

**ESG DISCLOSURE**

—

**MATÉRIALITÉ ET DIALOGUE**

**PARTIES PRENANTES**

**2023**



*Cette factsheet présente, de manière synthétique et non exhaustive, l'analyse de matérialité, les modalités de dialogue et actions mises en œuvre pour et avec chacune des catégories de parties prenantes avec lesquelles le Groupe interagit. Ce document approfondit et complète les informations publiées par Kering dans le cadre de son document d'enregistrement universel 2023, en particulier la section 1.3 du chapitre Développement durable.*

## Sommaire

MATÉRIALITÉ .....	3
Notre vision et notre modèle d'affaires .....	3
Analyse de matérialité et risques extra-financiers : nos priorités .....	3
Analyse de matérialité : cibler les enjeux prioritaires .....	4
MODALITÉS DE DIALOGUE ET ACTIONS DE KERING ET DE SES MAISONS .....	6
Employés et leurs représentants .....	6
Actionnaires et communauté financière .....	8
Clients, consommateurs et distributeurs .....	9
Fournisseurs et partenaires commerciaux .....	10
Talents créatifs et artisanat d'excellence, écoles et universités .....	11
Société civile, communautés locales et ONG .....	12
Pairs et associations professionnelles .....	13
Acteurs de l'innovation .....	14
Autorités publiques et régulateurs .....	15

# MATÉRIALITÉ

## Notre vision et notre modèle d'affaires

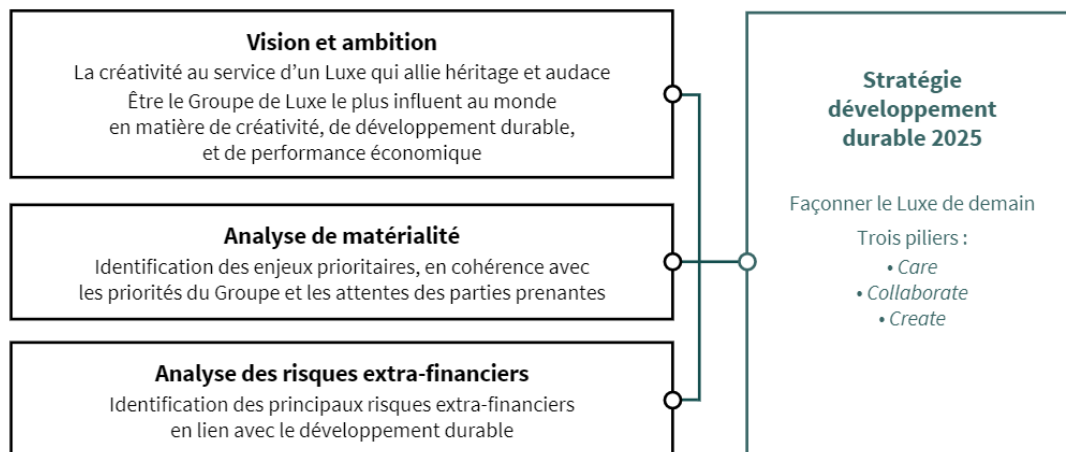
La vision de Kering – La créativité au service d'un Luxe qui allie héritage et audace –, son ambition, ainsi que le modèle de création de valeur et la stratégie du Groupe sont présentés au chapitre 1 du Document d'Enregistrement Universel 2023 de Kering.

La chaîne de valeur du Groupe, simplifiée autour de sept étapes clés, permet de rendre compte des interactions et de la collaboration de Kering avec l'ensemble de ses parties prenantes. Il s'agit notamment de comprendre au mieux leurs préoccupations et leurs attentes et de les intégrer de la meilleure façon possible à la stratégie du Groupe.



## Analyse de matérialité et risques extra-financiers : nos priorités

Kering déploie une Stratégie Développement durable à horizon 2025 ambitieuse et fruit de trois composantes : la vision et l'ambition portées au plus haut niveau du Groupe, une analyse de matérialité et une analyse de risques extra-financiers, permettant d'identifier avec précision les principaux enjeux et risques dans toute sa chaîne de valeur.



## Analyse de matérialité : cibler les enjeux prioritaires

La matérialité est au cœur de la démarche de Développement durable de Kering. Depuis 2013, cette approche permet d'identifier les enjeux prioritaires pour Kering en lien avec sa vision et ses activités, en fonction de leurs impacts économiques, environnementaux et sociaux ainsi que les enjeux de gouvernance, et l'évaluation qui en est faite par les principales parties prenantes de l'entreprise.

### • Méthodologie de l'analyse de matérialité et modalités de consultation des parties prenantes

Kering a conduit en 2020 une consultation internationale de ses parties prenantes afin de mettre à jour son analyse de matérialité. Cette analyse de matérialité a été menée en trois étapes, s'inspirant des différentes lignes directrices existantes en matière d'engagement des parties prenantes (GRI, AA 1000, ISO 26000). Un comité de pilotage représentant les principales directions fonctionnelles du Groupe a été mobilisé tout au long du projet, mené avec le soutien d'une équipe de consultants indépendante.

1. Identification des enjeux	2. Consultation des parties prenantes et évaluation des enjeux	3. Hiérarchisation et consolidation des résultats
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Actualisation de la cartographie des enjeux – RSE, stratégiques, économiques et opérationnels – sur la base d'une revue documentaire approfondie : référentiels internationaux (GRI, TCFD, SASB, IIRC, UN SDG, UN GC, etc.) évaluations des agences de notation, questions des investisseurs, presse et actualités du Groupe, grandes tendances, enquêtes et études internes</li> <li>○ Liste de 28 enjeux sur lesquels les parties prenantes ont été consultées</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Étude quantitative internationale et entretiens stratégiques, sollicitant près de 70 parties prenantes externes (investisseurs ; fournisseurs et partenaires commerciaux ; distributeurs et clients ; société civile, communautés locales et ONG ; académiques ; autorités publiques et régulateurs ; pairs, associations professionnelles et acteurs de l'innovation) et internes (management, top management de Kering et de ses Maisons, directions fonctionnelles)</li> <li>○ Double évaluation de chaque enjeu : par les parties prenantes externes et par les parties prenantes internes</li> <li>○ Évaluation dynamique de l'évolution des enjeux au regard (i) de la pandémie de Covid-19 (ii) et à 10 ans</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Consolidation et analyse des résultats : équipondération des enjeux et des réponses entre catégories de parties prenantes</li> <li>○ Enrichissement des résultats quantitatifs par les entretiens stratégiques : confirmation de la prépondérance de certains enjeux – notamment leur importance pour Kering, approfondissant les signaux faibles et enjeux émergents</li> <li>○ Éclairage sur l'impact perçu de la pandémie de Covid-19 sur les enjeux et grandes tendances à court-moyen et long terme</li> <li>○ Partage des résultats</li> </ul>

### • Représentation graphique et analyse des résultats

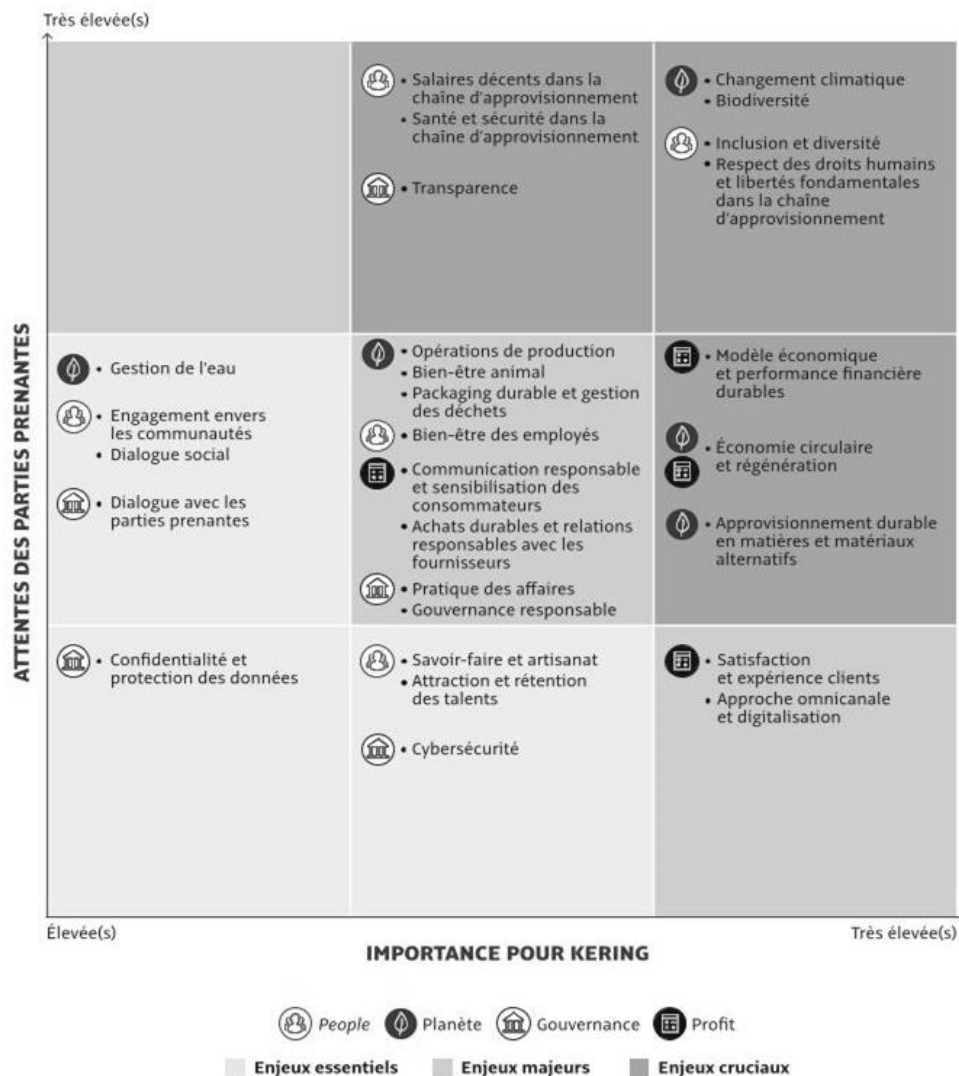
La matrice de matérialité de Kering comprend 28 enjeux à l'importance globalement élevée et répartis en quatre catégories : planète, *people* (enjeux sociaux et sociétaux), profit (affaires) et gouvernance. Suivant une hiérarchie à trois niveaux, leur répartition fournit des informations utiles pour mieux appréhender, gérer et prioriser nos actions à court et moyen terme.

Les résultats de la matrice confirment la cohérence entre les attentes des parties prenantes externes et les axes stratégiques de Kering définis dans le cadre de la Stratégie 2025 et de son modèle d'affaires, ainsi que les engagements pris depuis 2020. En 2020, quatre enjeux avaient été identifiés par les parties prenantes comme gagnant en importance : biodiversité, achats durables et relations responsables avec les fournisseurs, bien-être des employés et cybersécurité, ce qui se confirme à l'aune des évolutions sociétales et des nouvelles réglementations.

À noter, les enjeux de la matrice liés au développement durable sont ainsi couverts par des plans d'action et indicateurs de suivi dans le cadre de la Stratégie Développement durable 2025 de Kering

Par ailleurs, en 2023, Kering a engagé des travaux en vue de l'entrée en vigueur de la CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive), mobilisant l'ensemble des parties prenantes internes et directions fonctionnelles concernées (Développement durable, risques, direction financière, Ressources humaines, juridique

et conformité, représentants des Maisons...). Ces travaux ont inclus la refonte de l'analyse de matérialité vers une analyse de double matérialité dont la méthodologie a été établie avec le soutien d'un cabinet expert indépendant en ligne avec les normes européennes définies dans le cadre de la CSRD (ESRS, et notamment ESRS 1 et 2). Elle a notamment été définie en cohérence avec l'analyse des risques du Groupe. La revue des enjeux, impacts, risques et opportunités associés a ainsi été menée en cohérence avec les facteurs de risques déjà identifiés par le Groupe.



Les résultats sont également en lien étroit avec les tendances impactant le marché du Luxe. Les générations Y et Z, en demande de produits innovants et ayant une sensibilité accrue aux problématiques sociales et environnementales, incitent le Groupe à accélérer encore sa transformation et à accroître sa transparence.

# MODALITÉS DE DIALOGUE ET ACTIONS DE KERING ET DE SES MAISONS

Afin de rester constamment à l'écoute des enjeux prioritaires pour ses parties prenantes et de participer à la recherche de solutions pour un Luxe plus durable, Kering a défini une approche de concertation et d'analyse des attentes des parties prenantes au niveau Groupe. Cette analyse est mise à jour annuellement. Elle a fait l'objet d'une revue en profondeur dans le cadre des travaux préparatoires à l'entrée en vigueur de la CSRD afin d'assurer la prise en compte des parties prenantes pertinentes au sein de l'analyse de double matérialité.

Au-delà de l'exercice de matérialité, Kering mène de multiples actions à l'échelle locale, nationale et internationale et participe à de nombreuses initiatives en collaboration avec ses parties prenantes ou au sein de coalitions multipartites. Kering encourage chaque Maison à développer en complément ses propres plateformes de dialogue à un niveau plus opérationnel.

Ci-dessous sont présentées, de manière synthétique et non-exhaustive, les principales attentes identifiées, les modalités de dialogue et actions mises en œuvre pour et avec chacune des catégories de parties prenantes avec lesquelles le Groupe interagit :

## Employés et leurs représentants

- Collaborateurs
- Instances représentatives du personnel
- Organisations syndicales
- Administrateurs représentants les salariés
- Alternants
- Stagiaires

Attentes	Proposition de valeur de Kering
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Offre de formation et développement des compétences</li> <li>• Parcours de carrière attractifs (dans un contexte de guerre des talents)</li> <li>• Organisation du travail responsabilisante, rémunération et avantages attractifs</li> <li>• Respect de l'équilibre vie privée/vie professionnelle</li> <li>• Dialogue social de qualité et respect des droits fondamentaux</li> <li>• Politique d'inclusion et de diversité</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Devenir l'employeur de préférence dans le secteur du Luxe</li> <li>• Partager une vision commune sur les valeurs et les politiques du Groupe</li> <li>• Promouvoir un environnement inclusif et atteindre la parité femmes-hommes et l'égalité de salaire à tous les niveaux de hiérarchie</li> </ul>

## Modalités de dialogue et actions (exemples – non exhaustifs)

- Chartes et Politiques internes (Code d'éthique, Politique RH, Politique de parentalité, Politique Globale contre les violences conjugales)
- Accords d'entreprise (bien-être au travail, *Empowering Talent*, télétravail, etc.)
- Dialogue permanent et régulier avec les instances de représentation du personnel et les organisations syndicales
  - Comité d'Entreprise Européen
  - Comité de Groupe France, formation des membres pendant une journée sur le dialogue social
  - 2 Représentants des salariés au Conseil d'administration
- Comités Inclusion et diversité au sein des Maisons et du Corporate

- Stratégie d’inclusion et diversité globale relayée par une nouvelle gouvernance comprenant une dimension régionale, en particulier aux Amériques et en Asie Pacifique
- Déploiement de la formation de leadership inclusif Kering Perspectives, suivie par le Comex Kering en 2022, pour l’ensemble des membres des Comex Maisons et Directions fonctionnelles Groupe.
- Réseau interne « Women in Luxury » (lancé en France, 2022) étendu en 2023 : Italie, États-Unis, Chine continentale, Singapour, Mexique, Corée et Japon
- Certification *Universal Fair Pay* pour Kering et reconnue pour l’ensemble des Maisons du Groupe sur les écarts de rémunération hommes-femmes
- Dispositif d’alerte (Comités d’éthique et hotline éthique)
- Entretien annuel (*People Performance and Development Annual Review*) et entretiens réguliers (*Check-in conversations*)
- Plateformes de formation et e-learning :
  - *Global Learning day* : journée dédiée à la formation et au renforcement de la culture d’apprentissage ;
  - *The Kering Planet*, formation « *Ethics & Compliance* », *Sustainability Academy* ;
  - Développement des Académies fonctionnelles au niveau Groupe (Finance, Supply chain, Développement durable, Tech, Ressources humaines etc.) ;
  - *Kering Learning* : nouvelle expérience d’apprentissage sur la plateforme digitale, basée sur les compétences des employés ;
  - Maisons : *Gucci Retail Academy*, *Saint Laurent E-University*, *Balenciaga Global Retail Meeting*, *Alexander McQueen Responsible Materials training* etc.
- Poursuite en 2023 des programme de volontariat *Giving Back* et *Gucci Changemakers*
- Enquête d’engagement interne Kering *Employee Listening* : enquête annuel globale Groupe et enquêtes complémentaires par Maison selon leurs besoins
- Évènements *internes* dont célébration des 10 ans de Kering dans les 3 régions du Groupe
- Communication interne, Intranet et lettres d’informations aux collaborateurs via *Workplace*
- Évènements internes sur le développement durable
  - Ateliers Fresque du Climat et 2Tonnes organisés en 2023 ;
  - Journées de sensibilisation organisées par Kering et/ou les Maisons (*Earth and Climate Weeks*)
  - Sensibilisation sur les violences faites aux femmes par la *Kering Foundation*
  - Formation santé sécurité (usage des défibrillateurs, etc.)
  - Club Apicole

## **Actionnaires et communauté financière**

- Investisseurs institutionnels (gérants de portefeuille, actions/obligations/ISR, équipes gouvernance, etc.)
- Analystes financiers
- Autorités de marché (AMF, Euronext, etc.)
- Actionnaires individuels
- Agences de notation financière et extra-financière

Attentes	Proposition de valeur de Kering
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertinence et cohérence de la stratégie</li> <li>• Performances financières et création de valeur</li> <li>• Retour sur investissement (performance boursière, dividendes, rachats d’actions, etc.)</li> <li>• Égalité d’accès à l’information, communication financière exacte, précise et sincère</li> <li>• Attentes accrues sur les aspects ESG</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Un modèle économique qui s’appuie sur des Maisons d’exception</li> <li>• Une stratégie visant à capter tout le potentiel du Luxe</li> <li>• Des priorités financières clairement établies</li> <li>• Une gouvernance d’entreprise aux meilleurs standards et une stratégie de développement durable ambitieuse</li> </ul>

### **Modalités de dialogue et actions (exemples – non exhaustifs)**

- Information permanente et réglementée en français et en anglais
- Rubrique « Finance » du site internet de la société régulièrement enrichie et mise à jour
- Dialogue avec les actionnaires, notamment lors de l’Assemblée générale annuelle et via des communications régulières
  - *Avis financiers* dans la presse ou en ligne
  - Lettre aux actionnaires (semestrielle), Guide de l’actionnaire (annuel) et ligne téléphonique dédiée aux actionnaires individuels
  - Visite du siège social de Kering à Paris
- Échanges réguliers avec les investisseurs institutionnels et les analystes financiers
- Organisation de conférences téléphoniques ou de vidéoconférences lors de la publication de chiffres d’affaires trimestriels, des résultats semestriels et annuels
- Organisation de plusieurs roadshows et participation à plusieurs conférences sectorielles
- Roadshow dédié aux sujets ESG en présence de l’Administratrice référente indépendante et de plusieurs membres des instances de direction du Groupe
- Administratrice référente indépendante, qui est notamment, en coordination avec le Président-Directeur général, porte-parole du Conseil auprès des investisseurs institutionnels sur les questions ESG
- Réponses aux questionnaires d’évaluation extra financière et présence dans les principaux indices boursiers extra-financiers
  - Présence renouvelée dans les principaux indices extra-financiers (DJSI World et Europe, FTSE4Good, Euronext CAC 40 ESG, Euronext CAC 40 SBT 1.5° etc.)
  - Reconnaissances externes de la performance RSE (Corporate Knights – *Global 100*, ISS ESG, MSCI, Sustainalytics, S&P CSA etc.)



## **Clients, consommateurs et distributeurs**

- Clients
- Associations de consommateurs
- Influenceurs
- Acteurs de la distribution

Attentes	Proposition de valeur de Kering
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Bénéficier d'une expérience client personnalisée et répondant aux attentes de chacun</li> <li>• Des standards de qualité et de responsabilité en ligne avec le secteur du Luxe</li> <li>• Un échange privilégié avec des Maisons de renommée mondiale</li> <li>• Transparence, pédagogie et fiabilité de l'information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Sensibiliser les clients et consommateurs aux enjeux du développement durable</li> <li>• Proposer une expérience client unique</li> <li>• Offrir un réseau de distribution omni-channel complémentaire et conforme aux standards du Groupe</li> </ul>

Modalités de dialogue et actions (exemples – non exhaustifs)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Réseau mondial de boutiques et points de vente offrant une relation client unique à chaque Maison</li> <li>• Réalisation par les Maisons d'enquêtes de satisfaction clients</li> <li>• Lignes directrices sur la Communication Responsable</li> <li>• Guide relatif aux allégations environnementales (au sein des <i>Kering Standards</i>)</li> <li>• Charte interne sur les défilés (<i>Green Fashion show guidelines</i>)</li> <li>• Publications et sites internet du Groupe, des Maisons et de la Fondation Kering dédiés au développement durable             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Adresse e-mail dédiée au développement durable pour interagir avec les experts du Groupe et des Maisons <a href="mailto:sustainability@kering.com">sustainability@kering.com</a></li> <li>- Rapports d'impact Gucci <i>Equilibrium</i> et <i>Precious for the Future</i> de Boucheron</li> <li>- Communication via des applications dédiées, leurs sites internet ou les réseaux sociaux par Gucci, Boucheron, Saint Laurent, Pomellato, Brioni, Balenciaga, Bottega Veneta, Alexander McQueen ou Kering Eyewear</li> </ul> </li> <li>• Réseaux sociaux             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Retransmission en ligne des défilés</li> </ul> </li> <li>• Newsletters clients</li> <li>• Collaborations avec certains distributeurs et <i>marketplaces</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Reflaunt, Revalorem, Vestiaire Collective</li> <li>- Événements, communications dédiées et actions de sensibilisation menés par les Maisons et/ou en partenariat avec des distributeurs pour sensibiliser les consommateurs aux enjeux de développement durable</li> <li>- Partenariat de Balenciaga avec l'ONG <i>Up2Green Reforestation</i></li> </ul> </li> </ul>

## **Fournisseurs et partenaires commerciaux**

- Fournisseurs directs du Groupe et de ses Maisons, et leurs sous-traitants
- Fournisseurs de matières premières clés
- Artisans et corporations
- Prestataires de service
- Mannequins

Attentes	Proposition de valeur de Kering
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soutien et accompagnement</li> <li>• Respect des délais de paiement et des conditions commerciales équitables</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Préserver les savoir-faire artisanaux et soutenir les communautés qui les perpétuent</li> <li>• Déployer les <i>Kering Standards</i> pour préserver des filières d'excellence et accompagner l'adoption de pratiques plus responsables</li> <li>• Fédérer son écosystème autour des meilleures pratiques de marché</li> </ul>
Modalités de dialogue et actions (exemples – non exhaustifs)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Charte Fournisseurs, Principes de développement durable, Politique droits humains</li> <li>• <i>Kering Standards</i> : Standards et guides pour une production durable ; <i>Kering Standards</i> pour le bien-être animal ; <i>Kering Standards for Stores</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Arrêt de l'utilisation de la fourrure</li> <li>- <i>Kering Precious Metals Platform</i></li> </ul> </li> <li>• Charte sur les conditions de travail et le bien-être des mannequins</li> <li>• Portail fournisseurs, questionnaires, audits et Plan de vigilance           <ul style="list-style-type: none"> <li>- 4 559 audits sociaux en 2023 ;</li> <li>- Analyses et évaluations <i>living wage</i> au niveau d'une centaine de fournisseurs ;</li> <li>- Analyse portant sur les prestataires sur site pour analyser les axes d'amélioration en matière sociale.</li> </ul> </li> <li>• Soutien et mécanismes incitatifs pour l'amélioration de la performance environnementale et sociale des fournisseurs :           <ul style="list-style-type: none"> <li>- Programme ZDHC <i>Supplier to Zero</i> ;</li> <li>- Programme <i>Clean by Design</i> ;</li> <li>- Programmes de <i>capacity building</i> des fournisseurs de Gucci et Bottega Veneta dans le cadre de leurs certifications SA8000 ;</li> <li>- Les actions de soutien de Gucci auprès de ses fournisseurs dans la mise en œuvre de solutions pour réduire leur consommation d'énergie ainsi que le programme <i>Sviluppo Filiera</i> lancé en 2020 en partenariat avec la banque <i>Intesa Sanpaolo</i> ;</li> <li>- Les <i>Sustainability Days</i> de Kering Eyewear rassemblant 20 de ses fournisseurs italiens principaux pour les former et les sensibiliser aux thématiques du développement durable ;</li> <li>- Projet mené par Saint Laurent et Balenciaga pour leurs fournisseurs de denim au Japon.</li> </ul> </li> <li>• Dispositif d'alerte (Comités d'éthique et hotline éthique) : plan de communication en 15 langues</li> <li>• Programmes d'artisanat d'excellence en Haute Couture, Maroquinerie et Joaillerie</li> </ul>	

**Talents créatifs et artisanat d'excellence, écoles et universités**

- Écoles internes
- Formations spécialisées dans la mode, le design et l'artisanat
- Universités

Attentes	Proposition de valeur de Kering
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Soutien à la préservation des artisanats d'exception</li> <li>• Insertion professionnelle</li> <li>• Mentoring, coaching, retour d'expérience...</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer des talents et des compétences et proposer des parcours professionnels attractifs</li> <li>• Recruter les meilleurs professionnels</li> <li>• Nouer des partenariats avec les écoles et universités</li> <li>• Étoffer nos collaborations pour identifier des solutions plus durables</li> <li>• Sensibiliser les designers de demain aux thématiques du développement durable</li> </ul>
Modalités de dialogue et actions (exemples – non exhaustifs)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programmes d'artisanat d'excellence en Haute Couture, Maroquinerie et Joaillerie             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Pomellato <i>Virtuosi Academy</i> en partenariat avec la <i>Scuola Galdus Goldsmith</i></li> <li>- <i>Gucci ArtLab et Fabbriche, Istituto Secoli</i></li> <li>- <i>Accademia Labor et Ingenium</i> de Bottega Veneta</li> <li>- Partenariat de Brioni avec la <i>Scuola di Alta Sartoria</i> et intégration des ateliers de tapisserie <i>Arazzeria Pennese</i> à ses ateliers de Montebello (en 2018)</li> </ul> </li> <li>• Collaborations académiques             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Chaire « <i>Sustainability IFM – Kering</i> », à l'IFM incluant une formation diplômante depuis 2020</li> <li>- Partenariat de la Chaire « <i>Sustainability IFM – Kering</i> » avec l'Académie des Beaux-Arts Bezael</li> <li>- Saint Laurent <i>Couture Institute</i>, en partenariat avec l'IFM</li> <li>- Programme <i>Kering Certificate of Influential Luxury</i> avec HEC Paris</li> <li>- Partenariat avec le <i>London College of Fashion</i> : cours, talks, MOOC...</li> <li>- Boucheron avec la Haute École de Joaillerie (parrain de la Promotion Boucheron)</li> </ul> </li> <li>• Forums dans les écoles et journées d'échanges</li> </ul>	

## Société civile, communautés locales et ONG

- Collectivités locales (élus, administration...)
- Associations et ONG
- Presse et réseaux sociaux
- Leaders d'opinion
- Fondations d'intérêt général

Attentes	Proposition de valeur de Kering
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Ancrage local et proximité, participation à la dynamique économique</li> <li>• Impact positif sur les individus et la société</li> <li>• Réduction de l'empreinte environnementale</li> <li>• Transparence et fiabilité de l'information</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maintenir un dialogue et une communication transparente</li> <li>• Soutenir des projets sur le terrain et assurer des partenariats de long terme</li> <li>• S'appuyer sur les expertises des acteurs de la société civile</li> <li>• Soutenir les communautés dans nos chaînes d'approvisionnement et améliorer leurs moyens de subsistance</li> <li>• Agir à toutes les étapes de la chaîne d'approvisionnement pour atténuer l'empreinte environnementale</li> </ul>

### Modalités de dialogue et actions (exemples – non exhaustifs)

- Soutien de projets et d'associations de terrain
  - Programme *South Gobi Cashmere*
  - *Kering Foundation* et ses actions de lutte contre les violences faites aux femmes (soutien d'associations et de réseaux nationaux, partenariats avec certaines Maisons) : *La Maison des Femmes de Saint-Denis*, *National Network to End Sexual Violence*, *Donne in Rete contro la violenza*, *Women's Aid*, *Red Nacional de Refugios* etc.
  - Partenariats de Kering et/ou de ses Maisons avec des associations : *Charity: water*, *Conservation International*, *Canopy*, *UNICEF*, *WWF*, *Capitals Coalition* ; Gucci : *Chime for Change*, Balenciaga : *National Children's Alliance* and *Up2Green Reforestation*
- Implications de dirigeants, relations publiques
  - Signataire du *Pledge against Forced Labour in Uzbekistan Cotton* et du *Pledge against Forced Labour in the Cotton Sector of Turkmenistan*
  - B4IG-BCTI (*Business for Inclusive Growth - Business Commission to Tackle Inequality*)
  - Membre fondateur de la Fédération de la Haute Couture et de la Mode (FHCM)
  - Collaboration avec *Fair Wage Network* autour du living wage dans ses chaînes d'approvisionnement et partenaire stratégique de l'initiative de *Wage Indicator Foundation*
  - Gucci a rejoint le Forum Génération Égalité organisé par ONU Femmes (2021)
- Mécénat de compétences, mécénat financier et dons de produits
  - Bénévolat et volontariat soutenus par le Groupe via le programme *Giving Back*
- Publications et sites internet du Groupe, des Maisons et de la Fondation Kering
- Prises de parole de l'équipe Développement durable de Kering et des Maisons lors d'événements divers pour partager la vision et les actions du Groupe (Salon de l'Agriculture, *Watches and Wonders*, *le Vogue Business Sustainability Forum*, le *Global Fashion Summit*, l'*Innovation Forum* à Amsterdam, l'*IMD Luxury 2050 Forum*, le Festival de Hyères, le *WWD Japan Forum* etc.)

## Pairs et associations professionnelles

- Fédérations d'entreprises
- Coalitions multipartites
- Organisations/associations professionnelles ou sectorielles

Attentes	Proposition de valeur de Kering
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Maintenir un dialogue constructif avec tous les acteurs et favoriser la collaboration sur des thématiques d'intérêt général</li> <li>• Sensibilisation des acteurs du secteur privé à diverses problématiques (e.g. biodiversité, climat)</li> <li>• Faire évoluer le secteur de la mode vers les meilleures pratiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Fédérer un écosystème autour des meilleures pratiques de marché</li> <li>• Participation aux échanges, débats et nourrir un dialogue constructif afin de faire progresser les standards, réglementations et l'adoption de pratiques responsables</li> </ul>

Modalités de dialogue et actions (exemples – non exhaustifs)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Approche généralisée d'open-source             <ul style="list-style-type: none"> <li>- EP&amp;L, standards d'approvisionnement, etc.</li> </ul> </li> <li>• Participation à des initiatives internationales et/ou multipartites prenantes             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membre fédérateur du <i>Fashion Pact</i></li> <li>- Co-fondateur de la <i>Watch and Jewellery Initiative 2030</i></li> <li>- Membre de <i>Science Based Targets Network</i> (SBTN) et de RE100 pour la transition vers une électricité 100 % renouvelable</li> <li>- Membre signataire du ZDHC (<i>Zero Discharge of Hazardous Chemicals</i>)</li> <li>- Membre de <i>Textile Exchange</i>, de <i>Wildlife Friendly Enterprise Network</i>, de l'initiative <i>IPI</i> (<i>International Platform for Insetting</i>), de BSR (<i>Business for Social Responsibility</i>), de la <i>Ellen MacArthur Foundation</i>, de B4IG-BCTI (<i>Business for Inclusive Growth - Business Commission to Tackle Inequality</i>) etc.</li> </ul> </li> <li>• Implication dans des groupes de travail spécialisés, consultation et dialogue             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membre de la coalition <i>One Planet for Biodiversity Business</i> (OP2B), du pilote <i>SBTN Corporate Engagement Programme</i>, de <i>Act4Nature</i>, de l'initiative <i>Paris Good Fashion</i>, d'Entreprises pour l'environnement (EPE), du <i>Mekong Club</i>, qui vise à lutter contre l'esclavage moderne, de la commission développement durable de la Fédération de la Haute Couture et de la Mode</li> <li>- Implication des Maisons dans le cadre d'organisations représentant leurs spécificités sectorielles : <i>Ente Bilaterale Occhialeria in Italia</i> ; d'associations professionnelles : <i>Gucci et Pomellato</i> sont membres de l'association <i>Valore D</i>, Boucheron est impliquée dans l'Union française de la bijouterie, joaillerie, orfèvrerie, des pierres et des perles (UFBJOP) ; et d'initiatives sectorielles en faveur du développement durable (participation de Kering au CGWG - <i>Colored Gemstones Working Group</i>)</li> </ul> </li> <li>• Interventions et retours d'expérience lors de conférences, forums et ateliers valorisant le rôle de l'entreprise dans la société</li> </ul>

## Acteurs de l'innovation

- Partenariats académiques
- Think tanks
- Incubateurs

Attentes	Proposition de valeur de Kering
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Participation transparente au débat public</li> <li>• Soutien à l'écosystème innovation et startup</li> <li>• Échange de bonnes pratiques</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Développer des solutions innovantes et durables pour s'approvisionner en matières premières, notamment par l'exploration des biotechnologies et la promotion d'une économie circulaire</li> <li>• Investir dans des innovations de rupture capables de transformer les processus conventionnels du luxe et d'influencer le secteur</li> </ul>

Modalités de dialogue et actions (exemples – non exhaustifs)
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Programme d'accélérateur et d'incubation, mentoring de startups             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Accélérateur <i>Fashion For Good</i></li> <li>- <i>Kering Ventures</i></li> </ul> </li> <li>• Appels à projet innovation, événements et remises de prix             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Kering Generation Award</i> en Chine en 2019, 2021 et 2023 ; lacement des <i>Kering Generation Award</i> au Japon</li> <li>- 7 premiers projets bénéficiaires du <i>Kering Regenerative Fund for Nature</i>, nouvel appel à projet lancé en 2023 et arrivée d'Inditex comme co-investisseur</li> </ul> </li> <li>• Approche généralisée d'open-source (EP&amp;L, <i>Kering Standards</i>, etc.)</li> <li>• Travaux de recherche et innovation de rupture sur les matières premières ou les procédés de fabrication, partenariats académiques             <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Material Innovation Lab</i> (MIL) et <i>Jewellery Innovation Lab</i> (JIL)</li> <li>- <i>Gucci ArtLab</i>,</li> <li>- <i>Balenciaga Material Innovation Unit</i></li> <li>- <i>Gucci Circular Hub</i></li> <li>- Ateliers internes sur l'innovation responsable (<i>Idea Labs</i>)</li> </ul> </li> </ul>

## **Autorités publiques et régulateurs**

- Régulateurs et organismes de normalisation
- Instances gouvernementales
- Organisations internationales (ONU, OIT...)

Attentes	Proposition de valeur de Kering
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conformité et respect des réglementations</li> <li>• Participation transparente au débat public</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Répondre aux exigences réglementaires</li> <li>• Fédérer son écosystème autour des meilleures pratiques de marché</li> <li>• Partager son retour d'expérience</li> </ul>
Modalités de dialogue et actions (exemples – non exhaustifs)	
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Publication des informations et communications réglementées</li> <li>• Dialogue et partage d'expérience avec les instances gouvernementales et instances supra-nationales (ONU, OIT, OCDE, Union européenne, etc.)             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Participation aux consultations publiques et à des <i>think tanks</i></li> </ul> </li> <li>• Participation à des initiatives internationales et/ou multiparties prenantes et groupes de travail spécialisés             <ul style="list-style-type: none"> <li>- Membre signataire de la TCFD (<i>Task Force on Climate-related Financial Disclosures</i>)</li> <li>- Membre du Forum de Parties prenantes de la TNFD (<i>Taskforce for Nature-related Financial Disclosures</i>) et « <i>early adopter</i> » de la TNFD</li> <li>- Membre du WBCSD (<i>World Business Council for Sustainable Development</i>), de l'Afep (<i>Association françaises des entreprises privées</i>)</li> </ul> </li> <li>• Inscription au sein des registres de lobbying (répertoire des représentants d'intérêts de la HATVP, registre de transparence de la Commission européenne)</li> <li>• Contribution, via ses Maisons, aux principales organisations dédiées à la Mode et au Luxe en France (Comité Colbert, Fédération de la Haute Couture et de la Mode), en Italie (<i>Camera Nazionale della Moda Italiana, Altgamma</i>), au Royaume-Uni (<i>Walpole</i>)</li> </ul>	

# Empowering Imagination

Contact : [sustainability@kering.com](mailto:sustainability@kering.com)

<https://www.kering.com/fr/developpement-durable/>