïk à poursuivre le renforcement de ses partenariats avec des fournisseurs engagés dans des démarches de certification, tout en valorisant davantage auprès des clients l'intérêt environnemental et social de ces certifications.

CSR EXTERNAL COMMUNICATION

Le Comité de Mission recommande de rédiger une politique marketing/ communication responsable pour encadrer nos pratiques de communication et aller vers plus de transparence.





[Intro](#)

[Engagement #1](#)

[Engagement #2](#)

[Engagement #3](#)

[Conclusion & avis de l'OTI](#)

Conclusion & avis de l'OTI



Avis de l'Organisme Tiers Indépendant

Vérification de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux

ANAIK GROUP

99 bis rue Louis Constant
59650 Villeneuve-d'Ascq

Périmètre de la vérification

ANAIK GROUP sur l'ensemble de ses filiales
Du 1er janvier 2024 au 31 décembre 2025

Objectifs sociaux et environnementaux

OS n°1 : Challenger constamment les standards sociaux et environnementaux de nos produits avec nos parties prenantes

OS n°2 : S'assurer que nos collaborateurs soient engagés et épanouis au quotidien pour contribuer positivement à nos ambitions

OS n°3 : Accompagner nos clients à choisir en conscience des produits plus vertueux

Organisme de vérification

Le Cabinet de Saint Front est un organisme tiers indépendant (tierce partie), accrédité Cofrac Validation Vérification, n°3-1860 rév. 2 (liste des implantations et portée disponibles sous www.cofrac.fr)

Nous avons mené des travaux visant à formuler un avis motivé exprimant une conclusion d'assurance modérée sur l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux que l'entité s'est fixée sur le périmètre de vérification précisé ci-dessus et joint au rapport de gestion en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce et de notre programme SAM REV11_06-11-2025.

PRÉSENTATION DE L'INTERVENTION

Le présent avis de vérification expose nos conclusions quant au respect, par ANAIK GROUP, des objectifs sociaux et environnementaux inscrits dans ses statuts en tant que société à mission. Après deux premières vérifications réalisées en 2022 puis 2024, l'entreprise nous a de nouveau confié la conduite de cette vérification réglementaire.

L'année 2025 a été une année de transition pour ANAIK GROUP, avec la modification de ses objectifs sociaux et environnementaux statutaires et la mise en place d'un nouveau modèle de mission.

Ces évolutions ont amené la société à définir de nouveaux indicateurs et résultats à atteindre. Nos travaux se sont déroulés dans un climat propice aux échanges grâce à l'implication des équipes, une mise à disposition efficace des documents et informations sollicités, ainsi que par la disponibilité et la participation des parties prenantes internes et externes.

CONFORMITÉ RÉGLEMENTAIRE

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification :

- 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 ;
- La composition du comité de mission/la présence d'un responsable de mission ;
- Les conclusions favorables du comité de mission sur la pertinence des objectifs ;
- La possibilité de vérifier l'exécution des objectifs.

Par conséquent, la société ANAIK GROUP respecte chacune des conditions de l'article L. 210-10 lui permettant de faire état de la qualité de société à mission.

CONCLUSIONS SUR LE RESPECT DES OBJECTIFS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

Sur la base des procédures que nous avons mises en œuvre, telles que décrites dans la partie « Nature et étendue des travaux », et des éléments que nous avons collectés, nous n'avons pas relevé d'anomalie significative de nature à remettre en cause, sur le périmètre concerné par la qualité de société à mission et à la fin de la période couverte par notre vérification, l'avis suivant sur l'atteinte des objectifs sociaux et environnementaux :

N°OS	Résultats	Moyens	Atteinte	Conclusion
1	Oui	Oui	Non (avec circonstances)	Objectif statutaire respecté
2	Oui	Oui	Oui	Objectif statutaire respecté
3	Oui	Oui	Oui	Objectif statutaire respecté

Les conclusions présentées ci-dessus s'appuient sur l'arbre de décision de la Communauté des Entreprises à Mission présenté dans le guide méthodologique Vers une vérification OTI contribuant au progrès de la société à mission publié en janvier 2024.

1. la colonne « Résultats » présente nos conclusions à la question « L'entité a-t-elle déterminé des indicateurs (quantitatifs/ qualitatifs) vérifiables à atteindre pour l'objectif statutaire (le cas échéant opérationnel) et pertinents selon le comité de mission ? » de l'arbre de décision

2. la colonne « Moyens » présente nos conclusions à la question « L'entité a-t-elle mobilisé des moyens adéquats et cohérents avec ses objectifs et ses ressources ? » de l'arbre de décision

3. la colonne « Atteinte » présente nos conclusions à la question « Tous les résultats sont-ils atteints ? » de l'arbre de décision

Par conséquent, la société ANAIK GROUP respecte les objectifs sociaux et environnementaux 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 TRANSVERSES

Au-delà des éléments synthétiques présentés ci-dessus il nous apparaît important pour le lecteur de souligner les points forts suivants :

- La modification statutaire opérée par ANAIK GROUP a permis de renforcer la précision et la spécificité de la mission et ainsi de mieux traduire ses ambitions. L'intégration de manière structurée de la vision de ses parties prenantes à l'issue d'un processus de consultation élargi est à souligner.
- L'indexation d'une partie de la rémunération variable des collaborateurs sur les indicateurs de mission constitue un levier particulièrement structurant, favorisant à la fois l'appropriation de la mission et la mobilisation de moyens opérationnels au service de son déploiement.
- Le cadrage et l'animation de la mission assurés par le Service RSE ont constitué un facteur clé dans la structuration et la mise en œuvre du dispositif sur la période, en assurant la cohérence et la continuité des actions engagées.
- ANAIK GROUP a opéré un choix structurant en matière d'orientation stratégique, en actant le renoncement à une activité représentant environ 2% de son chiffre d'affaires, afin de soutenir un levier significatif de réduction de son empreinte carbone, estimé à 20 %.
- La nomination de Guillaume de La Débutrie au poste de Directeur général n'a pas remis en cause la dynamique engagée autour de la société à mission par son prédécesseur. Sa bonne appropriation des enjeux de la mission a permis d'assurer la continuité de la vision et du déploiement de la démarche.

Sans remettre en cause les conclusions exprimées ci-dessus, nous formulons les constats suivants :

- Le nombre élevé de résultats à atteindre conduit à diluer la mesure de l'impact global de la mission. Le dispositif apparaît encore trop centré sur une logique d'actions, au détriment d'indicateurs plus directement orientés vers l'impact.
- La définition des ambitions et des trajectoires associées reste à consolider, notamment en lien avec le Comité de mission. Les objectifs fixés apparaissent parfois difficiles à atteindre au regard des premiers résultats observés, ce qui conduit à constater la non-atteinte de certains résultats malgré la mobilisation de moyens pertinents.

Regarder devant

L'avis de l'Organisme Tiers Indépendant vient confirmer la sincérité de notre démarche, la réalité des actions engagées et les progrès accomplis au regard des objectifs que nous nous sommes fixés.

Nous accueillons cette évaluation comme nous abordons notre Mission : avec exigence, transparence et humilité.

Car une Mission ne se mesure pas uniquement à l'atteinte d'objectifs. Elle se mesure aussi à la capacité d'une entreprise à apprendre, à se remettre en question et à progresser dans la durée.

Le rapport que vous venez de parcourir témoigne d'une année d'accélération, de structuration et d'engagement collectif. Mais il marque surtout une étape dans une trajectoire plus longue.

Chez Anaïk, nous sommes convaincus que les défis environnementaux, sociaux et économiques qui s'imposent à notre industrie nécessitent de nouvelles façons de concevoir, de produire et de collaborer.

Nous continuerons à avancer avec la même exigence, la même transparence et la même volonté de construire des solutions utiles pour nos clients, nos partenaires, nos collaborateurs et l'ensemble de notre écosystème.

Le chemin se poursuit... Et nous sommes impatients de l'écrire avec vous.



COMMENTAIRES RELATIFS AUX DIFFÉRENTS OBJECTIFS SOCIAUX ET ENVIRONNEMENTAUX

OBJECTIF STATUTAIRE 1

- Le résultat à atteindre visant « 50 % de produits ANAIK NOW vendus fin 2025 » n'a pas été atteint, avec un résultat de 35 %, malgré la mise en place de moyens jugés adéquats. À titre de comparaison, le taux observé en 2024 s'élevait à 34 %. L'ambition d'une progression de 16 points en un an, sur un indicateur fortement dépendant des choix des clients, apparaît particulièrement élevée et appelle à un recalibrage des résultats à atteindre afin de concilier ambition et atteignabilité.
- Le résultat à atteindre visant « 75 % de Best Partners Asia évalués Ecovadis fin 2025 » n'a pas été atteint, avec un résultat de 65 %, malgré la mobilisation de moyens adéquats. Ce constat s'inscrit dans la même logique que celui exposé ci-dessus et renvoie à la nécessité d'un ajustement des niveaux d'ambition au regard des leviers effectivement maîtrisables par l'entreprise.
- Le résultat à atteindre visant « 15 % d'achats tracés fin 2025 » n'a pas été atteint, l'indicateur de mesure étant encore en cours de déploiement sur la période. La fixation d'une cible quantitative avant la mise en œuvre complète de l'indicateur et sans phase d'étalonnage préalable apparaît prématurée et invite ANAIK GROUP à structurer ses trajectoires par étapes, en distinguant clairement les phases de déploiement des outils et celles de mesure de la performance.

OBJECTIF STATUTAIRE 2

- Le résultat à atteindre visant « une note de 4/5 au baromètre RH à fin 2025 » a été partiellement atteint, avec une note obtenue de 3,7/5, malgré la mobilisation de moyens jugés adéquats. Ce résultat invite à poursuivre les efforts engagés, notamment en améliorant le taux de participation afin de disposer d'une lecture plus représentative, et à « renforcer l'exploitation des résultats du baromètre par la mise en place de plans d'action ciblés sur les thématiques les moins performantes », comme le préconise le Comité de mission.
- Le résultat à atteindre visant « 100 % de collaborateurs ayant suivi une formation en 2025 » présente un taux de réalisation de 70 %. Cet écart s'explique par une évolution du périmètre de l'indicateur intervenue après la fixation de l'objectif, avec l'exclusion des formations RSE du champ de comptabilisation. Ce constat souligne l'importance de définir de manière stabilisée le périmètre des indicateurs de suivi en amont de la fixation du niveau d'ambition, afin de garantir la cohérence et la lisibilité des résultats.

OBJECTIF STATUTAIRE 3

- Le résultat à atteindre visant « 50 % de produits ANAIK NOW vendus fin 2025 » a également été retenu à titre d'analyse du respect de cet objectif statutaire. Il n'a toutefois pas été pris en compte dans ce cadre, cet indicateur apparaissant plus pertinent pour apprécier le respect du premier objectif statutaire, auquel il est plus directement rattaché.
- Le résultat à atteindre visant « 10 % de produits certifiés à fin 2025 » a été partiellement atteint, avec un taux de 5%, malgré la mobilisation de moyens jugés adéquats. L'ambition d'atteindre ce niveau dès l'année de lancement, sur un indicateur fortement dépendant des choix des clients, apparaît particulièrement élevée et invite ANAIK GROUP à ajuster ses résultats à atteindre afin de concilier ambition et atteignabilité.

PRÉSENTATION DES TRAVAUX

L'absence de cadre de référence généralement accepté et communément utilisé ou de pratiques établies sur lequel s'appuyer pour évaluer et mesurer les informations portant sur les 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 au rapport de mission.

RESPONSABILITÉ DE L'ENTITÉ

Il appartient à l'entité de désigner un comité de mission ou un référent de mission chargé d'établir annuellement un rapport en application des dispositions de l'article L. 210-10 du code de commerce. Ce rapport est joint au rapport de gestion.

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 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.

N'ayant pas été impliqués dans la préparation de l'information liée à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux, nous sommes en mesure de formuler une conclusion indépendante d'assurance modérée sur ladite information.

DISPOSITIONS RÉGLEMENTAIRES ET DOCTRINE PROFESSIONNELLE APPLICABLE

Nos travaux décrits ci-après ont été effectués conformément aux dispositions de l'article R. 210-21 du code de commerce et de la norme ISO 17029.

INDÉPENDANCE ET CONTRÔLE QUALITÉ

Notre indépendance est définie par les dispositions prévues à l'article L. 822-11-3 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 applicables. Nous appliquons le programme SAM REV11_06-11-2025.

NATURE ET ÉTENDUE DES TRAVAUX

Nous avons planifié et effectué nos travaux en prenant en compte le risque d'anomalies significatives.

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 :

- L'analyse du modèle de mission (contenant la raison d'être de l'entité précisée dans ses statuts, les objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrits dans ses statuts, la déclinaison de ces objectifs en résultats et le cas échéant, les objectifs opérationnels et indicateurs clés de suivi) ;
- La revue de l'adéquation des moyens ;
- La revue de l'atteinte des objectifs sociaux et environnementaux retenus en application du 2° de l'article L. 210-10 et inscrits dans ses statuts.

Concernant l'analyse du modèle de mission :

- Nous avons vérifié la présence dans les statuts de la raison d'être et des objectifs sociaux et environnementaux, la présence de la mention de la qualité de société à mission sur le kbis ;
- Nous avons vérifié la présence d'un salarié dans le comité de mission ou d'un salarié référent de mission ;
- Nous avons fait une relecture critique du rapport de mission et collecté différents documents relatifs à la mission ;
- Nous avons revu la cohérence du modèle de mission (cohérence entre la raison d'être, les objectifs sociaux et environnementaux, les résultats et le cas échéant les objectifs opérationnels et indicateurs clés de suivi) ;
- Nous avons apprécié la cohérence entre le modèle de mission et l'activité de la société au regard de ses enjeux sociaux et environnementaux ;
- Nous avons interrogé l'organe en charge de la gestion de la société sur la mise en place de la qualité de société à mission et la manière dont la société exécute son ou ses objectifs sociaux et environnementaux.

Concernant l'adéquation des moyens :

- Nous nous sommes enquis de l'existence d'actions menées et de moyens affectés à l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux ;
- Nous avons identifié des preuves à collecter sur une partie de ces moyens et actions puis réalisé, le cas échéant des tests sur la cohérence des évolutions et des tests de détail consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des preuves ;
- Nous avons interrogé des parties prenantes sur les actions menées et les moyens affectés au regard de l'évolution des affaires sur la période.

Concernant l'atteinte des objectifs :

- Nous nous sommes enquis de l'existence de mesures des résultats (données historiques qualitatives ou quantitatives sous forme d'objectifs opérationnels et/ou d'indicateurs clés de suivi) atteints par la société à la fin de la période couverte par la vérification pour chaque objectif social et environnemental ;
- Nous avons revu les procédures de mesure de ces résultats (procédures de collecte, de compilation, d'élaboration, de traitement et de contrôle) et le périmètre de ces résultats ;
- Nous avons identifié des preuves à collecter sur une partie des résultats (qualitatifs et quantitatifs). Pour les résultats quantitatifs, nous avons réalisé des tests sur la cohérence des évolutions et, le cas échéant, des tests de détail consistant à vérifier la correcte application des définitions et procédures et à rapprocher les données des preuves.
- Nous nous sommes enquis de l'appréciation de l'exécution des objectifs sociaux et environnementaux auprès du comité de mission ou du référent de mission. Nous nous sommes enquis de l'analyse dans le rapport de mission, des résultats atteints par la société à la fin de la période couverte par la vérification au regard de leurs trajectoires attendues.
- Nous avons corroboré ces informations collectées avec la perception qu'ont les parties prenantes des effets et impacts sur l'entité.
- Nous avons vérifié la bonne atteinte des résultats à la fin de la période couverte par la vérification pour chaque objectif social et environnemental et le cas échéant, l'existence de circonstances extérieures à la société ayant affecté le respect de ces objectifs.

Les procédures mises en œuvre dans le cadre d'une assurance modérée sont moins étendues que celles requises pour une assurance raisonnable effectuée selon les normes d'exercice professionnel applicables en France ; une assurance de niveau supérieur aurait nécessité des travaux de vérification plus étendus.

Fait à Toulouse, le 03/06/2026

L'ORGANISME TIERS INDEPENDANT

SAS CABINET DE SAINT FRONT

3 rue Brindejonc des Moulinais
31500 TOULOUSE
Candice Lourdin
Directrice Générale



Organisme tiers indépendant – n° SIRET : 494 642 978 00014
Société anonyme par actions simplifiée – Capital de 9100,00€ – inscrite au RCS de Toulouse –
CODE NAF / 7022Z N° inscription H2A : 4100026206
Accréditation Cofrac vérification, validation : n° 3-1860 rev 2, portée disponible sur www.cofrac.fr



Anaïk

CONTACTEZ NOUS :

www.anaik.com
digital@anaik.com