

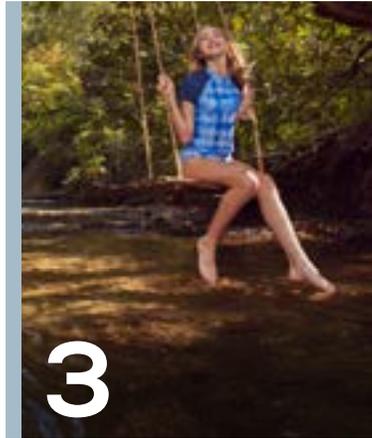
Gap Inc.

RAPPORT ESG 2021

INCLUSIFS, DEPUIS TOUJOURS



TABLE DES MATIÈRES



3



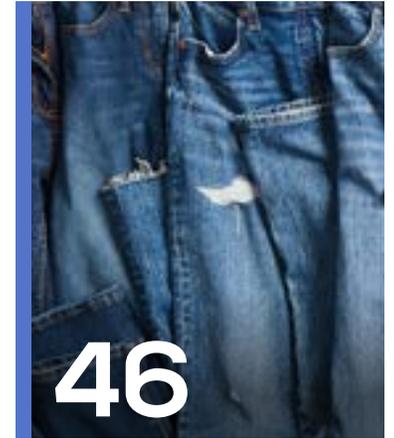
14



25



33



46

VUE D'ENSEMBLE

À propos de Gap Inc.	3
Notre engagement en matière d'ESG, message de la PDG	4
Faits marquants de 2021	5
Notre approche – Judy Adler, vice-présidente d'ESG	6
Nos marques axées sur une raison d'être	7
Old Navy	8
Gap	9
Banana Republic	10
Athleta	11
Objectifs et progrès	12

RENFORCER L'AUTONOMIE DES FEMMES

P.A.C.E. de Gap Inc.	16
Droits de la personne et dialogue social	19
Contribuer à assurer la sécurité de notre chaîne logistique pendant la COVID	24

CRÉER DES OPPORTUNITÉS

This Way ONward	16
Perfectionnement des talents	19
Égalité et appartenance	31
Employés et impact sur la communauté	32

ENRICHIR LES COMMUNAUTÉS

Gestion des ressources hydriques	27
Femmes + Eau	29
Efficacité des ressources et production	31
Gestion des substances chimiques	32
Gestion du climat	
Matières premières et produits	
Circularité et déchets	

GOVERNANCE

Supervision de l'ESG	35	47
Pratiques commerciales responsables	36	49
Engagement des parties prenantes	37	50
Cycle de vie du produit	38	51
Annexe ESG et déclarations prospectives	39	52
Index de l'Initiative des rapports mondiaux (GRI)	42	53
Index du Conseil des normes comptables de durabilité (SASB)	44	64
Index du Groupe de travail sur la publication d'informations financières relatives au climat (TCFD)		72

VUE D'ENSEMBLE

À PROPOS DE GAP INC.

Fondée à San Francisco en 1969, Gap Inc. est une collection de marques de style de vie qui offrent des vêtements, des accessoires, des articles pour la maison et des produits de soins personnels pour les femmes, les hommes et les enfants, produits par Old Navy, Gap, Banana Republic et Athleta.



Notre marque Athleta est certifiée B Corp, et nous avons modifié la charte juridique d'Athleta pour muter en une société d'utilité publique du Delaware afin de continuer à respecter l'engagement de notre marque envers les personnes et la planète.

À la fin de l'exercice 2021, nous avons acheté des marchandises sous marque privée et sans marque privée auprès d'environ 250 fournisseurs qui ont des unités de production dans près de 25 pays. Au 29 janvier 2022, nous avions un effectif d'environ 97 000 employé(e)s.

Gap Inc. est un détaillant omnicanal qui vend ses produits à la fois en magasin et en ligne, par l'entremise de magasins exploités par l'entreprise et des magasins franchisés, de sites Web appartenant à l'entreprise et d'accords avec des tiers.

EN SAVOIR PLUS
 > **Documents annuels**

À PROPOS DE CE RAPPORT

Ce rapport rend compte des activités mondiales de Gap Inc. pour l'exercice financier 2021, qui a pris fin le 29 janvier 2022, sauf indication contraire. Notre dernier rapport couvrait l'exercice financier 2020 et est disponible sur notre site Web parallèlement avec nos précédents rapports sur la durabilité. Le présent rapport est axé sur le développement et les actions de nos principaux programmes, les progrès réalisés en vue d'atteindre les objectifs de l'entreprise et de la marque durant l'exercice financier 2021, les préparatifs aux activités en 2021 et 2022 et une analyse des tendances et des incidences sur l'entreprise, le cas échéant. Dans le cadre de nos multiples programmes, nous fournissons des informations détaillées sur les objectifs, les activités et notre Sectorisation organisationnelle, qui peuvent être consultées via les liens contenus dans chaque rubrique.

Dans ce rapport, nous définissons la durabilité comme une priorité qui guide nos efforts pour fonctionner de manière responsable et assurer la santé future de la planète et de la société. Dans ce rapport, le terme ESG (environnement, social et gouvernance) est utilisé pour désigner l'équipe centrale de Gap Inc. qui gère et soutient tout le travail lié aux questions ESG ayant un impact sur le rendement de l'entreprise.

Nous nous sommes efforcés de préparer ce rapport conformément aux normes de l'Initiative des rapports mondiaux (GRI) et en accord avec les normes du Conseil des normes comptables de durabilité (SASB) et du Groupe de travail sur la publication d'informations financières relatives au climat (TCFD). Gap Inc. s'engage à respecter les dix principes du pacte mondial des Nations Unies et ce rapport sert de communication sur les progrès réalisés. Nous n'avons pas obtenu d'assurance externe pour ce rapport, mais son contenu a été confirmé par un examen de la qualité interne.

L'inclusion des informations contenues dans ce rapport est faite de bonne foi sur la base des informations disponibles et valides pour Gap Inc. au 29 janvier 2022 (sauf indication contraire). L'étendue de ces informations ne comprend pas la collection Gap Home. Étant donné l'incertitude inhérente à la prévision et à la modélisation des conditions futures, il faut faire preuve de prudence dans l'interprétation des informations fournies dans ce rapport. De plus, les contrôles, les processus, les pratiques et les structures décrits dans le présent rapport ne sont pas censés fournir une représentation, une garantie ou toute autre assurance que ces contrôles, processus, pratiques et infrastructures mèneront à tout accomplissement, résultat ou réalisation d'une cible ou d'un objectif déclaré. Les images de groupes de personnes figurant dans ce rapport et ne comportant pas de masques ont été prises soit avant la pandémie de COVID-19, soit conformément aux directives et recommandations pertinentes des CDC. Pour toute question concernant les efforts de Gap Inc. en matière de durabilité ou le contenu du présent rapport, veuillez écrire à l'adresse suivante : sustainability@gap.com.

NOTRE ENGAGEMENT ENVERS L'ENVIRONNEMENT, LA SOCIÉTÉ, ET LA GOUVERNANCE (ESG)

« En tant qu'entreprise mondiale qui touche des millions de personnes dans le monde, Gap Inc. a la responsabilité, et une chance, de susciter des changements positifs chez ses parties prenantes. Nous concrétisons notre raison d'être – Inclusifs, depuis toujours – grâce au travail que nous faisons avec nos partenaires pour créer une entreprise plus durable et une industrie plus équitable.

« Dans ce rapport, nous démontrons nos progrès par rapport à des objectifs clairs et ambitieux dans trois domaines prioritaires : l'autonomisation des femmes, la création d'opportunités et l'enrichissement des communautés. Nos partenariats, entre les industries et les gouvernements, et ainsi qu'avec d'autres signataires du pacte mondial des Nations Unies, nous ont permis d'étendre notre impact. Cette année a été marquée par des étapes importantes : 1 million de femmes et de filles ont à présent achevé notre programme de formation professionnelle P.A.C.E.; notre partenariat avec Women + Water Alliance de l'USAID (Agence des États-Unis pour le développement international) a aidé 1,5 million de personnes à améliorer leur accès à l'eau potable et à l'assainissement; et, guidés par notre cadre ESG solide, nous avons fixé des objectifs futurs en matière de climat qui sont conformes aux objectifs scientifiques.

« Nous savons qu'il y a encore du travail à faire et nous sommes déterminés à développer notre entreprise de manière à protéger la planète et à soutenir la santé des communautés pour les générations futures.



Il n'y a jamais eu de moment plus important pour les entreprises de s'engager. C'est ce que nos clients et nos communautés attendent de nous, et c'est aussi ce que nous exigeons de nous-mêmes en tant qu'entreprise axée sur les valeurs et ayant le pouvoir de façonner le mode de vie des personnes. »

Sonia Syngal
PDG

« Il n'y a jamais eu de moment plus important pour les entreprises de s'engager. »



« Nous sommes fiers de créer des produits que nos clients aiment, tout en faisant bien les affaires de nos clients, de notre communauté et du monde entier. En tant que fondateurs, une partie essentielle de la vision de succès de Doris et de Don Fisher était de créer des opportunités pour les personnes et les communautés qui ont été touchées par notre entreprise à travers le monde. Aujourd'hui, nous travaillons plus ardemment que jamais pour rendre notre entreprise plus durable, en nous fixant des objectifs audacieux, en concevant de nouveaux programmes et en créant des partenariats avec les acteurs de notre secteur pour améliorer notre industrie.

« Chacune de nos marques a pris des engagements importants pour nous aider à atteindre l'objectif que nous nous sommes fixés depuis longtemps : celui d'être inclusif depuis toujours; et chacune d'elles dispose d'un comité directeur exécutif de durabilité. Nous reconnaissons que les engagements ne suffisent pas, c'est pourquoi nous nous attachons à montrer les progrès accomplis par rapport à nos objectifs et à notre impact en faisant recours à l'innovation, à la collaboration dans l'ensemble du secteur et à des partenariats avec des organisations expertes et les communautés au sein desquelles nous travaillons. »

Sally Gilligan
Responsable en chef de la croissance et de la transformation

« Aujourd'hui, nous travaillons plus ardemment que jamais pour rendre notre entreprise plus durable... »

FAITS MARQUANTS DE 2021



RENFORCER L'AUTONOMIE DES FEMMES

PLUS D'UN MILLION

de femmes et de jeunes filles ont bénéficié du programme P.A.C.E. depuis 2007, ce qui nous a permis d'atteindre ainsi notre objectif pour 2022.

68 %

de nos approvisionnements sont allés à des unités de production classées « vertes », et devraient atteindre 80 % d'ici 2025.

90 %

de nos usines ont suivi une formation de sensibilisation sur l'équité entre les sexes destinée aux cadres intermédiaires et supérieurs.

75 %

de nos usines de niveau 1 participent au programme Better Work de l'OIT et/ou SLCP (Programme de convergence sociale et de travail).

*La classification « verte » correspond à des unités de production très performantes avec peu de violations, dont aucune n'est critique. Plus d'informations à la p. 20.



CRÉER DES OPPORTUNITÉS

PLUS DE 10 600

jeunes embauché(e)s par This Way ONward depuis 2007, ce qui nous permettra d'atteindre l'objectif du programme qui est de 20 000 jeunes d'ici 2025. Les personnes embauchées par le programme This Way ONward représentent 3 % de l'effectif du personnel débutant dans les magasins Old Navy, ce qui nous permet d'atteindre son objectif de 5 % d'ici 2025.

Sorti en premier ÉGALITÉ ET APPARTENANCE

Rapport trouvé [ici](#).

SOUTENIR LES OPPORTUNITÉS D'EMBAUCHE

En 2021, nous nous sommes engagés avec Tent Partnership for Refugees, Second Chance Business Coalition et STAR (skilled through alternative Routes), c'est-à-dire des personnes sans diplôme universitaire qui ont acquis des compétences et une expérience professionnelles grâce à des parcours alternatifs.



ENRICHIR LES COMMUNAUTÉS

NOTE A

reçue pour le programme CDP sur le climat et l'eau.

PLUS DE 1,5 MILLION

de personnes touchées dans le cadre de notre mission visant à permettre à 2 millions de personnes d'accéder à l'eau grâce à Women + Water (depuis 2017).

79 %

du coton provient de sources plus durables.

92 %

des tissus avec apprêt à base de composé perfluoré ont été convertis avec succès ou ont été abandonnés, et nous sommes en passe d'atteindre 100 % d'ici 2023.

10 %

du polyester provient de sources recyclées.

NOTRE DÉMARCHE



JUDY ADLER, VICE-PRÉSIDENTE, ESG

Chez Gap Inc., la vision de notre équipe ESG est d'être une force motrice dans l'industrie, en bâtissant collectivement un avenir plus durable pour notre entreprise, notre communauté mondiale, nos gens et notre planète.

Pour ce faire, nous tirons parti de la grandeur de notre entreprise et de la force de nos marques pour autonomiser les femmes, créer des opportunités et enrichir les communautés. Nous considérons notre travail comme une lentille à travers laquelle nous pouvons imaginer et créer une entreprise florissante et un monde meilleur.

Chez Gap Inc., nous sommes guidés par nos valeurs et nous réfléchissons de manière holistique à la façon dont la responsabilité environnementale et sociale est liée à notre entreprise et au monde, en particulier la vie des personnes issues de groupes sous-représentés.

Cette réflexion intersectionnelle guide notre approche dans chacun de nos trois domaines prioritaires :

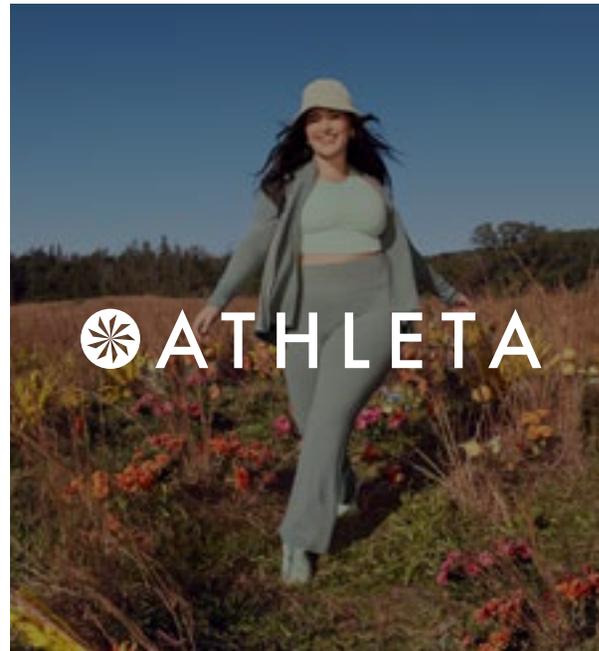
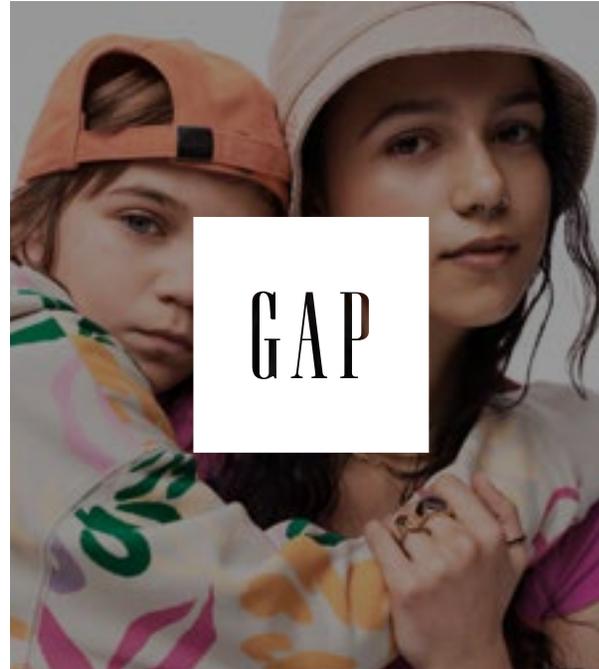
1. Nous **renforçons l'autonomie des femmes** et des filles grâce à notre programme P.A.C.E. (Personal Advancement & Career Enhancement) (progression personnelle et perfectionnement professionnel), qui établit une base à partir de laquelle les femmes peuvent atteindre leur plein potentiel et aider à changer l'organisation du pouvoir qui les freine au travail et dans leurs communautés. Ce programme, dont ont bénéficié plus d'un million de femmes et de jeunes filles depuis 2007, soutient les membres des communautés de notre chaîne logistique et au-delà qui sont confrontées à des risques accrus en raison de la discrimination fondée sur le sexe, du manque d'accès à l'éducation et aux soins de santé, et de l'aggravation des effets du changement climatique et de la crise de l'eau. En attaquant ces problèmes ensemble, nous pouvons faire des progrès exponentiels sur l'ensemble de ces questions.
2. Nous **créons des opportunités** en encourageant une culture inclusive avec notre équipe Égalité et Appartenance et en utilisant la grandeur de notre entreprise pour créer des économies durables accessibles à tous. Grâce à des programmes comme This Way ONward de Old Navy, nous offrons une première expérience professionnelle qui est précieuse à des jeunes issus de groupes sous-représentés. En même temps, nous appliquons ce que nous avons appris au sein de Gap Inc. pour aider à éliminer les obstacles systémiques liés à l'emploi.

3. Nous **enrichissons les communautés** en cherchant à créer un impact positif net dans les zones touchées de manière disproportionnée par des problèmes environnementaux tels que le changement climatique et la crise de l'eau. Nos objectifs environnementaux pour 2050 visent en définitive à protéger les ressources naturelles de la planète pour les générations futures. Nous avons des programmes comme Women + Water Alliance de l'USAID et de Gap Inc., qui combinent les objectifs d'autonomisation des femmes et d'amélioration de la résilience des communautés en matière d'eau dans une région de l'Inde où le stress hydrique et la pauvreté sont des aspects aigus de la vie quotidienne. Grâce au soutien de nos partenaires, notamment CARE, Water.org, WaterAid et l'Institute for Sustainable Communities, ce programme a déjà contribué à améliorer l'accès à de l'eau potable et à des installations sanitaires pour 1,5 million de personnes dans le Madhya Pradesh et le Maharashtra.

Nos marques ouvrent également la voie, qu'il s'agisse de la collaboration de Banana Republic avec Charles Harbison sur une gamme de vêtements plus durables qui célèbre les femmes noires, des investissements d'Athleta dans l'électricité renouvelable qui compense désormais tous ses magasins de vente au détail en Amérique du Nord, de l'engagement de Old Navy à amplifier les voix diverses du réseau 15 Percent Pledge ou de l'assortiment plus durable de Gap, Generation Good.

En rehaussant le rôle de la durabilité dans notre entreprise, nous pouvons approfondir notre impact positif sur les personnes, nos communautés et la planète.

Judy Adler



NOS MARQUES AXÉES SUR LES OBJECTIFS

Nos marques sont conçues pour avoir un impact positif et durable sur les personnes et la planète. Notre approche s'appuie sur notre riche histoire en matière d'autonomisation des femmes, dans l'ouverture de nouvelles opportunités permettant aux uns et aux autres de réussir au sein des effectifs, et sur une gestion responsable de l'environnement. Chacune de nos marques est un chef de file en matière d'autonomisation des femmes, de création d'opportunités et d'enrichissement des communautés.



OLD NAVY

Old Navy est une marque internationale de vêtements et d'accessoires qui rend les indispensables de la mode américaine actuelle accessibles à toutes les familles.

Fondée en 1994, la marque prône la démocratie du style et du service pour tous en proposant des produits tendance, optimistes, abordables et de grande qualité.

Old Navy a pour mission d'imaginer un avenir meilleur pour les générations futures.



3,8 millions de dollars

au total ont été collectés et reversés au Fonds Imagine Mission pour soutenir This Way ONward



96 %

de l'assortiment de denim d'Old Navy intègre des techniques d'économie d'eau

IMAGINE

En 2021, Old Navy a lancé le Fonds Imagine Mission pour soutenir les valeurs de la marque. Ce fonds comprend les dons de Old Navy et des clients, les dons de points de récompense Navyist et les dons des clients lors du paiement.

RENFORCER L'AUTONOMIE DES FEMMES

Un avenir plus inclusif

Old Navy, aux côtés de Gap Inc., s'est engagée à changer pour ses employé(e)s, sa marque et ses communautés. En 2021, Old Navy a lancé le concept BODEQUALITY pour redéfinir l'inclusion des tailles. Old Navy propose désormais tous ses modèles pour femme dans toutes les tailles, sans différence de prix. Old Navy est le premier détaillant de valeurs à proposer au même prix les tailles de 0 à 30 et de TP à 4X pour tous les modèles pour Femme. Nous avons réinventé notre processus de coupe et nos normes de taille pour créer la gamme de tailles la plus démocratique, la plus confortable et la plus uniforme que la marque ait jamais proposée.

CRÉER DES OPPORTUNITÉS

Un avenir plus radieux.

This Way ONward donne à la prochaine génération de responsables les compétences et la confiance dont elle a besoin pour réussir sur le lieu de travail. Chargé d'offrir 20 000 opportunités d'emploi d'ici 2025 à des jeunes issus de communautés sous-représentées, Old Navy est déjà à mi-parcours de son engagement, avec plus de 10 600 diplômés de ce programme. L'année dernière, Old Navy a fait don de 1,3 million de dollars au fonds Imagine Mission¹ pour soutenir This Way ONward.

ENRICHIR LES COMMUNAUTÉS

Un avenir plus vert

EAU

À la fin de 2021, 96 % de l'assortiment de denim de Old Navy incorpore des techniques d'économie d'eau, avec plus de 2 milliards de litres d'eau économisés depuis 2019.

TEXTILES

Old Navy est en la bonne voie pour atteindre son objectif d'obtenir 100 % de son coton provenant des sources durables en 2022 et s'engage à utiliser davantage de coton recyclé dans l'assortiment de jeans denim. En outre, la marque s'engage à convertir 60 % de son polyester classique en polyester recyclable d'ici 2025.

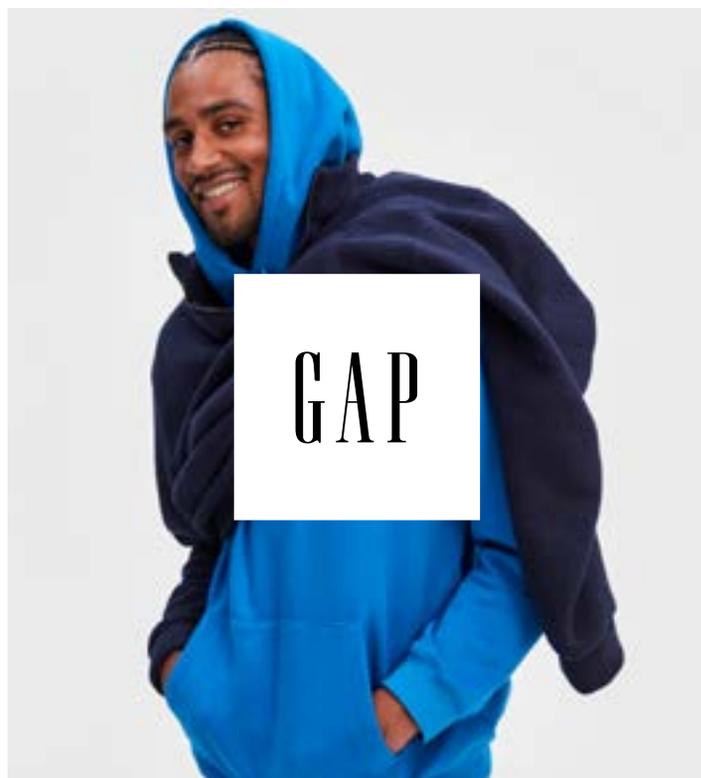
PLASTIQUE

Old Navy réduit les déchets de matières plastiques dans l'ensemble de sa chaîne logistique et est en passe de supprimer tous les sacs en plastique dans ses magasins aux États-Unis et au Canada d'ici 2023.

EN SAVOIR PLUS

› [Old Navy Imagine](#)

1. Le Fonds de la mission Imagine est un fonds orienté par le donateur de T. Rowe Price Charitable. Un fonds orienté par le donateur est un moyen de faire des dons : un fonds ou un compte identifié séparément, tenu et géré par une organisation 501(c)(3) (c'est-à-dire l'organisme parrain).



Gap pense qu'elle se doit d'être une force du bien pour les populations et notre planète. L'objectif de Gap est de créer des changements durables, d'enrichir les communautés et de changer les choses en mieux pour la génération actuelle et celle à venir. De l'eau au lavage, des fibres à l'usine, les vêtements que vous adorez porter sont conçus d'une manière responsable et respectueuse de la planète que nous partageons tous.

La durabilité est un processus imparfait. Gap promet de faire figure de pionnier, et non de réagir. D'en faire plus avec moins.

NOUVEAUX OBJECTIFS DE GAP

100 %

de coton régénératif, biologique, en conversion vers du coton biologique ou recyclé d'ici 2030

100 %

de polyester recyclé d'ici 2030; 50 % d'ici 2025

100 %

de jean en denim² Washwell™ et fonds tissés d'ici 2025



« Mon rêve et mon objectif sont de fournir de l'eau potable à ceux qui n'y ont pas accès. »

Pramila Ahoriya, agricultrice et étudiante dans le village de Karajwani, en Inde, où les femmes passent en moyenne une heure et demie par jour à aller chercher de l'eau pour leurs familles.

RENFORCER L'AUTONOMIE DES FEMMES

Empower@Work

En 2021, Gap s'est engagé pour que 100 % de ses usines de produits finis participent au programme Empower@Work d'ici 2025. Empower@Work (voir p. 18) se consacre à l'élaboration et au déploiement de programmes durables, systémiques et évolutifs qui favorisent l'équité entre les sexes dans les chaînes logistiques mondiales pour élever les femmes et leurs familles pour les générations futures.

L'accès à l'eau est un des droits de la personne

Grâce à l'action conjointe Women + Water Alliance de l'USAID et de Gap Inc. (voir p. 36), la marque Gap collabore avec des partenaires à but non lucratif en Inde pour permettre aux agriculteurs, comme Pramila, et à leurs communautés d'améliorer leur accès à l'eau potable et à l'assainissement, en soutenant la résilience des ressources en eau à long terme dans des endroits où notre chaîne logistique est présente.

ENRICHIR LES COMMUNAUTÉS

Programme Washwell™

Le programme d'économie d'eau Washwell™ de Gap utilise au moins 20 % d'eau en moins en comparaison avec les méthodes de lavage conventionnelles. Depuis 2016, la marque a économisé environ 500 millions de litres d'eau.

De meilleurs matériaux

En 2021, Gap a commencé à soutenir les agriculteurs avec des formations et des engagements d'approvisionnement pendant une période transitionnelle de trois ans vers l'agriculture biologique certifiée, qui n'utilise pas de pesticides et d'engrais synthétiques nocifs, et l'abandon des pratiques agricoles conventionnelles.

Gap s'est engagé à relever le défi du polyester recyclé à l'horizon 2025 initié par Textile Exchange, qui demande aux marques de vêtements de s'engager collectivement à augmenter le pourcentage de polyester et de fibre de textile dans l'industrie à 45 % d'ici 2025. Gap a fixé un objectif encore plus élevé, à savoir 50 % d'ici 2025.

Circularité

En 2021, Gap a renouvelé son engagement envers le défi Jeans Redesign de la Fondation Ellen MacArthur, qui consiste à concevoir un denim durable, fabriqué de manière plus durable et conçu pour être réutilisé et recyclé. Pour aider à garder les produits en usage le plus longtemps possible, Gap s'associe à thredUP® et Give Back Box. Les clients peuvent emballer des vêtements, des chaussures et des accessoires légèrement usagés, puis imprimer une étiquette d'expédition gratuite pour envoyer ces produits à une nouvelle vie.

OBJECTIF D'ICI 202

◆ Réalisé

100 %

Denim Washwell™²

100 %

plus de coton durable

2. 100 % du denim admissible d'ici 2021 (86 % de tous les denims).



Banana Republic s'engage à prendre de meilleures décisions concernant ses produits. Apprenez-en plus sur sa tradition de suprarécyclage, ses efforts de conservation, ses modèles durables et ses initiatives visant à rendre le monde meilleur, un vêtement à la fois.

ENRICHIR LES COMMUNAUTÉS

Nos fondateurs ont parcouru le monde en revalorisant des vêtements qu'ils réparaient, modernisaient et réinventaient. Cet esprit d'aventure et cette vision singulière de la durabilité se perpétuent encore aujourd'hui.

Économie circulaire

Banana Republic s'engage à utiliser du coton et du polyester plus durables et à concevoir des produits conçus de manière à pouvoir être recyclé. Pour y parvenir, la marque a participé au projet Jeans Redesign de la Fondation Ellen MacArthur visant à réinventer le denim en coton biologique. La marque a également lancé BR Vintage avec deux collections de plus de 200 vêtements triés sur le volet dans les archives. La capsule évoluera chaque saison avec de tout nouveaux modèles sélectionnés par des fournisseurs partenaires tiers.

Matières premières

Banana Republic s'est alignée sur le programme Responsible Wool Standard pour protéger les moutons et les terres sur lesquelles ils pâturent lors de la création de ses produits en laine. La marque s'est également engagée à soutenir la fabrication responsable du cuir dans le monde entier et est fière d'être membre du Leather Working Group. Banana Republic a adhéré à Good Cashmere Standard®, cette norme qui vise à améliorer le bien-être des caprins de cachemire, la vie des fermiers et des communautés paysannes, ainsi que l'environnement dans lequel ils vivent.



34 millions

de litres d'eau environ ont été économisés depuis 2020

Eau

Banana Republic a mis en place le programme Washwell™ qui a permis à la marque d'économiser environ 34 millions de litres d'eau depuis 2020. La marque fait également recours à des techniques consciencieuses de teinture et de lavage qui favorisent la propreté des cours d'eau et réduisent l'utilisation de l'eau grâce à des adoucisseurs biologiques et à des teintures à la mousse.

Partenariats

Banana Republic explore continuellement les associations qui soutiennent ses principaux piliers de la durabilité.

Les exemples actuels sont notamment :

Les fermes cotonnières en conversion :

La marque s'est engagée à long terme à s'approvisionner en coton biologique et de conversion auprès d'environ 1500 agriculteurs partenaires dans les régions du Madhya Pradesh, d'Airajpur, de Kundanpur et d'Udaigato (Inde). Aux côtés d'Arvind Limited, Banana Republic finance le travail d'Action for Social Advancement (ASA), une organisation non gouvernementale (ONG) qui forme les agriculteurs à la conversion aux pratiques biologiques.

Le Fonds mondial pour la nature (WWF) :

En 2021, Banana Republic a choisi le WWF comme partenaire caritatif pour le dispositif de récompense fidélité **Do Good** de Gap Inc., afin de contribuer à bâtir un monde meilleur pour les populations et la planète.

thredUP^{MD} : Banana Republic a établi un partenariat avec le revendeur indépendant de vêtements et d'accessoires comme neufs. Les clients peuvent apporter des articles non désirés aux magasins pour les revendre sur la plateforme de thredUP®, ce qui permet de réduire l'impact sur l'environnement en prolongeant la durée de vie des vêtements usagés.

Paravel : Banana Republic a lancé un partenariat en édition limitée avec la marque d'accessoires pour bagages, mettant en vedette des produits fabriqués au moyen de pratique et de matériaux plus durables.

Banana Republic s'appuie sur son héritage de suprarécyclage et continue à progresser grâce à des partenariats, des initiatives et des et pratiques durables.

EN SAVOIR PLUS
 > **Banana Republic**



En tant que certifié B Corp, Athleta s'engage à se servir de l'entreprise comme un moteur du bien dans le cadre de sa mission : susciter le potentiel illimité chez toutes les femmes et les jeunes filles. Athleta recherche le progrès à travers ses valeurs fondamentales d'inclusion, de soutien aux femmes et d'impact environnemental.

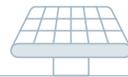
1,1 million

de vêtements collectés par le biais de thredUP® depuis le lancement du partenariat en 2020



100 %

d'électricité d'origine renouvelable a permis d'alimenter les magasins d'Athleta en Amérique du Nord en 2021



30 000

femmes et jeunes filles ont bénéficié de 79 subventions accordées par le Power of She Fund (fonds pour la force au féminin) depuis 2020



RENFORCER L'AUTONOMIE DES FEMMES

Fonds pour la force au féminin

Grâce au Power of She Fund (Fonds pour la force au féminin), en partenariat avec la Women's Sports Foundation, nous avons accordé 66 subventions supplémentaires à 43 organismes et à plus de 25 000 femmes et filles en 2021. Depuis la création de ce Fonds en 2020, nous avons accordé 79 subventions qui ont eu un impact sur plus de 56 organismes et plus de 30 000 femmes et filles dans divers domaines tels que la promotion des mouvements et des liens multigénérationnels, l'accès à des ressources de bien-être et la contribution aux frais de garde d'enfants des athlètes.

Programme P.A.C.E. de Gap Inc.

En 2021, Athleta s'est engagée à intégrer P.A.C.E. et Empower@Work dans 100 % de ses usines d'ici 2025 (voir plus à la p. 18).

CRÉER DES OPPORTUNITÉS

Labellisé Fair Trade™

Athleta a annoncé la création de deux nouvelles usines avec certification de commerce équitable au Vietnam, ce qui porte le total à quatre (avec deux autres au Sri Lanka). La marque a contribué à hauteur de 1,3 million de dollars au développement communautaire depuis 2016 (371 000 \$ en 2021), touchant ainsi 6 200 femmes.

Série artistique Amplify

Athleta a développé une collection de collaborations de produits pour renforcer son engagement à autonomiser et à faire entendre les voix des femmes, des filles noires, des personnes autochtones et de couleur (BIPOC). En 2021, Athleta a collaboré avec quatre femmes artistes noires pour créer des produits en édition limitée et en a fait don à des associations à but non lucratif sélectionnées par les artistes.

ENRICHIR LES COMMUNAUTÉS

Énergies renouvelables

Depuis 2021, 100 % des magasins Athleta exploités par l'entreprise en Amérique du Nord sont alimentés par l'électricité renouvelable de Fern Solar, un projet solaire hors site de 7,5 mégawatts en Caroline du Nord.

Polyester recyclé

Dans le cadre du défi du polyester recyclé de Textile Exchange, Athleta s'est engagée à utiliser 45 % de polyester recyclé d'ici 2025 et 90 % d'ici 2030.

thredUP®

La marque a célébré sa deuxième année de participation en activant 57 000 trousse de nettoyage et 897 000 vêtements en 2021 (1,1 million au total depuis le lancement en 2020). Ce partenariat permet de prolonger la durée de vie de nos vêtements grâce à des modèles commerciaux circulaires.

EN SAVOIR PLUS

› Athleta



OBJECTIFS ET PROGRÈS

RENFORCER L'AUTONOMIE DES FEMMES

● Établissement de la ligne de base ● En bonne voie ● A besoin d'attention ● Nouvel objectif ◆ Réalisé

OBJECTIFS	ANNÉE CIBLE	ÉTAT	PROGRÈS
Atteindre 1 million de femmes et de jeunes filles à travers le programme P.A.C.E.	2022	◆	À la fin de l'exercice 2021, plus d'un million de femmes et de filles avaient bénéficié du programme P.A.C.E..
100% des employé(e)s travaillant dans nos usines stratégiques pourront faire entendre leur voix à travers les comités en milieu de travail qui sont équitables du point de vue du genre	2025	●	Nous avons mis au point les indicateurs clés de performance suivants : % des usines stratégiques où les comités en milieu de travail ont une représentation équitable du point de vue du genre % des usines stratégiques où les comités en milieu de travail répondent à au moins 70 % des indicateurs de dialogue social (SDI) de Better Work Academy et satisfont aux indicateurs d'exigences minimales (SDI 9, SDI 17 et SDI 18)
100% de nos usines stratégiques ³ investissent dans le renforcement de l'autonomie des femmes en participant à Empower@Work	2025	●	% des usines stratégiques où au moins 50 % des travailleuses de l'usine ont été inscrites au programme P.A.C.E./Empower@Work % des usines stratégiques qui ont institutionnalisé Empower@Work dans leurs systèmes de gestion des ressources humaines.
100% de nos usines stratégiques auront atteint la parité hommes-femmes dans les postes de superviseurs	2025	●	% des usines stratégiques auront atteint la parité hommes-femmes dans les postes de superviseurs % de femmes superviseurs dans les usines stratégiques de nos fournisseurs dans le monde
100% de nos usines disposent de systèmes de gestion de la prévention et des interventions, et des formations pour lutter contre les violences fondées sur le genre	2025	●	100 % de nos usines disposent de systèmes de gestion de la prévention et des interventions, et 70 % de formateurs internes pour lutter contre les violences fondées sur le genre % des usines d'approvisionnement disposant d'un mécanisme de réclamation pour encourager les employés à formuler des plaintes et à faire des suggestions, notamment pour signaler les incidents de violence, de harcèlement et d'abus fondés sur le genre % des usines d'approvisionnement où 100 % des employé(e)s sont formé(e)s à la prévention et aux interventions contre les violences fondées sur le genre au cours de chaque exercice financier
80 % de l'approvisionnement de Gap Inc. sera confié à des fournisseurs classés « vert »	2025	●	68 % de nos dépenses sont allouées à des fournisseurs classés « verts »
D'ici 2023, 100 % de nos usines de niveau 1 participeront aux efforts de l'industrie, notamment SLCP ou Better Work de l'OIT-IFC, et 100 % des usines stratégiques de niveau 2 y participeront d'ici 2025.	2023-2025	●	75 % des usines de niveau 1 y participent 40 % des usines stratégiques de niveau 2 y participent
100 % des fournisseurs représentant 90 %* des dépenses commerciales de Gap Inc. sont invités à participer au programme Better Buying, dont les résultats sont isolés d'une marque à l'autre, afin de produire des rapports publics annuels sur l'amélioration des pratiques d'achat.	2025	●	* Notre objectif précédent s'appliquait à 100 % des fournisseurs de Gap Inc. En 2021, nous avons décidé de réviser l'objectif pour qu'il soit applicable aux fournisseurs représentant les 90 % de nos dépenses commerciales les plus importantes, afin de nous concentrer sur les fournisseurs sur lesquels nous avons le plus d'influence et d'impact.

3. Les « usines stratégiques » sont celles qui représentent 80 % de nos dépenses commerciales totales (définies comme le coût initial du bon de commande).

CRÉER DES OPPORTUNITÉS

● Établissement de la ligne de base ● En bonne voie ● A besoin d'attention ● Nouvel objectif ◆ Réalisé

OBJECTIFS	ANNÉE CIBLE	ÉTAT	PROGRÈS
Embaucher annuellement 5 % des employé(e)s débutants des magasins Old Navy sortis du programme This Way ONward	2025	●	En 2021, 3 % des employé(e)s débutants dans les magasins Old Navy ont été embauché(e)s par l'entremise du programme This Way ONward
Atteindre 20 000 jeunes grâce au programme This Way ONward	2025	●	Plus de 10 600 jeunes ont participé depuis le lancement de ce programme en 2007, et 1170 d'entre eux ont été embauchés en 2021

ENRICHIR LES COMMUNAUTÉS

EAU Impact positif net en matière d'eau dans les régions touchées par le stress hydrique d'ici 2050.	Soutenir une chaîne d'approvisionnement résistante en matière d'eau	2030	●	Établir des données de base et des objectifs contextuels
	Donner à 2 millions de personnes, dont 1 million de femmes, accès à l'eau potable et aux installations sanitaires améliorées	2023	●	À la fin de l'exercice 2021, nous avons renforcé l'autonomie de 1,5 million de personnes
	Travailler en vue réduire à zéro les rejets de produits chimiques dangereux dans notre chaîne d'approvisionnement : éliminer les finitions à base de composé perfluoré de notre chaîne logistique	2023	●	38 % des produits avec finitions hydrofuges ou antitaches ont été fabriqués à l'aide des finitions sans composé perfluoré. Gap Inc. a converti ou abandonné avec succès 92 % de ses tissus avec une finition à base de composé perfluoré et est en passe d'atteindre les 100 % d'ici 2023
CLIMAT Neutralité carbone sur l'ensemble de notre chaîne de valeur d'ici 2050	Réduire de 30 % les émissions de gaz à effet de serre (GES) de niveau 3 provenant de l'achat de biens et de services, par rapport à 2017	2030	●	Les données du niveau 3 pour 2020 seront disponibles en 2022
	Réduire les émissions de GES de niveaux 1 et 2 de 90 % par rapport à 2017	2030	●	Nos émissions de niveaux 1 et 2 en 2020 ont été réduites de 39 % par rapport aux niveaux de référence de 2017. Les données de niveaux 1 et 2 de 2021 seront disponibles sur notre site Web plus tard dans le courant de cette année
	Source d'énergie 100 % renouvelable pour nos installations exploitées par l'entreprise dans le monde entier par rapport à 2017	2030	●	En 2020, 17 % de notre énergie était produite à partir de sources renouvelables. Les données de 2021 seront disponibles sur notre site Web plus tard dans le courant de cette année
PRODUITS	100 % du coton provient de sources plus durables ⁴	2025	●	79 % du coton provient de sources plus durables
	Utiliser au moins 45 % de polyester provenant de sources recyclées (rPET). (Certaines marques ont des objectifs plus élevés)	2025	●	10 % du polyester provenait de sources recyclées
DÉCHETS ET CIRCULARITÉ	Éliminer le plastique inutile et problématique	2030	●	Suivi en cours

4. Défini comme : Better Cotton (anciennement BCI), coton de culture américaine vérifié (USCTP), biologique, en conversion (vers le biologique vérifié), recyclé et régénérant.



RENFORCER L'AUTONOMIE DES FEMMES ET PROMOUVOIR LES DROITS DE LA PERSONNE

Depuis plus d'une douzaine d'années, nous menons des initiatives qui offrent de nouvelles opportunités aux femmes et aux jeunes filles et soutiennent les employé(e)s de notre chaîne logistique.

Notre approche collaborative a conduit à des programmes pionniers et à des partenariats innovants avec des fournisseurs, des pairs de l'industrie, des organisations gouvernementales, des établissements d'enseignement et des ONG.



Ces programmes œuvrent ensemble à la protection des droits de la personne, à la suppression des obstacles et à l'amélioration de l'autonomisation et des opportunités des femmes. Ils s'attaquent à l'inégalité entre les sexes et à la violence fondée sur le genre en améliorant les relations professionnelles dans les entreprises et en offrant aux travailleuses la possibilité d'acquérir les compétences, la capacité d'agir et la confiance en soi nécessaires pour progresser au travail et mener une vie meilleure. Il s'agit d'interventions complémentaires qui peuvent être mises en œuvre seules ou en tandem selon les besoins de la main-d'œuvre d'un établissement donné.

Ensemble, ces programmes offrent un modèle d'engagement complet et holistique pour les unités de production afin d'améliorer les normes du travail, de faire bénéficier les travailleuses et de soutenir la continuité des activités et la résilience de notre chaîne logistique.

« La mission de P.A.C.E. est de créer une communauté de femmes et de jeunes filles actives, en bonne santé et confiantes, qui renforcent mutuellement leurs capacités afin d'atteindre leur potentiel illimité. Le programme P.A.C.E. donne aux femmes un moyen et une opportunité de changer positivement les vies, celles de leurs familles, de leurs communautés et les leurs. »

Mary Beth Laughton, Présidente et PDG, Athleta



COMMENT NOUS RENFORÇONS L'AUTONOMIE DES FEMMES ET SOUTENONS LES DROITS DE LA PERSONNE

> Programme P.A.C.E. de Gap Inc.	16
Empower@Work	18
> Droits de la personne et dialogue social	19
Évaluation et mesures correctives	20
Renforcement des capacités	21
Programme d'engagement du personnel	21
Formation professionnelle en matière de supervision	22
Prévention et intervention contre la violence fondée sur le genre	23
Paiements de salaire numériques	23
> Contribuer à assurer la sécurité de notre chaîne logistique pendant la COVID-19	24

PLEINS FEUX SUR LE PROGRAMME



PROGRAMME P.A.C.E. DE GAP INC.

Notre programme d'avancement personnel et de développement des carrières (P.A.C.E.) de Gap Inc., en partenariat avec les usines des fournisseurs pour donner aux femmes des compétences de base, une formation technique et du soutien pour progresser au travail et dans leur vie.

OBJECTIF ATTEINT

Toucher **1 million** de femmes et de jeunes filles à travers le programme P.A.C.E. **d'ici 2022**

En 2021, nous avons franchi une étape importante en 14 ans d'histoire de P.A.C.E., en atteignant 1 million de participants directs au programme dans le monde entier, avec des compétences de base et une formation technique, un an avant la date prévue. P.A.C.E. a contribué à changer le cours de leur vie et de leur travail. Nous introduisons à présent une version de ce programme aux États-Unis, tout en continuant à définir de nouveaux objectifs pour nous engager auprès des communautés et les lieux de travail du monde entier et autonomiser la prochaine génération de femmes et de jeunes filles.

Nous mettons en œuvre nos programmes P.A.C.E. en milieu de travail et au sein des communautés dans plusieurs industries et environnements à l'échelle mondiale, en partenariat avec des ONG locales, des gouvernements, des marques et des écoles. En 2021, nous avons célébré 10 partenaires et individus exemplaires dans le monde entier dans le cadre de notre deuxième édition annuelle de **Prix P.A.C.E.**

Nous avons élargi les programmes **P.A.C.E. sur le lieu de travail** en intégrant P.A.C.E. à notre programme plus vaste de durabilité des fournisseurs. Cela permet à la participation et aux performances du programme P.A.C.E. de figurer sur la carte de pointage des fournisseurs de Gap Inc. et indique aux fournisseurs que le programme est à la fois une priorité stratégique et une attente de notre partenariat commercial avec eux.

Nous continuons à développer **P.A.C.E. dans la communauté** grâce à des partenariats stratégiques avec les institutions gouvernementales, les établissements d'enseignement et autres. Grâce à ces collaborations, notre programme touche aussi les hommes et les garçons en leur donnant accès au programme d'études existant sur des sujets tels que la finance et de nouveaux cours conçus pour les aider à mieux comprendre les expériences des femmes et des filles, favorisant ainsi une culture de l'égalité entre les sexes.

Plus d'informations sur P.A.C.E. sur notre **site web**.

P.A.C.E. COMPÉTENCES EN ACTION

En 2019, la formatrice P.A.C.E., Seeta Patel, s'est rendue à Karamtalai, un village reculé du Madhya Pradesh, en Inde. Au cours de sa visite, elle s'est retrouvée bloquée après que le seul pont permettant de sortir de la zone a été emporté par une tempête, un incident qui se produit chaque année pendant la saison des pluies.

Les participantes à la formation P.A.C.E. ont demandé à Seeta si elle pouvait les aider à adresser une pétition au gouvernement pour obtenir un nouveau pont. Elle a encouragé les femmes à utiliser les compétences qu'elles avaient acquises dans le cadre du programme P.A.C.E. et les a aidées à rédiger une lettre adressée au gouvernement au sujet de ce pont périlleux.

À la suite de l'action collective des femmes, le gouvernement a achevé la construction d'un nouveau pont en avril 2021, améliorant ainsi l'accès au village et permettant à toute la communauté de bénéficier des opportunités de soins de santé et d'éducation essentiels toute l'année durant.



PLEINS FEUX SUR LE PROGRAMME

P.A.C.E. 2021 PROGRÈS

En 2021, nous avons poursuivi notre partenariat de trois ans avec le ministère du Développement rural de l'Inde, que nous prévoyons de l'étendre à tous les États indiens en 2022. Nous nous sommes adaptés à la COVID-19 en utilisant un programme virtuel pour former 84 formateurs, dont 46 formateurs principaux qui assureront des formations au niveau des États.

En fin de compte, toutes les formations professionnelles dans le cadre du programme phare de l'Inde DDU-GKY (Deen Dayal Upadhyaya Grameen Kaushalya Yojana) seront en mesure d'offrir des cours de compétences de vie P.A.C.E., ce qui favorisera l'employabilité et la préservation des emplois des travailleurs. Grâce à ce partenariat, nous avons acquis d'importantes connaissances sur la traduction de P.A.C.E. dans différentes langues, dont 24 seulement en Inde, et sur le renforcement des systèmes technologiques gouvernementaux pour offrir le programme d'études.

Toujours en Inde, notre partenaire, la Self-Employed Women's Association (SEWA), a atteint son objectif de former plus de 271 000 femmes dans les régions du Gujarat, du Bihar et du Rajasthan. SEWA va désormais mettre en place le programme P.A.C.E. dans huit nouveaux pays : l'Éthiopie, le Ghana, Haïti, le Kenya, le Népal, le Nigeria, le Sri Lanka et la Tanzanie.

Au Cambodge, nous avons poursuivi nos programmes avec Kampuchea Action to Promote Education. Le ministère de l'Éducation du Cambodge a adopté une ordonnance officielle visant à intégrer le programme P.A.C.E. pour filles dans toutes les écoles primaires et secondaires au cours des deux prochaines années, ce qui permettra d'en faire bénéficier 150 écoles et près de 15 000 filles.

En Indonésie, Gap Inc. et New Balance financent un programme dirigé par **CARE International** en vue d'intégrer le programme P.A.C.E. dans le programme d'orientation des écoles primaires, touchant ainsi 50 écoles de la régence de Badung. Nous espérons étendre ce programme à d'autres districts à l'avenir.

Au Bangladesh, CARE International a dirigé un programme communautaire P.A.C.E. qui a touché 37 198 femmes à Gazipur depuis 2014. Une évaluation de ce programme a révélé que 48 % des participant(e)s au programme P.A.C.E. ont déclaré avoir des comptes bancaires (non-participant(e)s : 26 %). De plus, 88 % des participant(e)s au programme P.A.C.E. se sentaient à l'aise de parler de leurs besoins en milieu de travail après leur formation (non-participant(e)s : 18 %).

En 2021, nous avons développé un système de gestion de l'apprentissage que nous prévoyons de lancer en 2022 pour continuer à numériser le programme avec des séances de formation en présentiel, virtuelles et hybrides. En 2022, nous prévoyons également d'utiliser des éléments du programme P.A.C.E. pour répondre aux besoins des femmes aux États-Unis.

PROGRÈS DEPUIS 2007

Plus d'un million

de femmes et de jeunes filles touchées

IMPACT 2021



connaissances en communication



compétences d'exécution⁵ connaissances



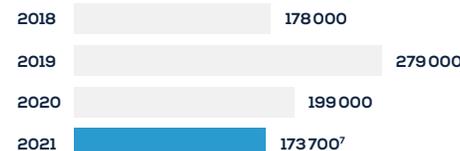
Culture financière

4,6 %

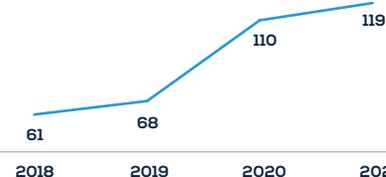
de taux de rotation des femmes formées⁶ dans le cadre du programme P.A.C.E. contre 11,3 % chez leurs pairs

CROISSANCE ANNUELLE

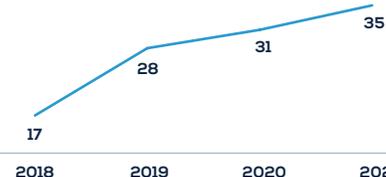
FEMMES ET FILLES IMPACTÉES



FOURNISSEURS



PARTENAIRES COMMUNAUTAIRES



4 451

formateurs P.A.C.E. certifiés

5. La connaissance des compétences d'exécution est définie comme la capacité d'appliquer les compétences nouvellement acquises dans les modules d'apprentissage P.A.C.E. dans des contextes réels, en particulier sur le lieu de travail. Le pourcentage représente l'augmentation de la compétence après la participation au programme P.A.C.E.
 6. Selon un échantillon de 40 usines.
 7. La programmation et la participation au programme P.A.C.E. ont été limitées en 2020 et 2021 en raison des restrictions de réunion en présentiel dues à la COVID-19 pour la plupart de nos usines concernées.

PLEINS FEUX SUR LE PROGRAMME

EMPOWER @WORK COLLABORATIVE

Gap Inc., ainsi que BSR (Business for Social Responsibility), HERproject, CARE International et OIT-IFC Better Work, ont fondé Empower@Work en 2019. En s'appuyant sur notre programme P.A.C.E., Empower@Work exploite le pouvoir de l'action collective pour déployer des programmes durables, systémiques et évolutifs qui renforcent l'autonomie des travailleuses, intègrent l'égalité entre les genres dans les pratiques commerciales et catalysent le changement des politiques et les systèmes en alignant la formation sur l'autonomisation des femmes et les efforts de perfectionnement des compétences dans l'ensemble de l'industrie du vêtement.

Depuis son lancement, Empower@Work a publié une **Trouse de formation des employé(e)s** qui est reconnue comme un programme de bonne pratique pour la formation à l'autonomisation des femmes dans la chaîne logistique de l'habillement. En 2021, Empower@Work s'est concentré sur la création d'un modèle de mise en œuvre et d'impact solide qui cherche à stimuler l'évolution des marchés et à influencer l'écosystème dans son ensemble afin d'apporter des changements positifs durables pour les travailleuses.

En 2022, nous prévoyons d'élaborer une stratégie pour faire la transition de notre programme P.A.C.E. en milieu de travail à Empower@Work.

OBJECTIFS D'ICI 2025

100 %

de nos usines stratégiques⁸ investiront dans le renforcement de l'autonomie des femmes en participant à Empower@Work⁹

● Établissement de la ligne de base

100 %

des usines des marques Athleta et Gap participeront à Empower@Work

● Établissement de la ligne de base



P.A.C.E. LES ANIMATEURS COMMUNAUTAIRES S'AVENTURENT DANS LA POLITIQUE LOCALE

Les compétences essentielles acquises grâce au programme P.A.C.E. ont donné à Florah Magwa la confiance nécessaire pour se porter candidate à un poste spécial de représentante des femmes au sein du conseil collectivité locale de sa province en Tanzanie. Au départ, Florah ne pensait pas avoir les compétences ou la confiance nécessaires pour se présenter devant les gens et leur solliciter leur vote. Mais après P.A.C.E., elle a décidé de se présenter contre 25 autres femmes et a été parmi les sept femmes sélectionnées pour représenter les femmes du district de Musoma. « Sans ces interventions, je ne serais probablement pas là où je suis aujourd'hui et je n'aurais pas les aspirations que j'ai pour l'avenir », a déclaré Florah.

En Inde, les femmes ont également profité de leur formation P.A.C.E. pour se présenter aux élections. En janvier 2021, 167 participantes au programme ont été élu(e)s au Panchayat (assemblée régionale) dans l'État du Maharashtra, dont 14 ont été élues comme sarpanch (décideuses), qui sont le point de contact entre les représentants du gouvernement et la communauté du village.

8. Les usines représentant 80 % de nos dépenses commerciales totales (définies comme le coût initial du bon de commande).

9. Nous mesurerons notre progrès par rapport à notre objectif de Empower@Work en évaluant le pourcentage de travailleuses inscrites à au moins 50 %. Nous évaluerons en outre la mesure dans laquelle les usines mettent en pratique les recommandations du programme Empower@Work dans le cadre de leurs processus de gestion des ressources humaines, y compris sur la façon dont ils le présentent aux travailleurs et font preuve d'engagement envers le programme, et ce même au niveau des cadres.

DROITS DE LA PERSONNE ET DIALOGUE SOCIAL

Nous nous engageons à défendre et à faire progresser les droits de la personne et à cultiver le dialogue social pour créer une chaîne logistique résiliente qui respecte les travailleurs. Notre objectif est de concevoir, de collaborer et de mettre en œuvre des programmes de premier plan dans l'industrie pour transformer les résultats pour les travailleurs et les entreprises de l'ensemble du secteur.

NOS PRINCIPAUX ENJEUX EN MATIÈRE DE DROITS DE LA PERSONNE

- › Travail des enfants et jeunes travailleurs
- › Discrimination et harcèlement
- › Salaires et avantages sociaux
- › Sécurité en cas d'incendie, sécurité de bâtiment et sécurité d'équipement électrique
- › Mécanismes de réclamation
- › Contrats à court terme
- › Trafic d'êtres humains et travail forcé
- › Heures de travail
- › Traitement sans cruauté
- › Liberté d'association
- › Travailleurs étrangers sous contrat et recrutement
- › Sous-traitant non autorisé



Notre approche holistique commence avec notre Politique des droits de la personne et notre Code de conduite des fournisseurs (COVC). Ces deux principes sont basés sur les normes et les directives du travail acceptées internationalement, notamment la Déclaration universelle des droits de l'homme (DUDH), les principes directeurs des États-Unis relatifs aux entreprises et aux droits de l'homme (UNG), les principes directeurs de l'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) pour les entreprises multinationales et les conventions fondamentales de l'OIT. Nos politiques tiennent également compte de la législation locale sur le droit du travail de chaque pays où nous opérons.

Pour respecter ces politiques et améliorer les conditions de travail de notre chaîne logistique, nous nous concentrerons sur deux domaines :

L'évaluation et les mesures correctives

Grâce à la transparence et aux partenariats tout au long de notre chaîne logistique, nous pouvons améliorer le bien-être des travailleurs, protéger les droits de la personne, réduire les impacts environnementaux et améliorer la performance de l'entreprise.

Renforcement des capacités

En partenariat avec OIT-IFC Better Work, les fournisseurs, les ONG et autres, nous avons mis sur pied des programmes pour améliorer la représentation des employés et la participation au leadership. Ces thèmes concernent, entre autres, la collaboration au travail, les compétences de supervision et l'autonomisation des femmes. Nous soutenons également nos usines au moyen des programmes de renforcement des capacités environnementales, que vous trouverez dans la section Efficacité des ressources et fabrication (p. 37).

Des renseignements détaillés sur nos politiques en matière de droits de la personne, notre approche de gestion et les mesures à prendre pour résoudre nos principaux problèmes en matière de droits de la personne sont disponibles sur notre [site Web](#).

L'ÉVALUATION ET LES MESURES CORRECTIVES

Nous utilisons notre programme d'évaluation et de mesures correctives pour évaluer nos fournisseurs et les inciter à s'améliorer en orientant davantage nos ventes vers les unités de production les plus performantes.

Notre approche commence par des évaluations effectuées par Gap Inc. (32 % des évaluations), l'OIT-IFC Better Work. (26 %) et le SLCP (43 %).

Grâce à ces évaluations, nous évaluons chacune de nos unités de production à l'aide d'un système de code de couleur :

- › **Vert pour unités de production très performantes avec peu de violation, dont aucun n'est critique.**
- › **Jaune pour celles aux performances moyennes.**
- › **Rouge pour celles qui doivent résoudre un ou plusieurs problèmes graves.**

OBJECTIF D'ICI 2023/2025

100 %

D'ici 2023, 100 % de nos usines de niveau 1 participeront aux efforts de l'industrie, notamment SLCP ou Better Work de l'OIT-IFC, et 100 % des usines stratégiques de niveau 2 y participeront d'ici 2025.

● A besoin d'attention

OBJECTIF D'ICI 2025

80 %

de l'approvisionnement de Gap Inc. sera confié à des fournisseurs classés « vert »

● En bonne voie

Lorsqu'un problème est signalé ou découvert lors de nos évaluations, nos équipes de terrain à l'échelle mondiale élaborent un processus de mesures correctives sur mesure qui tient compte des facteurs contextuels locaux, tels que le niveau d'éducation des travailleurs, les normes culturelles et les moyens de communication. Par exemple, nous pouvons mener des entretiens dans les communautés de travailleurs pour mieux cerner leurs besoins, ce qui nous permet de traiter plus efficacement les violations au sein de notre chaîne logistique mondiale.

Les violations critiques et graves ont une incidence plus négative plus importante sur la note d'une unité de production que les violations de non-conformité. Notre processus d'approbation strict décourage les unités de production classées rouge d'entrer dans notre base d'approvisionnement. En cas de classification rouge, nous fournissons des plans de mesures correctives et un délai réaliste pour résoudre les problèmes. Si une unité de production ou un fournisseur ne parvient pas à remédier à une non-conformité persistante, nous mettons en œuvre un plan de sortie responsable et continuons de surveiller l'unité de production pour résoudre les problèmes en suspens pendant et après la désactivation.

PROGRÈS EN 2021

75 %

des usines de niveau 1 y participent

40 %

des usines stratégiques de niveau 2 participent

68 %

de nos dépenses sont allouées à des fournisseurs classés « verts ».

Progrès en 2021

Entre 2016 et 2020, nous nous sommes efforcés de nous approvisionner auprès d'unités de production classées jaune ou vert. Aujourd'hui, seulement 1 % des unités de production avec lesquelles nous travaillons sont classées rouges, contre 16 % en 2016. En 2021, nous avons revu à la hausse notre ambition d'amélioration du rendement en nous fixant comme objectif de nous approvisionner au moins à 80 % des dépenses commerciales auprès des usines classées « vertes » d'ici 2025. Nous sommes en passe d'y arriver, avec 68 % à la fin de 2021.

À la fin de 2021, 84 % des problèmes du code de conduite avaient été résolus. Nous résolvons ces violations en intégrant ce travail dans nos décisions d'approvisionnement, ce qui incite les fournisseurs à s'impliquer davantage dans la résolution rapide des problèmes. Notre équipe dédiée à la durabilité des fournisseurs forme les employé(e)s de l'approvisionnement mondial sur les politiques et les procédures en matière de droits de la personne, en faisant valoir les exigences du code de conduite et les moyens pour gérer la performance des fournisseurs. Nous formons et sensibilisons également les fournisseurs clés à mettre en œuvre des mesures qui empêchent les problèmes de code de conduite des fournisseurs de se produire.

PROGRAMME DE CONVERGENCE SOCIALE ET DE TRAVAIL (SLCP)

En tant que signataires du SLCP, nous soutenons les moyens d'améliorer les conditions de travail dans les chaînes d'approvisionnement mondiales en encourageant l'adoption à plus grande échelle de l'outil SLCP, qui permet d'évaluer la performance sociale et de travail des unités de fabrication tout en réduisant la duplication des efforts de l'industrie.

En 2021, nous avons utilisé l'outil SLCP dans les évaluations de Better Work en Indonésie, au Bangladesh et au Vietnam. Nous visons à augmenter ce nombre dans tous les pays où Better Work opère, en soutenant notre objectif d'avoir toutes nos usines de niveau 1 et nos usines stratégiques de niveau 2 impliquées dans les efforts de l'industrie d'ici le début de 2023.



RENFORCEMENT DES CAPACITÉS

Pour assurer des conditions de travail sûres, équitables et saines dans notre chaîne logistique, nous travaillons en partenariat avec nos fournisseurs de vêtements de marque et les principales parties prenantes par le biais de divers programmes de renforcement des capacités spécifiques à chaque pays. Ces approches catalysent l'amélioration des mécanismes de réclamation des employés, l'équité entre les sexes en matière de pouvoir d'influence, la sécurité et le bien-être.

En 2021, nous avons annoncé plusieurs objectifs relatifs à l'autonomisation des femmes pour 2025 dans le cadre de nos programmes de renforcement des capacités. Bien que les effets continus de la COVID-19 sur nos partenaires de la chaîne logistique aient ralenti le début de ce travail, nous avons maintenant développé des stratégies et des indicateurs de performance clés pour chaque objectif (p. 12) et nous sommes en train de recueillir des données de base, en commençant par le dernier trimestre de 2021.

Nous cherchons à comprendre et à répondre aux besoins de nos employé(e)s dans la chaîne logistique en apprenant de nos pairs et en partageant les ressources avec eux pour améliorer les connaissances et les pratiques du secteur. Par exemple, depuis 2019, nous mesurons l'engagement des employé(e)s à l'aide de l'enquête sur l'engagement et le bien-être de Nike. En 2021, 32 usines ont recueilli des réponses.

Better Work Academy de OIT-IFC

Gap Inc. est membre-fondateur du programme Better Work de l'OIT-IFC, qui est un partenaire important sur nos principaux marchés d'approvisionnement. Nous avons également contribué à la création de la Better Work Academy, qui forme le personnel des marques de vêtements mondiales sur des enjeux clés liés au dialogue social. Cela permet aux entreprises participantes d'offrir des formations et des conseils aux industries, au-delà du champ d'action de Better Work. L'Académie permet aux usines d'apporter des améliorations sur la base des commentaires des participants, les marques servant de conseillers et de partenaires.

L'Académie a touché 441 unités de production dans 18 pays, avec la participation de onze entreprises, dont Gap Inc.. Nous avons activement soutenu son expansion en partageant des visions et en fournissant du matériel de formation que les marques peuvent personnaliser pour leurs propres programmes.

En collaboration avec Better Work, nous avons développé notre programme de coopération en milieu de travail, qui facilite le dialogue entre les employé(e)s et la direction, et notre programme de formation sur les compétences de supervision (ISST), qui permet d'améliorer les compétences des superviseurs et des cadres intermédiaires et de favoriser la parité hommes-femmes aux postes de supervision. Pour soutenir tous nos programmes de renforcement des capacités, nous utilisons les outils mobiles du programme d'engagement de la main-d'œuvre (voir encadré).



54

unités de production utilisent le programme d'engagement de la main-d'œuvre (WEP).

PROGRAMME D'ENGAGEMENT DE LA MAIN-D'ŒUVRE (WEP) : UN OUTIL NUMÉRIQUE POUR LE RENFORCEMENT DES CAPACITÉS

Le programme WEP soutient nos programmes de renforcement des capacités de deux manières : (1) la technologie mobile permet à nos fournisseurs de fournir des informations et des formations importantes, et (2) elle fournit une plateforme permettant aux employé(e)s de partager leurs commentaires avec les unités de production.

À la fin de 2021, le programme WEP était actif dans 54 unités de production. Nous partageons les pratiques exemplaires avec nos fournisseurs au Vietnam, au Cambodge, en Chine, en Indonésie et au Guatemala. En 2022, nous prévoyons d'utiliser le programme WEP dans des programmes pilotes au Bangladesh, en Chine et en Indonésie pour tester différents modèles de mise en œuvre des programmes de renforcement des capacités, notamment des modèles en présentiel, des modèles entièrement numériques et des modèles hybrides. Nous participons également à un projet pilote du programme SLCP pour intégrer les voix des employé(e)s à l'aide de technologies similaires.



Programme de collaboration en milieu de travail (WCP)

Par le biais de comités élus, le programme WCP facilite le dialogue entre les employé(e)s et la direction sur une variété de questions allant des heures supplémentaires et du bien-être à l'hygiène des toilettes et au repas de la cantine. Ce programme enseigne aux participants les compétences en matière de techniques de communication et de négociation pour les aider à se sentir plus à l'aise pour exprimer leurs doléances à la haute direction.

Après avoir réduit le programme WCP en 2020, nous l'avons à nouveau intensifié en 2021, en ayant recours à la formation virtuelle lorsque cela était nécessaire. Le programme WCP a été mis en œuvre dans 241 unités de production dans 12 pays depuis 2016, notamment 65 % de nos usines stratégiques. Nous prévoyons maintenant d'étendre le programme aux unités de production détenues par nos fournisseurs stratégiques et à celles sous-traitées autorisées.



OBJECTIF D'ICI 2025

100 %

des employé(e)s travaillant dans nos usines stratégiques pourront faire entendre leur voix à travers les comités en milieu de travail qui sont équilibrées du point de vue du genre

● Établissement de la ligne de base



Depuis 2017,

3 361

griefs formulés et

97 %

résolus
(3 261 problèmes)
au cours du même
trimestre



63

nouvelles unités de
production pour
un total de 228
mettant en œuvre
la stratégie SST
(objectif : 220)

Impact cumulatif :

7 100

superviseurs (uses)
qualifié(e)s

Participants actifs en
2021 :

182

unités de
production dans
9 pays

Formation sur les compétences de supervision (SST)

Le programme SST est un programme de formation de trois jours lancé en 2018 avec Better Work qui aide les superviseurs et les cadres intermédiaires à améliorer leurs aptitudes à communiquer, à établir de bonnes relations et à superviser efficacement les employé(e)s. La portée du programme est amplifiée par le fait que les unités de production offrent les mêmes formations après la formation des formateurs. Certains fournisseurs ont également leurs propres programmes équivalents, que nous vérifions pour nous assurer qu'ils satisfont ou dépassent les exigences du programme SST de Gap Inc.. En conséquence, 25 autres unités de production ont été couvertes par le programme.

Nous utilisons des données relatives à l'efficacité de la production, et des enquêtes menées auprès des superviseurs et des employés pour mesurer l'incidence du programme. Ensemble, ils permettent de déterminer dans quelle mesure les participants ont pensé que la formation a été efficace et si elle a suscité un changement de comportement ou des améliorations de la production.

Dans nos unités de production stratégiques, les femmes n'occupent qu'une minorité de postes de superviseurs, bien qu'elles représentent la majorité de l'effectif total de la chaîne logistique. Nous croyons que nous pouvons soutenir les futures femmes dirigeantes grâce à notre formation sur les compétences de supervision.

En 2021, nous nous sommes fixé pour objectif de favoriser l'autonomisation des femmes au sein de nos unités de production stratégiques et de donner la priorité aux opportunités de formation pour les femmes. Nous mesurerons cet objectif en évaluant le pourcentage d'usines où la représentation est équilibrée dans la parité hommes-femmes au niveau des superviseurs, le rapport entre les genres reflétant celui de la population active totale de l'entreprise.

OBJECTIF D'ICI 2025

100 %

de nos usines stratégiques auront
atteint la parité hommes-femmes
aux postes de superviseurs

● Établissement de la ligne de base

Prévention et action contre les violences fondées sur le genre

Au fil des ans, nos évaluations régulières des unités de production ont révélé des infractions liées à la discrimination et au harcèlement fondés sur le sexe. Nous sommes conscients qu'il ne suffit pas de se fier uniquement à la vérification pour détecter et résoudre ces problèmes, c'est pourquoi nous avons développé notre programme de prévention et d'intervention contre la violence fondée sur le genre avec Better Work pour aider à appliquer notre politique de tolérance zéro sur le harcèlement physique, psychologique et sexuel.

Notre programme de prévention et d'intervention contre violence fondée sur le genre est axé sur la formation des directeurs et des employé(e)s comme élément clé de notre stratégie. En 2021, nous nous sommes fixé pour objectif de mettre en place des systèmes de formation, de prévention et d'intervention en matière de violence fondée sur le genre dans toutes nos usines d'ici 2025. D'ici 2023, nous visons à nous assurer que tous les employé(e)s des usines où nos vêtements sont produits suivent une formation annuelle sur la prévention et l'intervention en matière de violence fondée sur le genre.

À l'avenir, nous évaluerons en outre la mesure dans laquelle les usines disposent d'un système permettant aux employé(e)s de signaler les actes de violence fondée sur le genre, de harcèlement et d'abus. Pour avoir un impact au-delà des unités de production avec lesquelles nous travaillons, nous explorons également des partenariats avec des organisations d'experts et d'autres grandes marques de vêtements en vue d'accélérer ce travail dans l'industrie

OBJECTIF D'ICI 2025

100 %

de nos usines disposent de systèmes de gestion de la prévention et des interventions, et des formations pour lutter contre la violence fondée sur le genre

● Établissement de la ligne de base

PROGRÈS EN 2021

44 %

de nos usines ont commencé la formation sur la prévention et l'intervention contre la violence fondée sur le genre, touchant ainsi plus de 231 500 employé(e)s (26 % de notre chaîne logistique)

90 %

de nos usines avaient suivi une formation de sensibilisation sur l'équité entre les sexes destinée aux cadres intermédiaires et supérieurs.



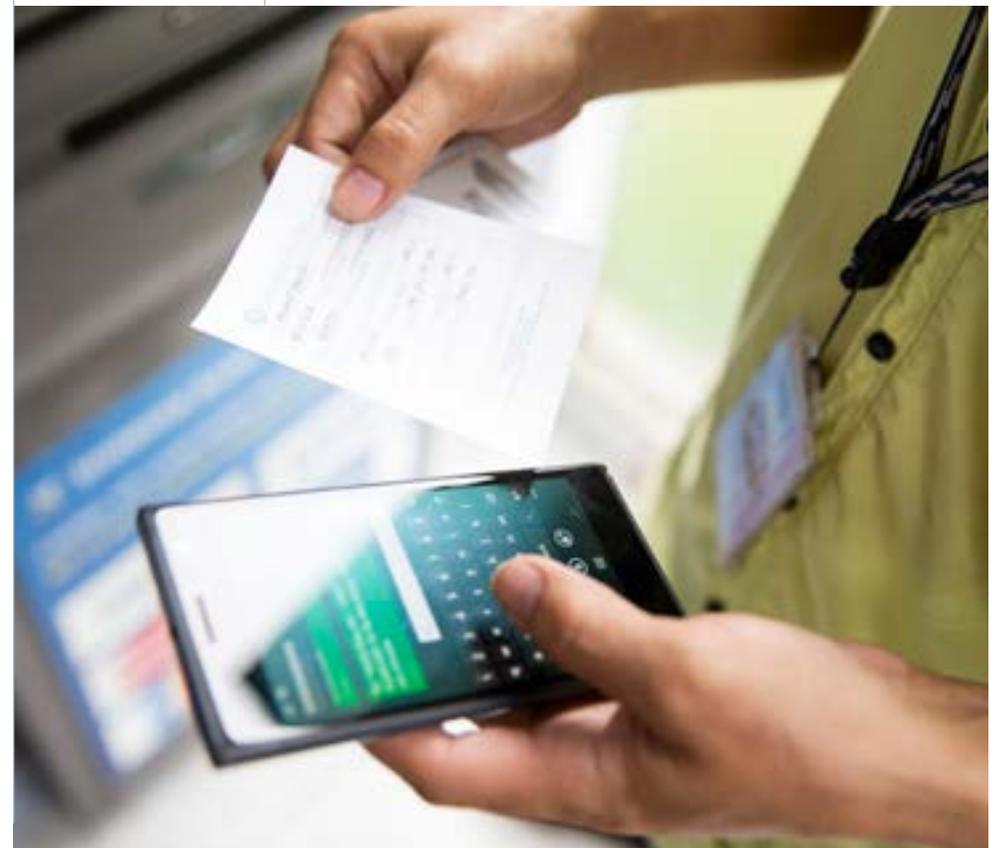
96 %

de nos fournisseurs de niveau 1 admissibles (qui ont fourni des données) proposent des systèmes des paiements numériques de salaire.

Paiement numérique des salaires

Nous travaillons en étroite collaboration avec des partenaires et participons à l'alliance Better Than Cash des Nations Unies pour faire face aux contraintes réglementaires et infrastructurelles actuelles sur les paiements numériques des salaires. Nous continuons à donner la priorité aux paiements numériques des salaires avec les nouveaux fournisseurs de niveau 1 et à soutenir l'inclusion financière de manière plus générale en offrant des séances consacrées à la culture financière numérique dans notre programme P.A.C.E..

Depuis le lancement de notre programme de salaire numérique en 2017, nous avons augmenté la part de nos fournisseurs de niveau 1 admissibles qui offrent des systèmes numériques de paiement des salaires de 68 à 96 % (ce qui comprend les portefeuilles mobiles, les comptes bancaires, les cartes de débit et d'autres méthodes accessibles numériquement).



CONTRIBUER À ASSURER LA SÉCURITÉ DE NOTRE CHAÎNE LOGISTIQUE PENDANT LA COVID-19

Depuis que la pandémie a frappé en 2020, nous avons pris plusieurs mesures pour soutenir nos partenaires de la chaîne logistique et donner la priorité à la santé et à la sécurité des personnes travaillant dans notre chaîne logistique.

Nous continuons à distribuer les directives COVID-19 à nos fournisseurs et à nos usines et, si nécessaire, nous adaptons nos programmes sociaux et de travail en offrant des options virtuelles qui assurent la continuité tout en assurant la sécurité de tous.

Nous avons continué à mettre en œuvre d'importantes normes du code de conduite des fournisseurs, notamment l'octroi de congés maladie et autres avantages pertinents, les mécanismes de réclamation qui fonctionnent, les exigences liées à des pratiques d'emploi non discriminatoires et à des pratiques éthiques en matière de licenciements et de mises à pied liés au virus.

Nous soutenons la distribution et l'adoption des vaccins dans les principaux marchés d'approvisionnement dans le cadre du groupe de travail de la table ronde sur la COVID-19. Ce groupe a mobilisé le secteur privé pour inciter les gouvernements à investir dans le financement des vaccins et à fournir davantage de vaccins aux marchés mal desservis. De plus, nous avons intégré la sensibilisation sur la vaccination dans la plateforme P.A.C.E..



250 000 \$

dans le fonds de la résilience à la COVID-19 pour les femmes

FONDS DE RÉSILIENCE COVID-19 POUR LES FEMMES

En 2021, la Fondation Gap a continué à soutenir le **Fonds de résilience COVID-19 pour les femmes dans les chaînes de valeur mondiales**, un effort de collaboration visant à aider à la reprise après la pandémie et à faire progresser les changements systémiques à long terme qui renforcent la résilience des filles, des femmes, et les communautés.

Nous sommes devenus un partenaire fondateur du fonds en 2020, qui contribue à un consortium d'investissements provenant de sources multiples pour soutenir les organisations locales soutenues par les femmes. En 2021, nous avons fait notre deuxième investissement, cette fois de 250 000 \$, alors que notre premier tour de financement soutenait déjà des projets en Inde et au Bangladesh.





CRÉER DES OPPORTUNITÉS

Nous pensons que pour rendre possibles les opportunités, il faut s'assurer que les employés ont les compétences nécessaires pour construire des carrières vraiment épanouissantes avec nous. Notre volonté d'être inclusifs, depuis toujours oriente notre travail sur des programmes qui font de la diversité une caractéristique majeure de notre réserve de talents.

Gap Inc. accorde la priorité à la promotion d'une culture d'égalité et d'appartenance, et au développement d'économies durables.



Nous utilisons les actifs et l'échelle de notre entreprise pour permettre l'accès aux opportunités pour les personnes et les communautés que nous servons. Nos programmes et partenariats ouvrent des portes aux talents sous-représentés, peu importe leur sexe, leur race ou leur âge, et plus encore.

En plus de développer des compétences, nous créons un sentiment d'appartenance pour les employé(e)s, leur permettant de faire partie d'une équipe solidaire où ils peuvent réaliser

leur potentiel. Pour ce faire, nous développons une culture d'entreprise qui répond aux besoins professionnels et personnels de nos employés. Nous soutenons également les initiatives et les idées qui encouragent le bénévolat et nous veillons à apporter quelque chose en retour aux communautés et aux localités où nous travaillons et où nos employé(e)s vivent.

« Lorsque vous magasinez dans un magasin, vous voulez que l'équipe du magasin reflète la communauté, et This Way ONward contribue à créer un espace où les clients se sentent à l'aise. Les client(e)s ont l'impression d'être vu(e), que leurs besoins sont satisfaits, que c'est quelqu'un de leur communauté. Ils comprennent quel produit ils recherchent et cela se traduit par des ventes, car nous avons des gens qui ont un lien avec la communauté. »

Chantal Horton, recruteuse principale, This Way ONward



COMMENT NOUS CRÉONS DES OPPORTUNITÉS

> This Way ONward	27
> Perfectionnement des talents	29
Embauche	30
> Égalité et appartenance	31
> Employé(e)s et impact sur la communauté	32

PLEINS FEUX SUR LE PROGRAMME

THIS WAY ONWARD

Old Navy pense que les opportunités doivent être offertes à tous, pas seulement à quelques-uns. Grâce à This Way ONward, Old Navy poursuit son chemin pour devenir la marque la plus inclusive au monde.

Old Navy développe This Way ONward depuis 2007 pour créer la prochaine génération de responsables. Grâce à un réseau croissant de partenaires, notamment Boys & Girls Clubs of America, le programme s'attaque aux obstacles systémiques à l'emploi.

This Way ONward offre aux jeunes personnes âgées de 16 à 24 ans une formation structurée et une expérience de premier emploi précieuse. Ce programme développe également les aptitudes à diriger chez les mentors.

Les recherches confirment que le programme fonctionne. Les anciens étudiants restent au sein de l'entreprise deux fois plus longtemps que leurs pairs, et les directeurs de magasin indiquent que les employé(e)s de This Way ONward sont les meilleurs employés. Notre dernière enquête d'évaluation¹⁰ a révélé que les nouvelles recrues ont également un sentiment d'appartenance à Old Navy, qu'elles se sentent soutenues par leurs responsables, et qu'elles sont enthousiasmées par leur travail.

Pour en savoir plus sur This Way ONward, consultez notre [site Web](#).



«C'était satisfaisant de voir que mon compte en banque continuait à croître, mais en fin de compte, c'était plus à cause des relations que j'ai établies avec les personnes.»

THIS WAY ONWARD ENSEIGNE À RICHARD GREENE LE POUVOIR DES RELATIONS.

Se disant optimiste, Richard Greene s'est senti découragé après avoir connu de nombreux refus d'embauche. Il postulait pour obtenir un emploi afin d'économiser de l'argent pour l'université. Le directeur du Boys & Girls Club qu'il fréquentait l'a encouragé à postuler pour This Way ONward et, avec le soutien de ses parents, il a réussi.

Lorsque Richard a commencé à travailler chez Old Navy, il s'est retrouvé entouré d'une équipe solidaire, composée de son responsable de magasin, d'un accompagnateur et d'un collègue aîné. Richard était dans son élément et aimait interagir avec les clients et perfectionner ses aptitudes à diriger. Ses inquiétudes à propos de l'université, et la vie ont commencé à s'estomper. « Avoir un travail qui vous plaît vous permet de ne pas perdre la tête », a-t-il déclaré. « Cela m'a aidé à oublier le stress du monde. This Way ONward m'a vraiment appris à ne pas considérer un emploi comme un emploi, mais comme une opportunité. »

Richard a également commencé à voir que le véritable impact du travail n'était pas le salaire, mais les personnes. « C'était satisfaisant de voir que mon compte en banque continuait à croître, mais en fin de compte, c'était plus à cause des relations que j'ai établies avec les gens », a-t-il dit.

PLEINS FEUX SUR LE PROGRAMME

OBJECTIFS D'ICI 2025

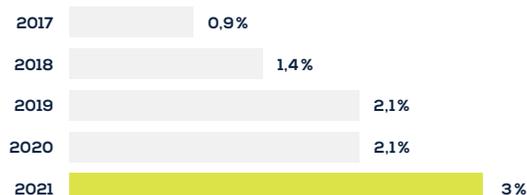
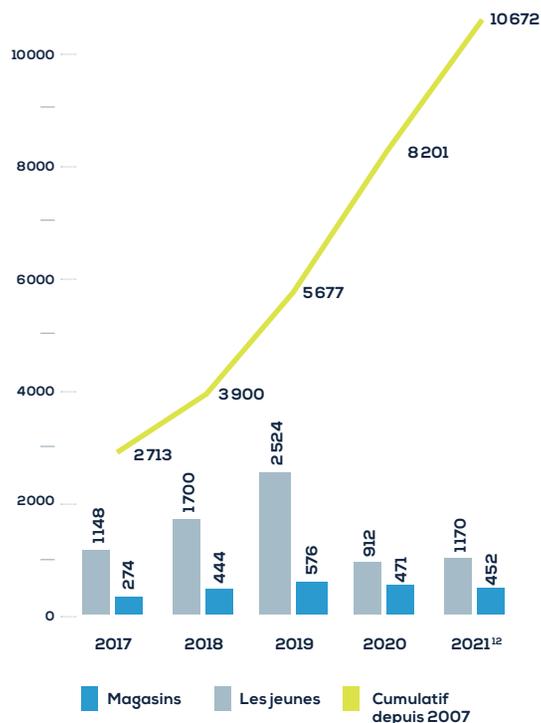
5 % des employé(e)s débutants des magasins Old Navy embauchés dans le cadre du programme This Way ONward chaque année

● En bonne voie

20 000 jeunes touchés par This Way ONward¹¹

● En bonne voie

PROGRÈS EN 2021

COUVERTURE ET CROISSANCE DE
THIS WAY ONWARD

En 2021, 37 % (plus de 450) des magasins Old Navy en Amérique du Nord ont embauché des associés du programme This Way ONward. Old Navy a levé et fait don d'environ 3,8 millions de dollars pour ce programme.

Pour inciter davantage de personnes à adhérer, Old Navy a investi dans des campagnes de narration très médiatisées qui promeuvent le pouvoir du mentorat. Ces histoires explorent l'idée qu'il est essentiel d'embaucher en fonction du potentiel, et non des qualifications, pour élargir le vivier de talents et cultiver une stratégie de talents qui donne la priorité à la diversité, à l'inclusion, à l'égalité, et à l'appartenance.

Dans une **campagne publicitaire nationale**, la superstar du basket-ball Magic Johnson a invité les communautés à « imaginer un avenir meilleur où chaque enfant a une chance de réussir. » Les influenceurs de This Way ONward ont partagé leurs histoires sur les réseaux sociaux, montrant comment le programme a amélioré leur confiance en eux, leur a permis d'acquérir de nouvelles compétences, les a aidés à voir leur potentiel et leur a permis de donner suite en encadrant d'autres personnes.

En 2021, notre programme pilote de promotion des anciens élèves de This Way ONward a été lancé. Le programme vise à donner aux membres l'accès aux réseaux, au mentorat et aux compétences qui leur permettront de passer de leur premier emploi à une carrière fulgurante. Des anciens élèves sélectionnés aux États-Unis et au Canada ont participé à ce programme, que nous allons élargir dans les années à venir.

This Way ONward continue de fournir à Old Navy une source diversifiée et fiable de talents. En 2021, 39 % de tous les candidat(e)s au programme ont été embauché(e)s, contre moins de 10 % des candidat(e)s provenant d'autres sources. Ce programme soutient également l'objectif d'égalité et d'appartenance de Gap Inc. visant à assurer une représentation diversifiée dans nos rangs. Plus de 1 294 anciens participant(e)s du programme This Way ONward (14,6 % de notre effectif total depuis 2007) sont maintenant des employé(e)s de Gap Inc., dont la majorité s'identifient comme des personnes de couleur.¹³

Gap Inc. continue d'intégrer les idées et les nouveaux outils de ressources de This Way ONward dans sa stratégie de gestion des talents. En plus d'embaucher en fonction des potentiels et de cultiver des viviers de talents, nous appliquons les leçons apprises pour nous assurer d'offrir le soutien approprié après l'embauche afin d'aider les employés débutants vendant dans nos magasins à s'épanouir, en particulier ceux qui sont issus de groupes sous-représentés ou marginalisés.

En réponse à la pandémie, This Way ONward soutient le recrutement, l'embauche et la formation. Des outils tels que des centres virtuels des carrières, des entretiens, des ateliers de préparation à l'emploi et des possibilités de bénévolat et de mentorat ont contribué à rendre le programme accessible à un plus grand nombre de personnes, notamment les participants, les responsables des magasins, les équipes de direction de Old Navy, les partenaires à but non lucratif, les mentors et les bénévoles.

Intérêt d'embaucher en fonction du potentiel, et non des qualifications

11. Les nombres sont cumulatifs depuis le lancement du programme.

12. Les chiffres pour 2020 et 2021 sont plus faibles en raison du passage du programme aux magasins Old Navy exclusivement, ainsi que de la fermeture temporaire des usines durant la période de COVID-19.

13. Exclut ceux qui n'ont pas divulgué leur origine ethnique ou qui n'en ont pas soumis.

PERFECTIONNEMENT DES TALENTS

En donnant la priorité aux personnes, nous augmentons l'engagement des employé(e)s et créons de la valeur commerciale. Pour ce faire, nous favorisons une culture de travail et offrons des avantages qui satisfont aux besoins professionnels et personnels de nos employé(e)s et de leurs familles. Cela comprend l'encouragement financier et la conception d'horaires de travail qui permettent au personnel de l'usine d'assurer une plus grande stabilité, de favoriser la flexibilité et l'équilibre.

Avec la pandémie en cours, nous continuons d'écouter nos employé(e)s par le biais de l'enquête d'attitude et d'offrir notre programme d'avantages sociaux Be You, Be Well. Ce service comprend l'accès à des conseils et à notre série de conférences Be Well + Stay Connected, mettant en vedette des leaders éclairés, des programmes de méditation et des cours de conditionnement physique pour soutenir le bien-être physique et mental de nos employés.

Nous sommes enthousiastes à l'idée de bâtir un meilleur avenir professionnel qui aide Gap Inc. à établir une culture de la performance ancrée dans l'excellence, à développer nos marques axées sur des objectifs et à permettre à nos employés de réaliser leurs aspirations professionnelles.

Pour en savoir plus sur la façon dont nous soutenons et perfectionnons nos collaborateurs exceptionnels, rendez-vous sur notre [site Web](#).



Plus de 2 000

participant(e)s à l'enquête d'attitude du siège social et plus de 23 000 participant(e)s à l'enquête d'attitude des magasins¹⁴



95 %

en moyenne de réponses pour étaient « Je suis heureux(se) de travailler ici » et 89 % pour « J'ai l'intention de rester pour un certain temps » pour les participants à l'enquête d'attitude



Plus de 8 000

cours de formation suivis

Plus de 6 000

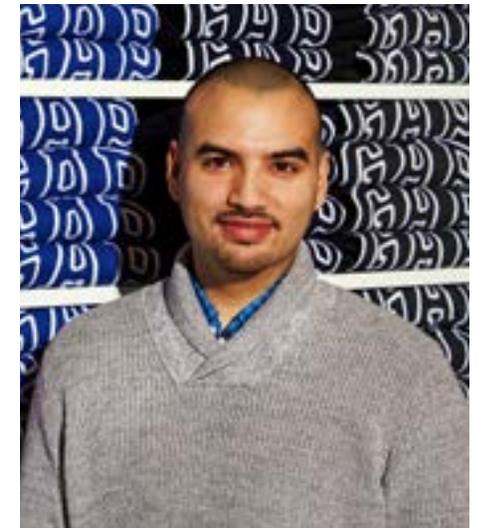
sur LinkedIn Learning

PROGRÈS EN 2021

Notre modèle d'avenir du travail nous rapproche de nos clients et les uns des autres. Ce modèle soutient les employés qui travaillent à la fois dans des bureaux et dans des environnements virtuels en fonction de l'endroit où ils fournissent le meilleur travail pour le client, ce qui permet ainsi de libérer la créativité, la collaboration et l'agilité. Nous examinons toutes les facettes de l'expérience des employés, notamment les outils, les politiques, les méthodes de travail, la technologie et les espaces de travail physiques, afin de soutenir une culture de la performance et de connexion, tout en fournissant un travail innovant, en mettant en œuvre nos valeurs et en attirant les meilleurs talents.

Dans le cadre de notre engagement permanent envers l'égalité et l'appartenance, nous continuons de créer une culture de leadership inclusive, de cultiver un sentiment d'appartenance pour tous et de favoriser l'équité en milieu de travail (pour en savoir plus, consultez notre rapport sur l'égalité et l'appartenance de juin 2022).

Nous adaptons les programmes et les ressources de formation aux niveaux et aux besoins des employés, notamment en investissant dans les responsables débutants grâce à l'encadrement et au perfectionnement des responsables de niveau intermédiaire. Nous offrons sept heures d'intégration pour tous les nouveaux responsables, 44 heures de formation et d'expérience de groupe pour les nouveaux responsables dans nos centres de distribution, et une à six semaines de formation pour nos fonctions de produit. Nous offrons également un encadrement individuel à plus de 170 de nos responsables. Nous continuons également à offrir l'accès au programme d'apprentissage LinkedIn, qui offre des cours en ligne gratuits sur des sujets allant des compétences techniques au perfectionnement professionnel.



Nous avons converti plusieurs principaux programmes de formation en expériences virtuelles, notamment notre programme de gestion par rotation (talents débutants à fort potentiel), notre programme sur les indispensables du leadership (nouveaux responsables) et nos programmes d'encadrement pour les responsables de niveau intermédiaire. Nous continuons de considérer notre programme de gestion par rotation comme un vivier de talents émergents et diversifiés, avec une participation de 64 % de personnes noires, latino-américaines et asiatiques et de 82 % de femmes. Nous avons récemment intégré la formation ESG dans le programme de gestion par rotation afin de former nos cadres aux problèmes qui détermineront leur avenir.

Tous nos employé(e)s à temps plein reçoivent des évaluations de performance régulières. Pour soutenir l'apprentissage individuel, nous avons mis en place la plateforme Workday, qui permet aux responsables et aux employé(e)s d'accéder aux informations sur les employés et l'équipe dont ils ont besoin.

OPPORTUNITÉ D'EMBAUCHE

Nous pensons qu'il est important d'embaucher des personnes qui, selon nous, apporteront de la valeur à l'entreprise, quels que soient leurs antécédents ou leur expérience. Nous considérons la diversification et le soutien du potentiel de notre main-d'œuvre dans le monde comme un élément essentiel de notre stratégie d'avancement professionnel et de gestion des talents au 21^e siècle.

RÉCOMPENSES



- > **Indice d'égalité des sexes de Bloomberg :**
Inclus pour la quatrième année consécutive



- > **Refinitiv :**
Classée parmi les 100 meilleures entreprises les plus diversifiées et les plus inclusives du monde



- > **Indice d'égalité d'entreprise :**
Note parfaite obtenue pour la 16^e année consécutive



- > **Fortune Change the World :**
Athleta reconnue et classée 43^e



TENT PARTNERSHIP FOR REFUGEES (PARTENARIAT TENT POUR LES RÉFUGIÉS)

Tent est un organisme à but non lucratif qui compte plus de 170 entreprises membres et qui a été lancé en 2016 pour mobiliser la communauté mondiale des affaires d'intégrer les réfugiés dans leurs effectifs.

En 2021, Gap Inc. a signé Coalition Tent pour les réfugiés afghans, un engagement à former et à embaucher des réfugiés afghans au moment où ils commencent une nouvelle vie aux États-Unis. En 2021, nous avons mis à l'essai un programme d'embauche de réfugiés dans l'un de nos centres de distribution, et nous explorons des façons d'étendre des programmes de ce genre à l'ensemble nos exploitations aux États-Unis.

Nous avons également continué à offrir des formations à la vie pratique et une formation technique aux femmes réfugiées dans le cadre de notre programme P.A.C.E. (en savoir plus à la p. 16).

ALLIANCE DES ENTREPRISES POUR LA DEUXIÈME CHANCE

Nous estimons que chaque candidat(e) mérite une chance de faire carrière au sein de notre entreprise.

En 2016, Gap Inc. a signé un engagement de la Maison-Blanche (AP Leadership) à offrir aux personnes ayant un casier judiciaire, y compris ceux qui ont déjà été incarcérés, une chance équitable de participer à l'économie américaine.

Notre programme de vérification des antécédents est en partenariat avec des organisations locales pour aider les candidat(e)s à évoluer dans le processus d'évaluation individualisé. Ces évaluations

permettent aux candidats de fournir la preuve que leur condamnation n'est pas liée à leur capacité à exercer un emploi et nous permettent de déterminer si un casier judiciaire est spécifiquement lié au poste pour lequel un candidat a postulé.

En avril 2021, nous avons rejoint la Second Chance Business Coalition (Alliance des entreprises pour la deuxième chance), qui promeut les avantages de l'emploi et de l'avancement professionnel pour les personnes ayant un casier judiciaire. Dans le cadre de cette alliance, nous avons participé à la cohorte d'entreprises pour « La deuxième chance » de Dave's Killer Bread, ce qui nous a permis de perfectionner notre travail en matière l'embauche de la deuxième chance avec les pratiques exemplaires et cadres de travail actuels pour nous aider à embaucher la meilleure personne pour le poste, quels que soient ses antécédents de condamnation. Nous avons également lancé un projet pilote en décembre 2021 avec Honest Jobs, la plus grande plateforme d'emploi équitable aux États-Unis, dans le but d'embaucher et de retenir des personnes précédemment incarcérées ou ayant eu des démêlés judiciaires au sein de nos centres de distribution.

PERSONNES QUALIFIÉES GRÂCE À DES PARCOURS ALTERNATIFS (STARS)

En 2021, la Fondation Gap, en collaboration avec d'autres donateurs, a soutenu le perfectionnement de travailleurs qualifiés grâce à des parcours alternatifs (STAR). La campagne, qui se déroulera en 2022, vise à aider les employeurs à considérer les employés STARS comme des individus qui représentent une source de talents à fort potentiel, avec des compétences et une expérience précieuses.

ÉGALITÉ ET APPARTENANCE

Chez Gap Inc., notre objectif est d'être inclusifs, depuis toujours. L'inclusion étant inscrite dans notre ADN, nous avons commencé par espérer établir un pont entre les générations. Aujourd'hui, nous sommes convaincus que l'inclusion va changer le monde.

Depuis la publication de notre premier **Rapport égalité et appartenance** en 2021, nous avons lancé un certain nombre d'initiatives et de programmes qui sous-tendent un nouveau programme d'égalité pour nos employés, nos clients et nos communautés.

NOTRE PERSONNEL

Chez Gap Inc., nous nous engageons à créer un espace pour des conversations franches où les employé(e)s se sentent valorisés, en sécurité et un profond sentiment d'appartenance. Depuis la création de notre premier groupe d'égalité et d'appartenance il y a plus de 15 ans, notre priorité est de favoriser une culture d'intégration où les employé(e)s ressentent un profond sentiment d'appartenance et de communauté.

En 2021, nous avons poursuivi notre investissement stratégique dans des programmes et des partenariats qui soutiennent l'élimination de la discrimination et du harcèlement et qui permettent à nos employé(e)s de créer un environnement inclusif, équitable et juste. Plus tard en 2022, nous prévoyons de publier notre mise à jour annuelle sur les engagements de Gap Inc. en matière d'égalité et d'appartenance.



NOS CLIENTS

Il est de notre responsabilité collective de veiller à ce que tous les clients soient vus et valorisés dans l'ensemble de notre gamme de marques. Nous nous efforçons de créer des produits et des expériences client qui reflètent fidèlement la diversité de notre clientèle.

Depuis que nous sommes devenus un membre fondateur d'Open to All en 2018, nous avons contribué à développer des outils et des ressources du secteur pour assurer l'inclusion, la sécurité et le respect de tous les clients, employés et communautés. En 2021, nous avons soutenu le lancement de notre initiative révolutionnaire de vente au détail inclusive, qui comprend deux nouveaux outils : le **Centre d'action des clients**, qui apprend aux clients à être des alliés et à intervenir en cas de besoin, et la **Trousse à outils du commerce de détail inclusif**, qui dote le personnel de vente au détail des tactiques éprouvées pour atténuer les préjugés raciaux.

NOS COMMUNAUTÉS

Nous optimisons notre plateforme pour soutenir et faire progresser nos communautés les plus marginalisées historiquement et contribuer à mettre fin aux inégalités raciales. Grâce à notre stratégie de partenariat à plusieurs volets, nous nous efforçons de soutenir et d'élever nos communautés en les sensibilisant à ce qui crée des obstacles à l'accès et aux opportunités. Nos partenariats établis avec des organisations axées sur les initiatives d'égalité raciale et sociale nous permettent de poursuivre nos ambitions et de tenir nos engagements envers les communautés que nous servons.



Il y a 15 ans,
nous avons créé
notre premier
groupe d'égalité
et d'appartenance
(EBG)



EMPLOYÉ(E)S ET IMPACT COMMUNAUTAIRE

Nous promovons les valeurs de Gap Inc. à être une force pour le bien dans le monde, tandis que notre héritage d'engagement communautaire développe une culture d'engagement des employés et d'impact communautaire.

Nous offrons aux employés la possibilité d'apprendre et de se rapprocher les uns des autres et de leurs communautés locales, et de soutenir les problèmes sociaux et environnementaux qui sont importants pour eux et pour notre entreprise. Cela comprend les activités organisées par l'entreprise et les employés, les rassemblements, les événements de sensibilisation et de levée de fonds, les occasions de faire du bénévolat et plus encore.

Nos employés salariés et exonérés ont la possibilité de faire cinq heures de bénévolat par mois, auxquelles nous ajoutons des dons en argent, ce qui permet à nos employés de soutenir les causes qu'ils défendent de la manière qui leur convient le mieux.

Nous sommes également en train de créer une nouvelle stratégie d'engagement des employés et d'impact communautaire qui intégrera davantage les valeurs de notre entreprise et notre travail ESG pour aider les employés à atteindre notre objectif d'être inclusifs, depuis toujours.

Plus d'informations sur notre [site Web](#).



Plus de
30 000

employés ont fait du bénévolat en 2021



Plus de
266 000

heures de bénévolat



Plus de **3 000**

ONG soutenues par des dons directs



Plus de
1,3 million de dollars

de dons financés par Gap Inc.

PROGRÈS EN 2021

En janvier, nous avons organisé une campagne en l'honneur de Martin Luther King, qui a permis aux employés d'en apprendre davantage sur le Dr King et de faire du bénévolat en utilisant son héritage pour inspirer l'action. Cette campagne comportait également un élément de levée de fonds, dans le cadre duquel la Fondation Gap versait une somme équivalente à tout don de 10 \$ ou plus (pour un total de près de 2 000 \$) à Enterprise for Youth, un programme de préparation à l'emploi destiné aux jeunes de San Francisco.

Pour la Journée mondiale de l'eau en mars, nous avons organisé une autre marche pour l'eau qui a permis de sensibiliser le public et de lever des fonds pour relever les défis auxquels les femmes du monde entier sont confrontées en matière d'accès à l'eau. Plus de 7 941 employés issus de neuf pays ont effectué une marche de 1,2 mile, soit la distance moyenne parcourue par les femmes chaque jour pour aller chercher de l'eau. Pour chaque participant, la Fondation Gap s'est engagée à verser 12 \$ à WaterAid, notre partenaire de la Women + Water Alliance, pour un montant total de 12 000 \$.

En l'honneur du 90e anniversaire de notre fondatrice, Doris Fisher, au mois d'août, nous avons organisé la première Journée de service Doris, avec 11 événements dirigés par les employé(e)s de notre siège social de

San Francisco. Lors de notre Rallye de l'action bénévole annuel, près de 14 000 employés ont consacré plus de 60 000 heures de leur temps et de leurs talents à leur communauté. Certains ont contribué à des projets communautaires visant à embellir les parcs et les plages de leur quartier, tandis que plus de 450 personnes ont participé au « nettoyage des placards » pour mettre en évidence les possibilités de faire don et de réutiliser des vêtements. En Chine, 300 de nos employés ont consacré 600 heures de bénévolat à la confection des sacs-cadeaux pour les enfants atteints de cancer et au tri des vêtements pour les recycler ou en faire don.

Nos marques ont également mené leurs propres activités : Athleta a organisé deux soldes pour permettre aux employés de magasiner à prix réduit parmi les échantillons de la collection de la marque, ce qui a permis de recueillir 157 000 \$ pour le Fonds Lisière.¹⁵ Pour la sixième année consécutive, chaque magasin Old Navy a enregistré des heures de bénévolat avec la marque, contribuant ainsi à plus de 217 000 en 2021.

En plus de ces événements, notre équipe mondiale a soutenu diverses causes en faisant des dons à des organismes qui soutiennent la justice raciale et l'égalité, notamment 100 000 \$ à Stop AAPI Hate et à la National Coalition for Asian Pacific American Community Development.

SECOURS EN CAS DE CATASTROPHE

En 2021, la Fondation Gap a accordé près de 2 millions de dollars de subvention à des organismes à but non lucratif et à des ONG, dont 500 000 \$ pour les secours en cas de catastrophe suite aux incendies de forêt en Californie, aux tempêtes de verglas, aux pannes de courant au Texas et de l'ouragan Ida. En outre, la fondation a fait un don de 150 000 \$ pour soutenir les membres de l'équipe en Inde pendant la pandémie de COVID-19. En réponse aux dégâts et à la dévastation causés par une série de tornades dans le Midwest et le sud-est des États-Unis, en décembre 2021, la Fondation Gap a fait un don de 100 000 \$ au Center for Disaster Philanthropy. Cette somme a permis de soutenir le rétablissement physique, émotionnel et économique des personnes et des familles touchées par cette catastrophe naturelle.

15. Le Selva Fund (Fonds Selva), qui tire son nom du bord de la lisière cousue sur une étoffe tissée qui l'empêche de s'effiloche, a été créé pour aider les employé(e)s de Gap Inc. en temps de besoin. En 2021, ce fonds a accordé plus de 300 subventions, pour un total de plus de 250 000 \$, pour soutenir les employés pendant la période de la COVID-19.

A photograph of a woman in a red and blue sari sitting on a concrete ledge, offering a small glass of water to a young boy in a colorful sweater. The background is a plain, light-colored wall.

ENRICHIR LES COMMUNAUTÉS

Nous croyons qu'une planète propre et saine est un droit humain fondamental. Le changement climatique et la rareté de l'eau sont des défis mondiaux qui transcendent les limites, affectant les personnes et les communautés partout dans le monde.

Notre approche environnementale est centrée sur la résolution des problèmes liés au climat, aux déchets et à l'eau en créant des produits plus durables. Ce sont les problèmes pour lesquels nous voyons un potentiel important d'avoir un impact positif sur la vie des personnes et d'enrichir les communautés du monde entier.



Nombre de nos initiatives, en particulier dans le domaine de l'eau, ont un impact positif sur la vie des femmes en leur offrant plus de possibilités et en reconnaissant le rôle central qu'elles jouent à chaque étape de la production des vêtements que nous vendons. La protection de notre planète est fondamentale pour notre stratégie d'affaires durable et elle est au centre de l'avenir de notre entreprise.

Dans le cadre de nos efforts pour atteindre nos objectifs audacieux, nous prenons des mesures chaque jour, notamment en intégrant des pratiques plus durables dans le développement des produits et en établissant des partenariats avec des entreprises, des organismes non gouvernementaux et communautaires, afin de contribuer à la construction d'une planète en plein développement.

« Nous croyons que l'eau est un droit humain et une ressource naturelle essentielle pour notre entreprise. L'eau est utilisée pour la culture et le traitement des matières premières, comme le coton. Elle est acheminée aux usines de textile et aux blanchisseries qui fabriquent nos produits, et est utilisée par les clients pour laver leurs vêtements. L'eau est aussi vitale pour la santé et le bien-être des personnes qui fabriquent nos produits, dont la majorité sont des femmes. C'est pourquoi Gap Inc. prend des mesures pour réduire sa consommation d'eau et s'assurer que nous contribuons à un futur plus écologique. »

Mark Breitbard, président et PDG de la marque Gap



COMMENT NOUS ENRICHISSEMENT LES COMMUNAUTÉS

- > Gestion des ressources hydriques 35
- Femmes + Eau 36
- > Efficacité des ressources et production 37
- Programme de durabilité des usines 37
- Programme de qualité de l'eau 37
- Washwell™ 37
- > Gestion des produits chimiques 38
- > Gestion du climat 39
- > Matières premières et produits 42
- > Circularité et déchets 44



GESTION DES RESSOURCES HYDRIQUES

L'eau est essentielle à notre entreprise. Cependant, l'industrie du vêtement s'approvisionne souvent dans des endroits où la demande en eau est élevée et où le stress hydrique est souvent un problème majeur.

Pour cette raison, une grande partie de notre travail de gestion des ressources hydriques se concentre sur les fournisseurs à volume élevé opérant dans des zones à risque lié à l'eau, où nous pouvons collaborer pour introduire des solutions locales innovantes.

En collaborant avec nos fournisseurs, nous pouvons les aider à mettre en œuvre les programmes de l'industrie et de Gap Inc. (tels que nos programmes de durabilité des usines et de qualité de l'eau) en matière de qualité et d'efficacité de l'eau, afin qu'ils puissent atteindre nos objectifs d'économie d'eau. En tant que membre fondateur de Water Resilience Coalition, nous soutenons ses ambitieux **objectifs d'ici 2050** :

- › **Impact positif de l'eau dans les régions touchées par le stress hydrique.**
- › **Chaînes de valeur résiliente à l'eau**
- › **Leadership mondial pour relever l'ambition de résilience des ressources en eau**

Nous travaillons de manière stratégique pour utiliser l'eau plus efficacement dans nos produits, en particulier grâce à l'approvisionnement en matières premières et à la fabrication. Nous travaillons à l'élimination de la contamination de l'eau par les produits chimiques dangereux, à améliorer la prise de conscience et l'accès à l'eau et à l'hygiène (particulièrement chez les femmes) et investir dans des opportunités permettant de renforcer la résilience des ressources en

eau dans la communauté et de catalyser l'innovation en matière d'eau.

Nos programmes et nos collaborations sont créés pour relever différents défis liés à l'eau, mobiliser des actions plus étendues et faire connaître ces problèmes essentiels. Nous nous concentrons sur trois domaines interdépendants :

1. **Femmes + Eau (p. 36)**
2. **Efficacité des ressources et production (p. 37)**
3. **Matières premières et produits (p. 37)**

Progrès en 2021

En 2021, nous nous sommes lancés dans un processus d'élaboration d'une stratégie de l'eau avec des experts de la gestion des ressources hydriques à la fonderie de l'eau. Nous avons également fait appel à plus de 20 parties prenantes et experts de l'eau pour recueillir des commentaires sur notre stratégie préliminaire en matière d'eau dans les domaines des matières premières, de la fabrication et de la clientèle dans le cadre d'une table ronde animée par Ceres.

Pour guider notre stratégie future, nous collaborons avec le Fonds mondial pour la nature (WWF) afin de concentrer nos activités de gestion de l'eau dans les régions touchées par le stress hydrique le long de notre chaîne de valeur et de développer un cadre pour la résilience de l'eau des communautés. Le WWF nous aide également à évaluer nos risques



En reconnaissance de nos efforts pour gérer les risques et les opportunités liées à la sécurité de l'eau, nous avons obtenu la note A de **CDP Water** en 2021.



globaux liés à l'eau dans l'ensemble de notre chaîne logistique et définir de nouveaux objectifs contextuels en matière d'eau qui serviront de base aux objectifs scientifiques à long terme (SBT) pour l'eau.

Pour l'avenir, nous prévoyons de nous appuyer sur ces avis d'experts, sur notre solide travail communautaire en matière de résilience des ressources en eau de l'USAID Gap Inc. Women + Water Alliance, et sur nos pratiques d'économie d'eau dans le secteur de la fabrication alors que nous nous efforçons de créer une chaîne de valeur plus résiliente à l'eau.

Pour en savoir plus sur notre approche de travail avec les fournisseurs, nos partenariats avec l'industrie et les outils que nous utilisons pour améliorer l'encadrement de l'eau, consultez notre **site Web**.

PARTENARIATS POUR LA PROMOTION ET LE CHANGEMENT DANS L'INDUSTRIE

Nous collaborons à plusieurs initiatives visant à remédier à la pénurie d'eau, à améliorer l'accès à l'eau et à l'assainissement et à soutenir l'innovation en matière d'économie d'eau dans le secteur de la fabrication, comme par exemple **Water Resilience Coalition**, **WASH4Work** et **Ceres Connect the Drops**. Les points marquants de nos engagements supplémentaires comprennent :

- **Journée mondiale de l'eau** : En mars 2021, Mark Breitbard, président-directeur général de la marque Gap, s'est exprimé lors d'un événement sur le mandat de la direction de l'eau de l'UNGC visant à mettre en évidence la valeur de l'eau pour les activités commerciales.
- **Semaine mondiale de l'eau** : En août 2021, nous avons participé à sept panels de la **Semaine mondiale de l'eau du SIWI**. Parmi les sujets abordés, citons **l'analyse de rentabilité pour renforcer la résilience des communautés face à l'eau, comment la stratégie de l'eau peut générer de la valeur commerciale**, des partenariats visant à catalyser l'innovation dans l'utilisation de l'eau dans la fabrication de vêtements et la façon dont nous luttons contre les crises de l'eau et du climat grâce à un approvisionnement en coton plus durable.
- **Centre d'innovation de l'eau pour les vêtements** : En collaboration avec le fabricant mondial de textiles Arvind Limited, nous construisons un centre d'innovation de l'eau de 18 000 pieds carrés pour les vêtements en Inde. Le centre, qui ouvrira ses portes en 2022, présentera les pratiques exemplaires en matière de gestion des ressources en eau et les technologies de recyclage.

PLEINS FEUX SUR LE PROGRAMME

WOMEN + WATER



Gap Inc.

La plupart des personnes qui confectionnent nos vêtements sont des femmes, et l'accès à l'eau et l'accessibilité financière des services de l'eau, d'assainissement et d'hygiène (WASH) constituent un défi majeur pour de nombreuses femmes dans nos principaux pays d'approvisionnement. Comme les femmes de ces communautés sont en grande partie responsables des tâches domestiques, telles que la cuisine, le nettoyage et la recherche de l'eau, elles supportent une charge particulièrement disproportionnée en matière de stress hydrique.

Nous accordons une attention particulière à l'Inde, un pays important pour la culture du coton et la fabrication de textiles. Grâce à l'USAID Gap Inc. Women + Water Alliance, un partenariat public-privé, nous collaborons avec CARE, Water.org, WaterAid et l'Institute for Sustainable Communities pour améliorer l'accès aux services WASH pour les femmes vivant en contexte de stress hydrique dans les bassins des fleuves Gange, Godavari et Narmada dans le Madhya Pradesh et le Maharashtra, en Inde.



Après un arrêt de six mois en raison de la COVID-19, les partenaires de la Women + Water Alliance ont convenu de prolonger l'initiative d'une année supplémentaire, jusqu'en janvier 2023. À l'avenir, nous utiliserons les connaissances de ce programme pour élaborer la stratégie

communautaire de Gap Inc. en matière de résilience des ressources en eau, afin de soutenir nos objectifs en matière d'eau pour 2050, à savoir créer un impact positif dans les régions touchées par le stress hydrique et créer des chaînes de valeur résilientes à l'eau.

OBJECTIF D'ICI 2023

Donner à **2 millions** de personnes, dont 1 million de femmes, l'accès à l'eau potable et aux installations sanitaires améliorées.

● En bonne voie

PROGRÈS EN 2021

1,5 million de personnes ayant bénéficié d'un accès amélioré à l'eau depuis 2017, dont plus de 938 000 personnes en 2021

FAITS MARQUANTS

Plus de **47 000 femmes** dans les communautés productrices de coton ont été formées sur les pratiques WASH par le biais du programme P.A.C.E. en 2021 (plus de 162 000 depuis 2017)

Plus de **2 100 plans d'action de village** préparés pour l'accès à l'eau en Inde en collaboration avec le gouvernement national et les gouvernements locaux

6,1 millions de dollars catalysés dans le financement de WASH grâce à plus de 31 700 micro-prêts (12,7 millions de dollars en 66 100 prêts depuis 2017)

Plus de **4 100 agriculteurs** ont adopté des pratiques exemplaires en matière de gestion des ressources hydriques après une formation sur l'eau



47 000

femmes formées sur les pratiques WASH par le biais de P.A.C.E.



4 100

agriculteurs ont adopté la gestion des ressources hydriques

« **Maintenant que nous n'avons plus à marcher chaque jour pour aller chercher de l'eau, les femmes du village et moi avons plus de temps à passer avec notre famille et pour prendre soin de nous. Nous avons aussi plus de temps pour travailler dans nos fermes, ce qui nous a permis d'augmenter nos revenus.** »

Pooja Doriya, productrice de coton dans le village de Jamgod dans le Madhya Pradesh, en Inde.

EFFICACITÉ DES RESSOURCES ET PRODUCTION

Dans l'ensemble de notre production, nous visons à utiliser toutes les ressources d'une manière durable, afin de créer plus tout en utilisant moins.

Nous nous efforçons de cartographier notre chaîne logistique plus en amont afin de mieux comprendre notre impact sur l'eau au début du cycle de vie de nos produits. Cela nous permet de relier notre empreinte de fabrication aux zones géographiques où les matières premières sont cultivées.

De nombreux problèmes d'eau sont liés au contexte local et, grâce une meilleure visibilité, nous visons à améliorer la transparence, à fixer des objectifs plus ambitieux et à améliorer l'impact de l'eau sur l'ensemble de notre chaîne logistique. Nous avons dressé une carte de toutes les installations de traitement par voie humide préférées, qui représentent 100 % de notre chiffre d'affaires pour le niveau 1 et environ 65 % pour le niveau 2, par rapport à l'évaluation des risques des bassins hydrographiques du WWF afin de nous aider à établir les domaines prioritaires.

Grâce à notre **Programme de durabilité des usines**, nous mobilisons nos usines stratégiques en utilisant les initiatives et les outils clés de du secteur pour nous aider à respecter nos engagements à long terme. Toutes nos usines stratégiques doivent participer, ce qui nous permet d'ajuster notre approche aux normes de l'industrie, d'accroître la transparence et de stimuler l'innovation.

Nous collaborons également avec Apparel Impact Institute (Aii) sur des plateformes et des projets pilotes qui ont aidé les établissements à réduire leur consommation d'eau. Et grâce à notre **programme de qualité de l'eau (WQP)**, nous suivons et améliorons activement la qualité des eaux usées dans les blanchisseries de denim. Le programme a changé pour inclure la gestion des produits chimiques dangereux, une partie clé de la qualité de l'eau (voir p. 38).

PROGRÈS EN 2021

En 2021, nous avons commencé à travailler avec le WWF et nos fournisseurs de traitement par voie humide privilégiés pour fixer les objectifs contextuels en matière d'eau et développer des stratégies de réduction de consommation d'eau pour leurs unités de production.



13,8 milliards

de litres d'eau économisés depuis 2014

À la fin de 2021, 99 % de nos fournisseurs de niveau 1 et 91 % de nos fournisseurs stratégiques de niveau 2 utilisaient l'auto-évaluation du Higg Index 3.0 Facility Environmental Module de la Sustainable Apparel Coalition pour communiquer leur consommation d'eau et d'énergie à partir de 2020, ainsi que leur gestion des produits chimiques et les déchets; 64 % (463 unités de production) ont vérifié leurs réponses.

En 2021, les tests de qualité des eaux usées ont révélé que sur 53 laveries de denim prioritaires, 94 % ont atteint le niveau de base ou mieux pour tous les paramètres conventionnels et n'ont eu aucune détection de ZDHC MRSL (liste des substances de restriction de fabrication du ZDHC - zéro rejet de produits chimiques dangereux).

Au total, 89 unités de production ont participé et mené à bien nos programmes d'efficacité des ressources. Alors que la COVID-19 continuait d'affecter nos partenaires de la chaîne logistique, nous avons proposé des moyens flexibles et moins coûteux pour participer à nos programmes et de communiquer leurs résultats. Pour plus d'informations sur nos partenariats pour aider les fournisseurs à réduire les émissions, consultez notre rubrique **Émissions de niveau 3**.

En 2020, nous avons dépassé notre objectif d'économiser 10 milliards de litres d'eau par rapport aux données de référence de 2014.

Les économies totales ont atteint 13,8 milliards de litres en 2021 grâce à des partenariats continus avec des usines de tissu et des partenaires de traitement humide. Par exemple, nous avons économisé 1,7 milliard de litres d'eau depuis 2019 grâce à un partenariat avec l'usine de denim Naroda d'Arvind Limited, qui utilise les eaux usées récupérées de la ville d'Ahmedabad, en Inde.

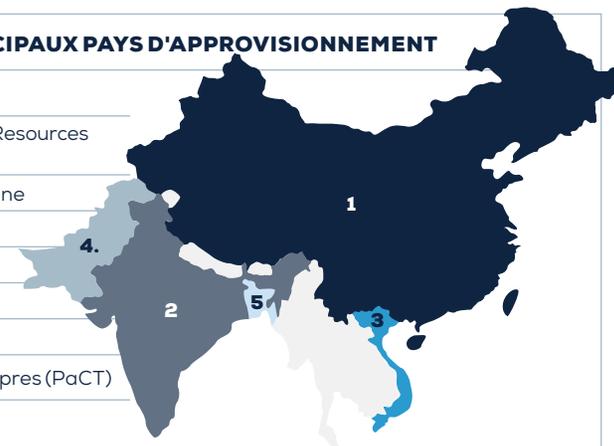
MATIÈRES PREMIÈRES ET PRODUITS

Alors que nos marques continuent de réduire leur impact individuel, elles contribuent également à la stratégie globale de l'eau de Gap Inc. et à ses objectifs commerciaux à long terme. Par exemple, elles réduisent leur impact sur l'eau grâce à l'expansion de programmes tels que Washwell™ pour le denim, qui réduit d'au moins 20 % la quantité d'eau utilisée pour la finition des vêtements par rapport aux procédés de lavage traditionnels. La marque Gap a été la pionnière de cette technologie en 2016 et tous les jeans Gap présentés dans les lignes d'automne et des Fêtes 2021 ont été fabriqués dans le cadre du programme Washwell™.

Pour plus sur notre approche en matière de sélection de matériaux économes en eau, voir p. 42.

PROGRAMMES D'ÉCONOMIE D'EAU DANS LES PRINCIPAUX PAYS D'APPROVISIONNEMENT

Pays	Programmes
1 Chine	Programme Clean by Design du Natural Resources Defence Council Programme d'efficacité des usines en Chine
2 Inde	Partenariat avec Arvind Water Partenariat pour l'eau en Inde
3 Vietnam	Vietnam Improvement Program Course vers le sommet
4 Pakistan	Partenariat IFC pour des textiles plus propres (PaCT)
5 Bangladesh	PaCT



GESTION DES PRODUITS CHIMIQUES DANGEREUX

L'industrie de la vente au détail contribue à la pollution industrielle de l'eau dans le monde. Afin de réduire l'impact environnemental et d'améliorer l'accès à une eau propre et salubre, nous visons à éliminer le rejet de produits chimiques dangereux de notre chaîne logistique. Nous reconnaissons également l'importance d'une gestion et d'une manipulation sécuritaires des produits chimiques, ainsi que de l'identification et de l'utilisation des produits chimiques intrinsèquement sûrs dans la fabrication.

Nous attendons de nos fournisseurs qu'ils se conforment aux directives de l'industrie, notamment à la liste des substances restreintes (RSL) du groupe AFIRM (Apparel and Footwear International RSL Management), à la liste des substances interdites dans la fabrication (MRSL) et aux directives sur les eaux usées du ZDHC. De plus, nous attendons des fournisseurs prioritaires¹⁶ qu'ils remplissent le module sur l'environnement des unités de production de l'indice Higg 3.0, qui, entre autres aspects de la gestion environnementale, évalue les stocks de produits chimiques, les données d'utilisation et les pratiques de gestion.

Pour plus d'informations sur notre approche de la gestion des produits chimiques, consultez notre [site Web](#).

PROGRÈS EN 2021

Chaîne d'approvisionnement

Depuis plus de 15 ans, nous exigeons de nos blanchisseries de denim de participer à notre **Programme de qualité de l'eau**, ce qui nous permet de surveiller et d'améliorer activement la qualité des eaux usées.

En plus de continuer à stimuler la mise en œuvre des directives ZDHC MRSL et ZDHC sur les eaux usées, nous avons posé les jalons pour accroître les possibilités de formation et de renforcement des capacités pour nos fournisseurs.

Produits chimiques et circularité

Pour soutenir nos efforts de circularité en 2020, nous avons participé à une étude organisée par Inter IKEA et H&M Group afin d'améliorer notre compréhension de la teneur en produits chimiques des matières textiles recyclées. Avec d'autres marques participantes, nous avons collecté des échantillons de fibres recyclées post-consommation et les avons testés pour en déterminer la teneur en produits chimiques sur la liste des substances restreintes d'AFIRM Group. Les organisateurs de cette étude ont communiqué des conclusions générales de haut niveau en octobre 2021. Des recherches et des travaux supplémentaires sont nécessaires pour comprendre le rôle des produits chimiques dans une économie circulaire, mais cette étude a montré comment la collaboration de l'industrie peut contribuer à trouver des solutions.

En savoir plus sur l'étude sur les **Marques durables**.

L'élimination des produits finis basés sur les PFC

Nous nous efforçons d'éliminer progressivement les produits chimiques particulièrement préoccupants et nous sommes en bonne voie pour éliminer de notre chaîne logistique tous les produits de finitions à base de PFC d'ici 2023. Les équipes de recherche et développement de la marque, de la qualité des produits et de gestion de l'usine ont établi une liste de base de tissus avec apprêts à base de PFC qui devaient être convertis en un apprêt sans PFC ou retirés de l'utilisation. Ces équipes ont travaillé de manière transversale pour définir les pratiques exemplaires, créer des procédures internes pour la conversion des tissus et communiquer avec les fournisseurs de produits chimiques pour obtenir un soutien technique. Nous tenons également une liste interne de finitions acceptables sans PFC que nous partageons avec nos fournisseurs.

COMMENT NOUS GÉRONS LES PRODUITS CHIMIQUES

1 GESTION DES INTRANTS

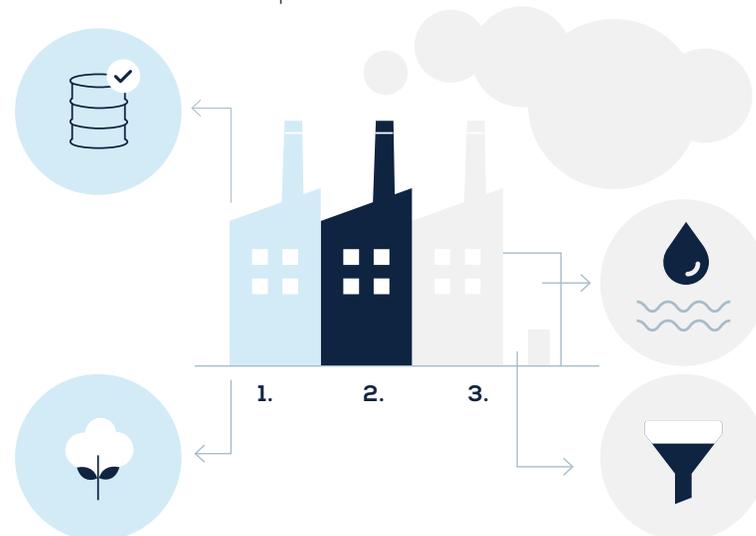
La sélection de meilleurs intrants chimiques et des matières de base est essentielle pour réduire l'utilisation et la décharge de produits chimiques dangereux.

2 GESTION DES MÉTHODES DE TRAVAIL

Il est essentiel d'adhérer aux pratiques exemplaires de gestion des produits chimiques durant la production pour réduire les risques à la fois pour l'humain et pour l'environnement.

3 GESTION DE LA PRODUCTION

La production de vêtements et de chaussures comprend des produits finis ainsi que des eaux usées.



OBJECTIF D'ICI 2023

ÉLIMINER les finitions à base de PFC de notre chaîne logistique

● En bonne voie

PROGRÈS D'ICI 2021

< 2 %

des tissus utilisés par nos marques avaient des finitions potentiellement à base de PFC.

38 %

des produits avec des finitions hydrofuges ou antitaches ont été fabriqués avec des finitions sans PFC, contre 7 % en 2020.

92 %

des tissus de Gap Inc. avec des finitions à base de PFC ont été convertis ou supprimés avec succès.

16. Les « fournisseurs prioritaires » sont tous les fournisseurs de niveau 1 ainsi que les fournisseurs de tissus représentant au moins 70 % de la production de tissus.

GESTION DU CLIMAT

Nous avons la responsabilité de lutter contre les changements climatiques en alignant nos objectifs et nos stratégies sur les pratiques scientifiques et industrielles exemplaires. Les bases de notre approche sont des objectifs qui correspondent au consensus scientifique de l'accord de Paris afin de poursuivre les efforts visant à limiter l'augmentation de la température mondiale à moins de 1,5 degré Celsius.

OBJECTIFS D'ICI 2030

Énergie **100 %** renouvelable pour nos installations exploitées par l'entreprise dans le monde entier selon les données de référence de 2017.

● En bonne voie

Réduction de **90 %** des émissions de GES de niveau 1 et 2 par rapport à un niveau de référence de 2017.

● En bonne voie

Réduction de **30 %** des émissions de GES de niveau 3 provenant de l'achat de biens et de services, par rapport à un niveau de référence de 2017.

● En bonne voie

OBJECTIF D'ICI 2050

Neutralité carbone

sur l'ensemble de notre chaîne de valeur

PROGRÈS EN 2021

17 % de l'énergie consommée en 2020 était produite à partir de sources renouvelables. Les données de 2021 seront disponibles sur notre site Web plus tard dans le courant de cette année.

Réduction de **39 %** des émissions de niveaux 1 et 2 en 2020 par rapport aux niveaux de référence de 2017. Les données des niveaux 1 et 2 de 2021 seront disponibles sur notre site Web plus tard dans le courant de cette année.

Les données de niveau 3 de 2021 seront disponibles plus tard au courant de cette année.



En reconnaissance de nos efforts pour gérer les risques et les opportunités liées aux changements climatiques, nous avons obtenu la note A de **CDP Climate** en 2021.

En tant que membre de l'initiative Science-Based Targets (SBTi), nos projets SBT complets visant à réduire les émissions de niveau 1 (émissions directes des installations de l'entreprise dues à l'utilisation de gaz naturel, de kérosène, etc.), de niveau 2 (principalement l'électricité achetée), et de niveau 3 (émissions provenant des produits de la chaîne d'approvisionnement) ont été approuvés en 2017.

Pour atteindre ces objectifs, nous avons élaboré une stratégie visant à réduire les émissions et à investir dans des projets d'énergie renouvelable afin de réduire notre empreinte de niveau 1 et 2. Pour les émissions de niveau 3, nous nous concentrons sur la collecte de données solides auprès des usines de fabrication, la modélisation de l'impact des produits et une transparence accrue pour comprendre et explorer les possibilités de réduction des émissions. Nous travaillons également en étroite collaboration avec nos fournisseurs sur des programmes visant à améliorer l'efficacité énergétique et la définition de stratégies et d'objectifs en matière de changement climatique, et nous leur fournissons une formation et des ressources qui les aident à définir leurs propres objectifs.

Pour en savoir plus sur notre approche de la gestion du climat et de l'énergie, consultez notre **site Web**.



ATHLETA : ALIMENTÉ PAR LES ÉNERGIES RENOUVELABLES

Depuis 2021, 100 % des magasins Athleta exploités par l'entreprise en Amérique du Nord sont alimentés par l'électricité renouvelable de Fern Solar, un projet solaire hors site de 7,5 mégawatts en Caroline du Nord. Ce projet a débuté en 2018 avec un accord entre Salesforce, Bloomberg, Workday et Cox Enterprises pour combiner le pouvoir d'achat et agir collectivement en tant que locataire majeur du projet d'énergie renouvelable. Ce projet innovant a remporté deux prix : le prix de l'innovation de Smart Energy Decisions et le prix du leadership en énergie verte du Center for Resource Solutions.

PROGRÈS EN 2021

Nous sommes en train d'explorer des stratégies d'adaptation au climat qui permettent de réduire les incidences financières et physiques du changement climatique, tout en tentant de renforcer la capacité d'adaptation des opérations et des communautés. Il s'agit notamment de projets d'énergie renouvelable dans notre chaîne logistique et de l'accélération de la transition vers des matières premières à empreinte carbone réduite, telles que le polyester recyclé (pour en savoir plus, voir p. 42).

Les effets continus de la COVID-19 ont ralenti les progrès de nos programmes d'efficacité énergétique de la chaîne logistique de niveau 3, car nous les avons suspendus pour réduire la charge financière de nos fournisseurs. Toutefois, nos partenariats continus nous permettent de réaliser des réductions considérables dans nos unités de production de niveau 1 et 2 basées en Asie et d'identifier les domaines d'action futurs.

Nos données sur les GES de 2021 et nos progrès par rapport à nos objectifs de 2030 seront disponibles plus tard au courant de cette année et publiés sur notre site Web ([ESG Ressources](#)).



Produire plus de

80 000

mégawattheures
d'énergie propre
en 2020.



Lutte contre les émissions : niveau 1 et 2

Les magasins de vente au détail génèrent environ 85 % des émissions de GES directes de Gap Inc. (niveaux 1 et 2) et sont la cible de notre programme d'énergie opérationnelle. Nous continuons à investir dans des programmes d'efficacité énergétique et avons évalué tous les magasins afin de donner la priorité aux projets de rénovation et aux protocoles établis pour les nouveaux bâtiments.

Nos projets d'énergie renouvelable, nos contrats d'achat d'électricité et nos installations sur site ont généré plus de 80 000 mégawattheures d'énergie propre en 2020. Ces projets font de nous un des plus importants acheteurs d'énergie propre du marché de détail aux États-Unis.

Lutte contre les émissions : niveau 3

La majorité de nos impacts sur le climat se trouvent dans les émissions de notre chaîne logistique, qui sont directement liées à notre production. Nous travaillons en étroite collaboration avec nos équipes de développement des produits et nos fournisseurs pour lutter contre les émissions des matériaux et les émissions des unités de production. En plus de mettre en œuvre des programmes d'efficacité énergétique auprès de nos fournisseurs, nous encourageons également nos fournisseurs stratégiques à s'engager dans des stratégies de réduction des émissions et à explorer les possibilités d'énergie renouvelable.

Un élément important de notre approche de réduction des émissions de niveau 3 repose sur des partenariats avec des organisations de l'industrie qui travaillent sur les marchés de nos principaux fournisseurs :

Apparel Impact Institute (Aii) : Notre partenariat avec Aii et son prédécesseur (Clean By Design) s'est traduit par une réduction des émissions de 56 368 tonnes métriques d'équivalents de dioxyde de carbone, ce qui nous a permis de soutenir nos objectifs SBT de niveau 3. En 2020, Gap Inc. a rejoint le nouveau Carbon Leadership Program d'Aii, grâce auquel cinq de nos unités de production ont mené à bien un projet pilote pour comprendre leurs objectifs et leurs plans de réduction des émissions.

Nous travaillons également avec Aii, IDH (The Sustainable Trade Initiative) et CEIA (Clean Energy Investing Accelerator), ainsi qu'avec d'autres marques, afin d'identifier les opportunités d'installations des panneaux solaires sur les toits des unités de production au Vietnam.

cKinetics : Nous avons travaillé avec cKinetics pour identifier les meilleures usines et fournisseurs afin de clarifier leurs objectifs et leurs stratégies de réduction des émissions. Nous visons à recueillir des données plus précises au niveau des unités de production afin de pouvoir créer des stratégies plus solides pour aider nos fournisseurs à établir des objectifs SBT et à soutenir nos propres objectifs.

Schneider Electric : En 2021, nous avons travaillé avec Schneider Electric pour évaluer les possibilités d'utilisation de l'énergie renouvelable dans les principaux marchés de la chaîne logistique afin d'identifier des stratégies de collaboration avec nos fournisseurs dans ces régions.

GROUPE DE TRAVAIL SUR LA PUBLICATION D'INFORMATIONS FINANCIÈRES RELATIVES AU CLIMAT (TCFD)

Le TCFD explique comment les entreprises doivent présenter les risques liés au climat et les stratégies d'atténuation.

Cette année, nous mettons notre rapport en conformité avec le TCFD et avons défini notre gouvernance, notre stratégie, notre gestion des risques, ainsi que les mesures et les cibles de Gap Inc. pour les risques liés au climat. Voir l'**Index TCFD** à la fin de ce rapport pour l'intégralité de nos divulgations; nous partageons également des informations dans notre plus récente **Réponse du CDP en matière de divulgation des changements climatiques** et la rubrique Supervision ESG de ce rapport.



NOS ENGAGEMENTS EXTERNES

Nous menons des activités de plaidoyer auprès d'organisations du secteur pour encourager les décideurs à revoir leurs ambitions à la hausse. Toutes nos actions sont motivées par des objectifs ambitieux, des engagements publics, des partenariats solides et le leadership de nos marques définies par la raison d'être.

- **Arctic Corporate Shipping Pledge** : En 2019, nous avons signé l'engagement d'Ocean Conservancy et nous nous sommes engagés à ne jamais envoyer intentionnellement de navires dans l'écosystème fragile de l'Arctique.
- **Partenaire EPA SmartWay** : En 2011, nous sommes devenus partenaire du programme SmartWay de l'EPA, qui aide les entreprises à faire progresser la durabilité de la chaîne logistique en mesurant, en comparant et en améliorant l'efficacité du transport des marchandises.
- **Fashion Pact** : Cette coalition de grandes entreprises de textiles et d'habillement a établi un agenda commun visant à atteindre 100 % d'utilisation d'énergie renouvelable, à réduire les émissions de GES, à augmenter la biodiversité et de cibler le développement durable pour l'an 2050. En outre, notre DG, Sonia Syngal, fait partie de comité de direction du Pacte de la mode pour 2021.
- **CCNUCC** : Gap Inc. s'est engagé à la neutralité carbone d'ici 2050 dans le cadre de la Convention-cadre des États-Unis sur les changements climatiques.
- **La charte de l'industrie de la mode des Nations Unies pour l'action climatique** : Nous sommes signataires de cette charte, dont la vision est d'atteindre l'objectif de zéro émission nette dans l'industrie de la mode d'ici 2050.
- **Échange de textiles** : Nous avons signé une lettre demandant aux gouvernements du monde entier d'utiliser la politique commerciale pour inciter l'industrie de la mode à utiliser davantage de matériaux respectueux de l'environnement, notamment les fibres à faible teneur en carbone. Nous étions aussi l'une des 50 organisations qui se sont engagées à soutenir la réduction des émissions grâce à l'approvisionnement en matériaux plus durables.
- **L'ambition commerciale du Pacte mondial pour la version 1,5 °C** : En 2021, nous nous sommes joints à cette campagne pour nous assurer que nos objectifs actuels et futurs sont conformes à un scénario de 1,5 °C.
- **National Oceanic and Atmospheric Administration (NOAA)** : Nous avons participé à une réunion de la NOAA en 2021 pour discuter des impacts climatiques possibles du changement climatique sur nos activités, des périodes de sécheresse touchant le coton aux effets des tempêtes de neige sur la logistique. Pour plus d'informations sur notre travail de sensibilisation, consultez notre rubrique **Politiques publiques**.
- Nous travaillons également en partenariat pour défendre des politiques climatiques dans les principaux marchés d'approvisionnement. Par exemple, avec plus de 20 autres marques, nous avons signé un appel au gouvernement du Vietnam pour simplifier et étendre l'accès à l'énergie renouvelable.

MATIÈRES PREMIÈRES ET PRODUITS

Nous nous engageons à sélectionner des fibres qui ont une empreinte carbone plus faible, qui utilisent moins d'eau, qui créent moins de déchets et qui soutiennent les efforts de protection de la biodiversité.

Nous nous concentrons sur les matériaux qui représentent la quasi-totalité (environ 97 %) de notre consommation de fibres : les fibres naturelles (coton, lin, etc.), les synthétiques (polyester, nylon, élasthanne etc.) et les cellulosiques manufacturés (la viscose, la rayonne, le modal etc.).

PROTÉGER LA BIODIVERSITÉ

Un certain nombre de nos objectifs environnementaux soutiennent notre engagement envers la biodiversité. Nous sommes également partenaires de près d'une douzaine de différentes alliances qui se sont engagées à protéger la nature, notamment le World Resources Institute, le WWF et Textile Exchange. Nous sommes déterminés à soutenir l'élaboration des objectifs fondés sur des données scientifiques sur la nature et, à l'avenir, nous prévoyons d'élaborer une stratégie de biodiversité de Gap Inc. qui nous aidera à les atteindre.



97%

de notre consommation de fibres provient de fibres naturelles, de fibres synthétiques et de dérivés cellulosiques fabriqués; c'est là que nous concentrons notre stratégie de fibres préférées.

STRATÉGIE DES FIBRES PRÉFÉRÉES

Notre stratégie sur les fibres préférées vise à mettre en place des chaînes d'approvisionnement résilientes qui ont un impact moindre sur l'environnement et qui participent au bien-être social. Nous soutenons ce travail en élaborant des mesures d'impact qui permettent à nos équipes de développement de produits de prendre de meilleures décisions, en collaborant avec nos partenaires de la chaîne logistique et en participant aux initiatives de l'industrie. Cette stratégie permet à nos marques de prendre des décisions pour s'approvisionner davantage en fibres préférées, en particulier le coton et le polyester recyclé.

Pour identifier les fibres préférées, nous utilisons des données d'analyse du cycle de vie sur des indicateurs tels que le potentiel de réchauffement planétaire, l'utilisation de l'eau et l'eutrophisation, ainsi que l'évaluation de la biodiversité, du potentiel de circularité, de la chimie, du changement d'affectation des sols et des conditions sociales au sein de la production. Pour soutenir cette démarche, nous utilisons des outils de l'industrie, tels que le Higg Materials Sustainability Index de la Sustainable Apparel Coalition (MSI) et la matrice de fibre et de matériaux préférés de Textile Exchange.

Un élément essentiel de notre travail est la collaboration avec nos fournisseurs pour développer des tissus et des processus de fabrication durables. Nous communiquons de manière transparente par le biais de l'Open

Apparel Registry sur tous les fournisseurs de niveau 1 et nous avons une visibilité de plus de 65 % sur les fournisseurs de niveau 2.

De plus, nos équipes de développement des produits dépendent des ressources qui leur permettent de prendre des décisions éclairées sur les matières premières à faible impact. Ces ressources comprennent des sessions de formation enregistrées, des rapports de consommation de fibres régulièrement mis à jour, une trousse à outils interne détaillée pour la revendication des produits et un nouveau calculateur qui permet d'estimer l'impact de la sélection de différentes fibres sur l'empreinte d'un produit.

Nos marques sont habilitées à définir leurs propres objectifs en matière de matières premières et à intégrer des solutions durables dans le développement de leurs produits, où plus de 80 % des décisions d'impact sont prises. Cela a donné lieu à de nouvelles gammes de produits 2021 avec des attributs durables des produits plus durables, notamment Gap Teen, Gap's Generation Good et la veste Yeezy Gap Round, le tissu extensible poids plume d'Athleta avec polyester recyclé, les sandales d'Old Navy en mousse EVA à base de canne à sucre et la collection de voyage en matières recyclées de Banana Republic avec Paravel.

Pour plus d'informations sur notre approche de l'approvisionnement en matériaux durables, consultez notre [site Web](#).

PROGRÈS EN 2021

Dans le but de rationaliser les approches de l'industrie et d'élargir les pratiques exemplaires en matière d'approvisionnement en matières premières, Textile Exchange a créé une version bêta de la matrice des fibres et des matériaux préférés (basée sur la trousse à outils sur les fibres préférées de Gap Inc., dont nous avons fait don à Textile Exchange en 2020).

Nous avons également mis à l'essai le module sur l'environnement des produits Higg pour comprendre l'impact de certains produits et nous avons cherché à créer des estimations fiables des impacts environnementaux lorsque cela était possible. De plus, nous avons développé un calculateur interne pour toutes nos marques, qui utilise les données MSI pour fournir une image plus globale de l'impact d'une matière première sur le climat et l'eau pour établir la base de référence et le suivi des objectifs.

Fibres naturelles

Pour atteindre nos objectifs, nous adoptons une approche de portefeuille en matière d'approvisionnement en matériaux afin d'échelonner plusieurs options et de développer la sécurité de la fibre. En outre, nous travaillons avec des partenaires de l'industrie pour améliorer la traçabilité des options de coton durable proposées à nos marques. Par exemple, le Hong Kong Research Institute of Textiles and Apparel Limited (HKRITA) étudie les conditions de culture hydroponique souhaitées pour la culture du coton à fibre extra-longue (ELS) dans un environnement urbain afin de permettre un approvisionnement constant, stable et transparent en coton dans les zones urbaines, soutenant ainsi nos objectifs en matière de sécurité et de traçabilité de la fibre. Ce projet de 2021 a remporté la médaille d'argent lors du Salon international des inventions 2022, qui récompense les inventions et la recherche dans le monde entier sous



le patronage de l'Organisation mondiale de la propriété intellectuelle (OMPI), le gouvernement suisse et la ville de Genève.

Nous avons été la première marque à adhérer au nouveau protocole USCTP (US Cotton Trust) en 2020, et nous dirigeons maintenant un projet pilote visant à déployer la plateforme de l'USCTP pour le traçage des produits avec du coton cultivé aux États-Unis tout au long de la chaîne logistique. En partenariat avec le fournisseur de technologie TextileGenesis™, nous avons réussi à retracer plus de 140 000 vêtements et nous allons élargir ce projet pilote en 2022. Nous avons également rejoint neuf autres marques sur un panel dédié à l'amélioration de la traçabilité avec Better Cotton.

Nos marques ouvrent la voie en matière de fibres naturelles. Gap s'est fixé un nouvel objectif ambitieux pour 2030 : s'approvisionner en coton 100 % régénérant, biologique, en conversion vers le biologique ou recyclé, et Banana Republic s'est associée à Arvind Limited dans le cadre d'un investissement sur plusieurs années pour soutenir une ferme en Inde en transition vers la culture de coton biologique certifié. En 2021, Banana Republic a également adhéré à la norme Good Cashmere Standard® et le Leather Working Group à s'approvisionner en matières animales responsables. De plus, Banana Republic s'associe à la norme Responsible Wool Standard, tandis qu'Athleta utilise la norme Responsible Down Standard.

Synthétiques

Toutes nos marques se sont engagées à augmenter leur approvisionnement en polyester recyclé pour atteindre au moins 45 % du polyester utilisé d'ici 2025, certaines marques, comme Old Navy, se fixant

un objectif encore plus élevé. Nous sommes également membre actif de la table ronde rPET et du groupe de travail sur les biosynthétiques de Textile Exchange, qui contribue à stimuler l'innovation de l'industrie dans des fibres plus durables. Nous sommes particulièrement intéressés par les perspectives offertes par le nylon et l'élasthanne à faible impact, deux fibres de performance essentielles pour lesquelles il existe peu d'options alternatives. Au fur et à mesure de l'évolution de la recherche et du développement sur la perte des microfibres et des microplastiques dans les vêtements, nous intégrerons les connaissances les plus récentes dans nos stratégies de fibres préférées.

Cellulosiques fabriquées

Nous avons travaillé en étroite collaboration avec nos fournisseurs de fibres pour éliminer la production qui utilise des fibres dérivées du bois provenant de forêts anciennes, en voie de disparition, à haute valeur de conservation et à haut stock de carbone. Nous continuons à travailler avec l'initiative CanopyStyle pour encourager les fournisseurs du monde entier à mettre en place des politiques et à effectuer des vérifications pour garantir qu'ils ne s'approvisionnent pas dans des forêts anciennes et en voie de disparition dans leur production. Nous travaillons également en partenariat avec Canopy sur l'approvisionnement en fibres de nouvelle génération, qui donnent la priorité aux matières premières alternatives telles que les textiles recyclés et les déchets. Notre objectif est de regrouper nos activités afin de ne travailler qu'avec les fournisseurs qui obtiennent la meilleure note de « chemise verte » de Canopy, ce qui indique qu'ils répondent aux critères des pratiques exemplaires en matière de protection des forêts.

Nous continuerons d'explorer des façons de développer des définitions et une approche validée pour adopter l'agriculture régénérative et les alternatives à l'agriculture traditionnelle matières premières dérivées des combustibles fossiles. Pour en savoir plus, consultez notre **index SASB 2021**.

OBJECTIFS D'ICI 2025

100 % du coton¹⁷ provient de sources plus durables.

● En bonne voie

Au moins **45 %** de polyester provient de sources recyclées (rPET).

Certaines marques de Gap Inc. ont des objectifs plus élevés.

● En bonne voie

PROGRÈS EN 2021

79 %

du coton provient de sources plus durables.

10 %

du polyester provenait de sources recyclées.

17. Défini comme : Better Cotton (anciennement BCI), coton de culture américaine vérifié (USCTP), biologique, en conversion (vers le biologique vérifié), recyclé et régénérant.

CIRCULARITÉ ET DÉCHETS

Nous reconnaissons que nous devons nous pencher sur le cycle de vie complet de nos vêtements, des matières premières à leur fin de vie, et vice-versa.

Depuis que nous avons défini notre stratégie en 2020, nous avons travaillé avec nos partenaires et les équipes de nos marques sur des initiatives et des objectifs de circularité, et toutes nos marques ont adopté un travail conforme à au moins un pilier de la stratégie.

Dans le cadre de nos efforts de circulaire, nous nous attaquons également à différents flux de déchets. Nous continuons de réduire, d'éliminer et de recycler les déchets d'emballages et nous avons signé l'engagement du Fashion Pact sur les plastiques à usage unique.

Pour en savoir plus sur nos efforts en matière de circularité et de déchets, rendez-vous sur notre [site Web](#).



Quatre piliers forment la base de notre travail sur la circularité :

- 1. Conception de la circularité :**
Donner à nos équipes de conception les outils nécessaires pour faire des choix qui peuvent avoir un impact positif sur la durée de vie, la réutilisation et la recyclabilité des produits (lire notre approche d'approvisionnement à la p. 42).
- 2. Matériaux et fabrication :**
Augmenter l'utilisation de matériaux sûrs, renouvelables et recyclés, et soutenir l'innovation dans la production circulaire.
- 3. Récupération avancée des ressources :** Soutenir les systèmes de récolte, de tri et de recyclage, les textiles usagés dans de nouveaux matériaux pour l'industrie de la mode.
- 4. Modèles d'entreprise circulaire :**
Dissocier les bénéfices de l'utilisation des ressources naturelles, ce qui engendre de nouvelles demandes de valeur pour la clientèle.

1. Conçu pour la circularité

Nos marques montrent l'exemple en matière de circularité. En 2021, Gap et Banana Republic a lancé des lignes de denim créées pour le projet **Jeans Redesign** de la Fondation Ellen MacArthur (EMF). Le denim a été produit selon les trois principes de circularité d'EMF, qui stipulent que les jeans doivent être utilisés davantage, fabriqués pour être refaits et fabriqués à partir de matières sûres et recyclées ou renouvelables. Les enseignements tirés de notre expérience de conception pour la durabilité, la recyclabilité et les matériaux circulaires ont été inclus dans le livre **Circular Design For Fashion** d'EMF, publié en décembre 2021.

2. Matériaux et production

En collaboration avec le HKRITA, nous développons des processus de production et des solutions technologiques plus durables qui permettent à l'industrie de faire progresser les modèles circulaires tout au long du cycle de vie des textiles. Tout d'abord, HKRITA travaille en partenariat avec Artistic Milliners, l'un de nos principaux fournisseurs, pour développer un procédé de dissolution sans danger pour l'environnement afin d'éliminer l'élasthanne des vêtements usagés. Deuxièmement, HKRITA travaille avec Arvind Limited, un autre fournisseur clé, pour créer un nouveau procédé d'élimination de la teinture indigo du coton afin que les déchets de denim puissent être plus facilement réutilisés ou teints de nouveau.

En 2021, nous avons adhéré à la feuille de route de la microfibre dans le cadre de notre engagement envers The Microfibre Consortium (TMC). Nous fournissons également des échantillons de fibres pour une collaboration de recherche entre TMC et l'Université de Leeds (Royaume-Uni) afin d'améliorer la compréhension des techniques qui réduisent la perte de microplastiques et de microfibrilles dans la production de vêtements.

3. Récupération avancée des ressources

Nous siégeons au comité directeur d'Accelerating Circularity, un projet mené en collaboration par l'industrie. Le groupe utilise la recherche, la cartographie, la modélisation de la chaîne logistique, des projets pilotes et plus encore pour lancer des solutions circulaires pour les vêtements. En 2021, Banana Republic et Old Navy ont commencé à tester des façons de recycler les fibres du flux de déchets textiles dans de nouveaux produits. Nous collaborons également avec Accelerating Circularity pour développer des connaissances sur le recyclage de textile à textile, en anticipant la transition vers des techniques avancées de recyclage des produits chimiques.

Nous sommes cofondateurs d'une initiative de collaboration axée sur la création d'une économie circulaire pour la mode en Californie, dont le lancement est prévu en 2022.

4. Modèles commerciaux circulaires

Grâce à nos partenariats avec thredUP®, Give Back Box et How2Recycle, nous encourageons les clients à revendre de vieux vêtements et à faire don de vêtements à des personnes dans le besoin. Les clients de la marque Gap ont fait don de 2 616 livres par le biais du programme Give Back Box depuis mars 2021. En collaboration avec thredUP®, qui donne une seconde vie aux vêtements usagés, nos clients Gap, Athleta et Banana Republic ont envoyé plus de 80 000 trousseaux de nettoyage, ce qui a permis de mettre en vente 1,25 million d'articles destinés à la revente en 2021.

Toujours en 2021, Athleta a organisé deux ventes d'échantillons pour réduire les déchets et a recueilli plus de 157 000 \$ pour le fonds Selvage Fund de Gap Inc. (pour en savoir plus, voir p. 9). Banana Republic Vintage a été lancé en juin 2021 en tant que plateforme destinée à la revente de plus de 200 articles patrimoniaux provenant d'anciennes collections.

DÉCHETS D'EMBALLAGES ET MATIÈRES PLASTIQUES À USAGE UNIQUE

Nous donnons la priorité à la lutte contre les déchets plastiques dans les zones critiques qui représentent 70 % de notre plastique à usage unique : cintres, sacs en polyéthylène, sacs de magasinage et boîte d'envoi pour commerce électronique.

Notre groupe de travail interfonctionnel s'efforce de trouver des solutions pour ces catégories à fort impact, et nous investissons également dans la conception d'emballages innovants, l'étiquetage des produits et les systèmes de recyclage.

Nous continuons de mettre à l'essai des solutions qui prennent en compte le fait que seule une poignée de municipalités aux États-Unis sont en mesure de recycler les matières plastiques. Cela comprend une meilleure communication avec les employés des magasins sur les possibilités de recyclage existantes dans leur établissement, de la création de matériel de marketing en magasin axé sur la recyclabilité, et de la collaboration avec nos fournisseurs pour réduire la taille des sacs en polyéthylène expédiés aux magasins.

OBJECTIFS D'ICI 2030

Éliminer les plastiques non essentiels et qui posent problème d'ici 2030.

● A besoin d'attention

Engagements du Fashion Pact :

Élimination des plastiques inutiles ou problématiques dans les emballages destinés aux consommateurs d'ici 2025, et dans les emballages destinés aux entreprises d'ici 2030.

Veiller à ce qu'au moins la moitié de tous les emballages en plastique seront des emballages 100 % recyclés, destinés aux consommateurs d'ici 2025 et aux emballages destinés aux entreprises d'ici 2030.



Après le lancement de nouvelles enveloppes en polymère qui contiennent 50 % de matières recyclées (contre à 35 % en 2020), l'équipe a décidé de commander une évaluation du cycle de vie afin de comparer l'impact et la performance de trois solutions de recharge à notre enveloppe actuelle : le papier, le biosourcé et le réutilisable. Cela garantira une stratégie basée sur les données à l'avenir.

En 2021, nous avons rejoint le groupe de travail inter-marques du Fashion Pact pour aider à financer la recherche et le développement d'alternatives aux sacs en polyéthylène et à base de papier.

L'une de nos plus importantes initiatives de réduction du plastique a été pilotée par Old Navy, qui a étendu son programme de recyclage des cintres à 789 magasins, soit environ 65 % des magasins, ce qui a permis à la marque de se réorienter 2,5 millions de livres de plastique provenant des décharges entre juin 2019 et novembre 2021. Old Navy a également retiré toutes les étiquettes volantes des vêtements, ce qui a permis d'économiser environ 190 tonnes de papier, et la marque a économisé 105 tonnes de papier de plastique en utilisant des fils recyclés et du ruban à étiquettes au lieu du plastique vierge. En outre, la marque a publié un objectif visant à éliminer les sacs à provisions en plastique dans les magasins aux États-Unis et au Canada d'ici 2023.



GOUVERNANCE

Être une entreprise durable aujourd'hui signifie créer une résilience pour demain et ce, pour Gap Inc. ainsi que pour notre planète et nos communautés. La bonne gouvernance est au cœur de notre façon d'évoluer, de suivre le rythme et de nous pousser au changement tout en agissant toujours avec les plus hautes valeurs éthiques.

En veillant à ce que notre entreprise fonctionne de manière aussi éthique et transparente que possible, nous pouvons à notre tour enrichir les communautés et permettre l'autonomisation des femmes et créer des opportunités dans le monde qui nous entoure.

DANS CETTE RUBRIQUE

Supervision ESG	47
Pratiques commerciales responsables	49
Engagement des parties prenantes	50
Cycle de vie du produit	51
Annexe ESG et déclarations prospectives	52

SUPERVISION ESG

Alors que nous intégrons le développement durable dans toutes nos activités, nous nous tenons responsables de notre solide structure de gouvernance et de notre approche de supervision gestion.

INTÉGRER LES FACTEURS ESG À NOTRE STRATÉGIE D'ENTREPRISE

Nos politiques et nos cadres de durabilité nous guident dans nos efforts visant à atteindre les objectifs sociaux et environnementaux de l'entreprise. Nous adoptons une approche prospective en matière de gouvernance, en donnant la priorité à une structure qui inclut la supervision du conseil d'administration facilitée par le Bureau de la croissance stratégique (SGO). Nos processus et politiques de gestion rigoureux sont la base d'une entreprise responsable et tournée vers l'avenir.

En 2021, Gap Inc. a transformé sa structure organisationnelle pour placer l'équipe ESG au sein du groupe SGO de Gap Inc., une unité de l'entreprise chargée de penser au-delà de son activité principale pour répondre aux demandes futures des consommateurs et de l'industrie. Le programme SGO regroupe les fonctions Stratégie, Environnement, Social et gouvernance, Affaires gouvernementales, Développement de l'entreprise et Nouvelles activités de Gap Inc. pour stimuler une croissance durable conforme à la mission et aux valeurs de l'entreprise. Nous avons établi un comité directeur ESG composé de responsables exerçant des fonctions

essentielles au sein de l'entreprise. L'intégration de l'ESG dans le SGO a été conçue pour maximiser la collaboration entre départements, un élément crucial du travail de notre équipe ESG. L'équipe ESG mobilise un large éventail d'équipes de Gap Inc., notamment les équipes des produits et du marketing de nos marques, l'équipe égalité et appartenance, les ressources humaines, la stratégie de la chaîne logistique, les affaires gouvernementales, le service juridique et les équipes de la Fondation Gap.

NOTRE STRUCTURE DE SUPERVISION

Chez Gap Inc., la bonne gouvernance commence par un conseil d'administration solide¹⁸ qui a délégué la supervision de notre programme de durabilité à son comité de gouvernance et de durabilité, composé d'administrateurs indépendants. Le comité de gouvernance et de durabilité fournit un point de vue indépendant sur notre programme de durabilité en accord avec notre objectif stratégique global et supervise la gestion du programme par notre équipe ESG interne.

Plus d'informations sur notre [site Web](#).



COMITÉ DE GOUVERNANCE ET DE DURABILITÉ DU CONSEIL D'ADMINISTRATION DE GAP INC.

▼
Conseil d'administration

Supervision du programme ESG de Gap Inc. est supervisé par le comité de gouvernance et de durabilité du conseil d'administration, qui fournit des mises à jour régulières au conseil d'administration concernant les programmes de durabilité de Gap Inc. Pour l'aider dans ses responsabilités de supervision, le comité de gouvernance et de durabilité reçoit des mises à jour de notre responsable de la transformation et de la croissance.

▼
Sally Gilligan, responsable en chef de croissance et de transformation

Elle rencontre avec les responsables de l'entreprise chargés de l'approvisionnement, de la production, de la marque et des opérations, ainsi que l'équipe ESG.

18. À la date du présent rapport, le conseil d'administration de Gap Inc. est composé de 12 membres dont 10 sont indépendants selon les règles de la NYSE. Cinq sont des femmes et trois sont des personnes de couleur.

APPROCHE DE GESTION

Pour créer de la valeur à long terme pour toutes nos parties prenantes et permettre à notre entreprise et à la société de prospérer pour les générations à venir, nous appliquons l'approche suivante à toutes nos actions environnementales et sociales :

L'intégrer à notre entreprise

Pour veiller à ce que la durabilité soit un impératif commercial chez Gap Inc., nous l'avons intégrée à notre stratégie commerciale. Notre équipe ESG travaille dans l'ensemble de nos marques et de nos activités.

Fixer des objectifs ambitieux

Nous avons défini les indicateurs clés de performance annuels et des objectifs à long terme pour l'entreprise afin de faire avancer notre travail, de mesurer nos progrès et d'assurer la responsabilisation.

Mesurer les progrès réalisés vis-à-vis de nos engagements

Nous nous efforçons de toujours d'aller de l'avant en créant des progrès durables à long terme et en offrant de réels avantages aux personnes et aux communautés dont dépendent nos activités, ce qui contribue également à la réussite de notre entreprise. Notre approche des données et des mesures nous permet de saisir ces progrès et d'être en mesure de rendre compte à nos parties prenantes en toute transparence, conformément aux cadres de présentation des rapports tels que le GRI et SASB.

Établir des partenariats avec la société civile, les gouvernements et d'autres secteurs pour accroître l'impact collectif

En nous associant à des organisations du niveau local au niveau mondial, nous favorisons des solutions durables, créons une plus grande égalité et étendons l'impact dans l'ensemble de notre entreprise, dans notre secteur et au-delà.

Gestion des risques

Chaque année, la direction et l'audit interne travaillent ensemble pour identifier et évaluer les risques existants et émergents les plus importants qui pourraient avoir une incidence sur les activités de l'entreprise ou sur sa capacité à atteindre ses objectifs.

Le comité des risques, composé de responsables représentant l'équipe de direction, supervise le processus annuel d'évaluation des risques de l'entreprise :

- Les cadres supérieurs et les vice-présidents donnent leur avis sur les risques et les mesures d'atténuation par le biais d'un questionnaire en ligne ou d'une entrevue.
- Le comité des risques passe en revue les résultats, identifie les autres risques clés et les classe par ordre de priorité dans les domaines appropriés en fonction de l'exposition au risque et de la maturité de l'atténuation.
- La PDG, le conseil d'administration et l'équipe de direction utilisent l'évaluation des risques de l'entreprise (ERA) pour surveiller et atténuer les risques, ainsi que pour mettre à jour les politiques et les inclure dans la planification de la continuité des activités, le cas échéant.

Nous élaborons également des stratégies propres à chaque pays qui tiennent compte du contexte local, et nous mettons en place un nouveau bureau de renseignements sur les risques pour nous concentrer sur les risques liés à la chaîne logistique.

Plus d'informations sur notre [site Web](#).

PROCESSUS DE GESTION DES RISQUES DE L'ENTREPRISE

L'équipe d'audit interne effectue le ERA



Le comité des risques analyse le ERA



La PDG, le conseil d'administration et l'équipe de direction passent en revue les résultats pour surveiller et atténuer les risques



Le ERA guide le plan d'audit interne annuel et la Supervision permanente du conseil d'administration



PRATIQUES COMMERCIALES RESPONSABLES

Chez Gap Inc., l'intégrité est inhérente à tous les aspects de notre entreprise. Nous nous efforçons de respecter les normes les plus élevées en matière d'éthique, de transparence et de conformité grâce à un ensemble de politiques fermes.

CODE DE CONDUITE PROFESSIONNELLE (COBC)

Nous créons une culture d'intégrité et de confiance en faisant ce qu'il faut : faire des affaires de manière responsable, éthique et honnête. Notre **code de conduite professionnel** global, publié en 10 langues, définit les politiques, les valeurs et les principes que tous les employés de Gap Inc. doivent respecter. L'équipe Global Integrity supervise notre programme de code de conduite professionnelle (COBC).

FORMATION DES EMPLOYÉS

Nous donnons à tous les nouveaux employés un accès au code de conduite professionnelle à leur arrivée et exigeons qu'ils suivent un module de formation en ligne sur ce code dans les 30 jours suivant leur embauche. Une formation supplémentaire est requise en fonction du lieu, du niveau et du rôle. Il porte sur les questions spécifiques telles que le harcèlement sexuel, la non-discrimination et le harcèlement, la conformité des salaires et des heures de travail, les aménagements sur le lieu de travail, la lutte contre la corruption, ainsi que la confidentialité et la sécurité des données. Notre équipe d'intégrité globale organise également des séances de formation périodiques tout au long de l'année.

PERMETTRE AUX EMPLOYÉS DE S'EXPRIMER

Nous encourageons nos employés à signaler tout abus présumé par le biais de notre processus de porte ouverte. Les employés peuvent faire part de leurs préoccupations à leur cadre, à leur supérieur hiérarchique, aux ressources humaines locales, à notre équipe d'intégrité globale ou à notre ligne d'assistance confidentielle du code de conduite professionnelle. Le numéro d'urgence est un système de signalement par téléphone et en ligne disponible 24 heures sur 24, 7 jours sur 7 pour les employés et toute



personne qui fait des affaires avec Gap Inc. ou qui est affectée par nos activités.

Nous avons des équipes d'enquête qui enregistrent, examinent et traitent les plaintes reçues, les équipes d'intégrité globale et d'audit interne mènent des enquêtes approfondies si nécessaire.

LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET LES POTS-DE-VIN

Nous nous engageons à maintenir un programme de conformité qui traite avec diligence les risques de corruption tout au long de l'année dans toutes nos activités dans le monde.

Notre système à l'échelle de l'entreprise surveille et s'attaque aux risques de corruption et applique nos politiques internes de lutte contre la corruption et les pots-de-vin. Nous offrons une formation sur la lutte contre la corruption (accessible à tous les employés) à des niveaux spécifiques et sur des marchés à haut risque afin d'aider les employés à reconnaître et à éviter les pratiques de corruption. Notre équipe juridique effectue un exercice d'évaluation des risques dont la corruption est un élément essentiel.

Pour en savoir plus sur nos politiques, consultez notre **site Web**.

CODE DE CONDUITE DES FOURNISSEURS (COVC)

Pour nous assurer que nos partenaires agissent conformément à nos normes, nous exigeons que toutes les unités de production produisant des biens pour Gap Inc. respectent nos exigences en matière du **Code de conduite des fournisseurs** et de **Politique des droits de la personne**, qui définit notre approche et nos mesures de protection contre les violations des droits de la personne.

Nous soutenons et fondons nos politiques sur les principes énoncés dans la DUDH, le PMNU et les directives de l'OCDE à l'intention des entreprises multinationales et les conventions fondamentales de l'OIT.

Le code de conduite des fournisseurs définit également nos attentes de base en matière de normes environnementales pour tous les fournisseurs de niveau 1 et avec lesquels Gap Inc. fait des affaires. Nous attendons de toutes les unités de production qu'elles se conforment aux lois et réglementations environnementales pertinentes, qu'elles gèrent leur consommation d'énergie et leur impact sur l'eau et qu'elles remplissent chaque année le Higg Index Facility Environmental Module.

CONFIDENTIALITÉ DES DONNÉES PERSONNELLES

En tant que marque mondiale basée sur la confiance des clients, nous respectons le droit à la vie privée de nos clients. Nous suivons sept principes dans notre approche de l'utilisation des données, des nouvelles technologies et des services : consentement, contrôle, équité, minimisation, confidentialité, accès et responsabilité.

Notre politique sur la vie privée se conforme aux lois de tous les juridictions où nous menons nos activités. Bien que ces droits puissent varier, nous faisons des efforts raisonnables pour répondre aux demandes, même si un pays ou une compétence ne nous y oblige pas. Nos politiques de confidentialité ont été saluées pour leur clarté et leur simplicité.

Nous savons également que la sécurité est au centre d'un bon programme de protection de la vie privée. Nous utilisons des normes et des pratiques de sécurité largement acceptées pour guider nos décisions en matière de protection des renseignements personnels.

Pour en savoir plus sur notre politique de protection des renseignements personnels, consultez notre **site Web**.

ENGAGEMENT DES PARTIES PRENANTES

Le dialogue avec les parties prenantes et l'établissement des partenariats avec des organisations spécialisées à l'échelle mondiale et locale sont essentiels à notre stratégie ESG, tout comme la maximisation de notre impact positif par le biais de nos programmes.

Nous collaborons régulièrement avec un large éventail de parties prenantes afin de mieux comprendre les problèmes complexes qui les affectent, affectent notre industrie et la société. Ce dialogue nous aide à améliorer nos stratégies, à fixer des objectifs, à concentrer nos actions et à intensifier les solutions à l'échelle de l'industrie.

Pour en savoir plus sur nos initiatives et nos organisations partenaires, consultez notre [site Web](#).

Pour recueillir les commentaires, réagir en conséquence et apporter les améliorations dans l'ensemble de notre entreprise, nous utilisons plusieurs méthodes d'engagement des parties prenantes, notamment :

1. Réunir les partenaires de l'industrie et les parties sur les problèmes systémiques qui nécessitent une collaboration.
2. Organiser des consultations formelles et informelles avec des organisations expertes sur des questions importantes.
3. Faire entendre notre voix sur les questions de politique ESG par le biais de l'engagement du gouvernement.

Pour en savoir plus sur notre approche sur l'engagement des parties prenantes, consultez notre [site Web](#).



ENGAGEMENT EN MATIÈRE DE DROITS DE LA PERSONNE DANS NOTRE CHAÎNE LOGISTIQUE

Nos équipes chargées de la durabilité des fournisseurs et des droits de la personne et du travail sont responsables de la gestion et de la mise en œuvre de notre stratégie d'engagement des parties prenantes en matière des droits de la personne et du travail.

Relations avec les fournisseurs

Nous collaborons régulièrement avec nos fournisseurs pour défendre les droits de la personne et promouvoir de pratiques exemplaires. Pour permettre une compréhension claire de notre politique, de nos pratiques et de nos voies de recours en matière de droits de la personne, nous fournissons tous les renseignements pertinents dans les langues locales par le biais d'une plateforme en ligne et nous proposons une assistance en présentiel et virtuelle là où c'est nécessaire.

COMMUNICATION AVEC LES EMPLOYÉS

Nous collaborons régulièrement avec les travailleurs de notre chaîne logistique de niveau 1 par le biais de nos évaluations, notamment des entrevues formelles, et par le biais des relations informelles que nos équipes ont créées avec les représentants des travailleurs. Nous encourageons également les personnes qui travaillent dans notre chaîne logistique à partager leurs réflexions et leurs expériences, et nous utilisons la technologie numérique pour rendre la rétroaction aussi facile que possible. Ces vérifications régulières nous permettent de nous renseigner sur des problèmes spécifiques de droits de la personne ou d'atténuer les risques de manière proactive.

Par ailleurs, nous interrogeons les employé(e)s à mesure que nous élaborons et améliorons nos programmes axés sur les droits des travailleurs et l'autonomisation des femmes.

EN SAVOIR PLUS

- › Droits de la personne
- › Empower@Work

PARTICIPATION AUX POLITIQUES PUBLIQUES

Nous croyons qu'il est important de participer aux processus politiques et réglementaires sur les questions qui affectent les intérêts de notre entreprise et de la communauté. Nous travaillons de manière proactive pour mettre en œuvre les stratégies de Gap Inc. par le biais des politiques publiques et de plaidoyers auprès des gouvernements.

Nous participons également à des activités politiques et défendons la législation lorsqu'il y a un lien avec notre entreprise et notre capacité à développer l'entreprise d'une manière conforme à nos valeurs, à nos obligations légales et à notre code de conduite professionnelle et notre code de conduite des fournisseurs. Par exemple, le PDG de Gap Inc., Mark Breitbard, a rencontré la vice-présidente Kamala Harris à la Maison Blanche en 2021 pour discuter des politiques visant à stimuler l'économie des soins de santé et de son impact sur les travailleurs dans l'environnement post-pandémie.

En outre, par le passé, nous avons participé activement à des discussions politiques et avons fait du lobbying sur des questions liées au commerce, à la politique fiscale, aux ports/infrastructures et aux questions environnementales. Gap Inc. ne prend position que sur les mesures, initiatives ou propositions de loi qui ont un impact direct sur nos activités.

LIRE LA SUITE

- › Travail de plaidoyer sur le climat en partenariat avec la NOAA
- › Divulgarion des contributions politiques de Gap Inc. dans notre annexe
- › Politique d'engagement public

1 CONCEPTION ET DÉVELOPPEMENT

Nos équipes de développement des produits sont formées pour concevoir et fabriquer des produits plus durables et ont une influence considérable sur la confection de nos vêtements. Cela nous permet de réduire notre empreinte écologique plus large et d'améliorer les conditions de travail dans nos unités de production. Pour en savoir plus sur nos pratiques en matière d'évaluation, d'eau, de gestion des produits chimiques, de matériaux, et de circularité, consultez nos rubriques **Enrichir les communautés** et **Autonomisation des femmes et droits de la personne**.

2 MATIÈRES PREMIÈRES ET TRAITEMENT (FOURNISSEURS DE NIVEAU 3)

Pour minimiser l'impact des fibres que nous utilisons dans nos produits, nous accordons une attention particulière au coton et nous prenons également des mesures pour nous approvisionner en fibres synthétiques et en fibres cellulosiques fabriquées plus durables. Pour en savoir plus sur nos pratiques relatives à l'eau et au climat, consultez notre rubrique **Enrichir les communautés**.

3 PRODUCTION DE TEXTILE (FOURNISSEURS DE NIVEAU 2)

Les usines de tissus utilisent de grandes quantités d'énergie et d'eau, ainsi que les produits chimiques qui peuvent avoir un impact sur les bassins hydrographiques locaux s'ils ne sont pas traités correctement. Dans le cadre de notre programme de durabilité des usines, nous intégrons des normes environnementales claires dans nos décisions d'approvisionnement. Pour en savoir plus sur nos pratiques en matière d'évaluation, P.A.C.E., d'eau, de produits chimiques et de climat, consultez nos rubriques **Enrichir les communautés** et **Autonomisation des femmes et droits de la personne**.

4 PRODUITS ET FINITION (FOURNISSEURS DE NIVEAU 1)

Notre approche globale pour améliorer les conditions de travail dans notre chaîne logistique combine des programmes de surveillance des unités de production et les programmes de renforcement des capacités qui engagent nos fournisseurs à mesurer et à gérer leurs impacts environnementaux et sociaux. Pour en savoir plus sur nos pratiques en matière d'évaluation, renforcement des capacités, P.A.C.E., d'eau, de produits chimiques et de climat, consultez nos rubriques **Enrichir les communautés** et **Autonomisation des femmes et droits de la personne**.

**7 UTILISATION PAR LES CONSOMMATEURS ET CIRCULARITÉ**

Nous utilisons les étiquetages des produits, les catalogues, les médias sociaux et les billets de blogue pour informer nos clients sur la façon de les porter, d'entretenir leurs vêtements et les jeter afin de réduire l'empreinte écologique totale de nos produits. Nous travaillons également pour des solutions à l'échelle du secteur afin de réduire l'incidence sur la fin de vie. Pour en savoir plus sur notre circulaire, consultez notre rubrique **Enrichir les communautés**.

6 MAGASINS DE DÉTAIL

Nous nous efforçons de réduire notre impact environnemental dans nos magasins exploités par l'entreprise. Nous gérons également This Way ONward dans nos magasins Old Navy, ce qui aide les jeunes gens aux prises avec les barrières du marché de l'embauche à obtenir leur premier emploi. Pour en savoir plus sur Égalité et appartenance, This Way ONward, le climat, la circularité et les matériaux, consultez nos rubriques **Enrichir les communautés** et **Créer les opportunités**.

5 LOGISTIQUE ET DISTRIBUTION

Nous utilisons une combinaison optimale de méthodes de transport par voie maritime, aérienne, routière et ferroviaire pour acheminer les produits des fournisseurs à nos centres de distribution, puis aux magasins et aux clients. Nous travaillons pour économiser l'énergie et réduire les déchets dans nos centres de distribution, les plus grandes usines que nous possédons et exploitons. Pour en savoir plus sur nos pratiques relatives à la circularité et au climat, consultez notre rubrique **Enrichir les communautés**.

APPENDICES ESG ET DÉCLARATIONS PROSPECTIVES

MATÉRIALITÉ

Dans un monde qui évolue rapidement, nous souhaitons répondre aux problèmes là où Gap Inc. aura le plus d'impact et d'influence.

Nous accordons la priorité aux questions de durabilité qui comptent le plus pour nos parties prenantes et notre entreprise. Il s'agit de nos questions substantielles qui guident la stratégie et les programmes de notre équipe ESG.

Nous avons effectué notre dernière analyse de matérialité en 2021 avec un cabinet d'experts tiers.

Pour plus de clarté, l'identification de nos enjeux importants qui guident notre stratégie et nos programmes de durabilité ne doit pas être considérée comme une analyse de l'incidence financière ou importante de ces problèmes ou de l'information connexe destinée aux investisseurs de Gap Inc.. Pour une discussion sur les risques importants pour les investisseurs de Gap Inc., veuillez consulter notre rapport annuel sur le formulaire 10-K pour l'année écoulée le 29 janvier 2022, et consulter nos rapports trimestriels suivants sur le formulaire 10-Q et nos rapports actuels sur le formulaire 8-K.

EN SAVOIR PLUS

- › **Matrice de matérialité 2021**
- › **Dossiers SEC**

CADRES ESG

Initiative des rapports mondiaux (GRI)

Nous avons préparé ce rapport conformément aux normes GRI.

EN SAVOIR PLUS

- › **Index GRI**

Conseil des normes comptables de durabilité (SASB)

Notre index SASB fait référence à la norme pour l'industrie du vêtement, des accessoires et des chaussures telle que définie par le système de classification des industries durables du SASB – commerce électronique, détaillants et distributeurs multilignes et spécialisés, et vêtements, accessoires et chaussures, avec l'emplacement de cette information dans le rapport ESG de Gap Inc. et sur notre [site Web](#).

EN SAVOIR PLUS

- › **Index SASB**

Groupe de travail sur la publication d'informations financières relatives au climat (TCFD), entendu « groupe de travail sur la publication d'informations financières relatives au climat »

Le TCFD est un cadre de recommandations destiné aux entreprises afin de rendre plus efficaces les informations sur les changements climatiques, ce qui pourrait favoriser des décisions plus éclairées en matière d'investissement, de crédit et de souscription d'assurance. Nous présentons le rapport au TCFD pour la première fois cette année, et notre index TCFD, détaillant nos informations sur les risques liés au climat, se trouve à la page 72.

EN SAVOIR PLUS

- › **Index TCFD**

REMARQUE D'AVERTISSEMENT POUR LES DÉCLARATIONS PROSPECTIVES

Le présent rapport et les commentaires connexes de la direction peuvent contenir des « déclarations prévisionnelles » au sens des lois fédérales sur les valeurs mobilières des États-Unis. Les déclarations prospectives sont des énoncés autres que des énoncés de faits historiques. Les déclarations prospectives correspondent à notre jugement actuel au sujet d'événements futurs possibles et sont souvent décrites par des mots tels que « prévoir », « apparaît », « a peu près », « croyez », « continuer », « pourrait », « conçu », « effet », « évaluer », « s'attendre à », « prévoir », « objectif », « objectif » « a l'intention », « peut », « objectif », « perspective », « plan », « plan », « priorités », « projet », « poursuivre », « rechercher », « cibler », « cibler », « quand », « sera » ou le négatif de l'un de ces mots ou d'autres expressions similaires.

En faisant ces déclarations, nous nous appuyons sur des hypothèses et des analyses basées sur notre expérience et notre vision des tendances historiques, de la situation actuelle et des développements

futurs attendus, ainsi que sur d'autres facteurs que nous considérons comme appropriés selon les circonstances. Nous pensons que ces jugements sont raisonnables, mais ces déclarations ne sont pas des garanties d'événements futurs ou de résultats financiers, et nos résultats réels pourraient être particulièrement différents en raison de divers facteurs, dont la plupart sont décrits dans notre dernier rapport annuel sur le formulaire 10-K et dans nos autres dépôts auprès de la Commission des valeurs mobilières des États-Unis. Nous mettons en garde les lecteurs pour qu'ils ne se fient pas aux déclarations prospectives. Les déclarations prospectives ne sont valables qu'à la date où elles sont faites et nous ne nous engageons pas à les mettre à jour publiquement ou de réviser toute déclaration prospective, que ce soit à la suite de nouvelles informations, d'événements futurs ou d'autres facteurs qui ont une incidence sur l'objet de ces déclarations, sauf si la loi nous y oblige explicitement.

En savoir plus

SUJET	LIEN
Droits du conseil d'administration et des actionnaires	› Gouvernance de Gap Inc
Divulgations ESG	› Ressources ESG
Gestion des risques et conformité de l'entreprise	› Gestion des risques › Dossiers SEC › Politiques de conformité de l'entreprise › Ressources ESG
Confidentialité et sécurité des informations	› Politique de confidentialité de Gap Inc.

INDEX GRI 2021 DE GAP INC. – NORMES UNIVERSELLES DE 2016

Nous nous sommes efforcés de préparer le rapport conformément aux normes de l'Initiative des rapports mondiaux (GRI). Remarque : le rapport ESG fait référence au rapport ESG 2021 de Gap Inc.; Les pages Web sur le développement durable font référence à notre site Web mondial, qui héberge notre plateforme Environnement, Société et Gouvernance (ESG) et le rapport sur l'Égalité et l'Appartenance; le rapport annuel désigne le rapport annuel de Gap Inc. sur formulaire 10-K pour l'exercice financier terminé le 29 janvier 2022; et la circulaire de sollicitation de procurations désigne l'avis de convocation à l'assemblée annuelle des actionnaires de Gap Inc. pour 2021 et la circulaire de sollicitation de procurations 2022. Veuillez trouver plus d'information sur nos **pages Web consacrées aux relations avec les investisseurs**.

Index GRI	Description	Source d'information	Rubriques	Page(s)
INFORMATIONS D'ORDRE GÉNÉRALE				
Profil de l'entreprise				
102-1	Nom de l'organisme	Rapport annuel	Partie I, point 1. Activités	1
102-2	Description des activités de l'organisation; marques, produits et services principaux, y compris une explication de tous les produits ou des services qui sont interdits sur certains marchés	Rapport annuel	Partie I, point 1. Activités	1
102-3	Lieu du siège social de l'organisation	Rapport annuel	Partie I, point 2. Propriétés	23
102-4	Lieu des opérations : nombre de pays où l'organisation exerce ses activités et noms des pays où elle exerce des activités importantes ou qui sont pertinents pour les sujets couverts dans le rapport	Rapport annuel	Partie I, point 2. Propriétés	23
102-5	Nature de la propriété et forme juridique	Rapport annuel	Partie II, point 5. Marché des actions ordinaires de la personne inscrite, questions connexes des actionnaires et achats de titres de participation par l'émetteur	24
102-6	Marchés desservis, y compris la répartition géographique, les secteurs desservis et les types de clients/bénéficiaires	Rapport annuel	Partie I, point 1. Entreprise et point 2. Propriétés	1, 23
102-7	Échelle de l'organisation déclarante	Rapport annuel	Partie I, point 1. Activité et Partie II, point 7. Discussion et analyse par la direction de la situation financière et des résultats d'exploitation	1, 26
102-8	Information sur les employé(e)s et autres travailleurs	Rapport annuel Pages Web sur la durabilité	Partie I, point 1. Activités Mesurer nos progrès : les employé(e)s Ce qui nous distingue	1
102-9	Décrire la chaîne logistique de l'entreprise	Rapport ESG	Gouvernance : Cycle de vie des produits	51
102-10	Changements importants concernant la taille, la structure, la propriété ou la chaîne logistique de l'entreprise	Rapport ESG	Gouvernance : supervision ESG	47
102-11	Si et comment l'organisation applique l'approche ou le principe de précaution	Pages Web sur la durabilité	Gap Inc. applique le principe de précaution à l'utilisation de produits chimiques en testant ses produits et en s'engageant à éliminer les finitions à base de PFC. Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter Gestion des produits chimiques et Pratiques commerciales responsables .	

Index GRI	Description	Source d'information	Rubriques	Page(s)
102-12	Énumérez les chartes, principes ou autres initiatives économiques, environnementales et sociales élaborées à l'extérieur et auxquelles l'organisation souscrit ou qu'elle approuve	Pages Web sur la durabilité	Ressources ESG Adhésions et organisations partenaires. Nous soutenons et fondons nos politiques sur nos principes énoncés dans la Déclaration universelle des droits de l'homme (DUDH), le Pacte mondial des Nations Unies (UNGC), les Directives de l'OCDE pour les entreprises multi-nationales et les conventions fondamentales de l'Organisation internationale du travail (OIT)	
102-13	Adhésion à l'industrie ou à d'autres associations, ainsi qu'à des organisations nationales ou locales de défense des droits	Pages Web sur la durabilité	Adhésions et organisations partenaires	
Stratégie				
102-14	Déclaration du plus haut décideur de l'organisation	Rapport ESG	Vue d'ensemble : Notre engagement en matière environnementale, sociale et de gouvernance (ESG) Vue d'ensemble : Notre approche	4 6
102-15	Description des principaux impacts, risques et opportunités	Rapport ESG Pages Web sur la durabilité	Gouvernance : Annexe ESG et déclarations prospectives Pratiques commerciales responsables Matérialité Informations du CDP sur le climat 2021 (C2.2a, C2.3a C2.4a)	52
Éthique et intégrité				
102-16	Décrire les valeurs, les principes, les règles et les normes de comportement de l'entreprise	Rapport ESG Pages Web sur la durabilité	Gouvernance : Pratiques commerciales responsables Pratiques commerciales responsables	49
Gouvernance				
102-18	Indiquez la structure de gouvernance de l'organisation, notamment les comités de la plus haute instance de gouvernance et les comités responsables de la prise de décision sur les impacts économiques, environnementaux et sociaux	Rapport ESG Pages Web des relations avec les investisseurs	Gouvernance : supervision ESG Fiche d'information sur la gouvernance d'entreprise Composition du comité	47
102-21	Rendre compte des processus de consultation entre les parties prenantes et la plus haute instance de gouvernance sur des questions économiques, environnementales et sociales	Rapport ESG Pages Web sur la durabilité	Gouvernance : Engagement des parties prenantes Pratiques commerciales responsables	50
102-26	Indiquer le rôle de la plus haute instance de gouvernance et des cadres supérieurs dans le développement, l'approbation et la mise à jour de l'objet, des valeurs ou des énoncés de mission, des stratégies, des politiques et des objectifs de l'organisation liés à des sujets économiques, environnementaux et sociaux	Pages Web sur la durabilité Pages Web des relations avec les investisseurs	Sectorisation organisationnelle Lignes directrices de gouvernance d'entreprise	

Index GRI	Description	Source d'information	Rubriques	Page(s)
102-29	Rendre compte du rôle de la plus haute instance de gouvernance dans l'identification et la gestion des questions économiques, environnementales et sociales, ainsi que leurs impacts, risques et opportunités, y compris son rôle dans la mise en œuvre des processus de diligence raisonnable Indiquer si la consultation des parties prenantes est utilisée pour soutenir l'identification et la gestion des sujets économiques, environnementaux et sociaux, ainsi que de leurs impacts, risques et opportunités, par la plus haute instance de gouvernance	Rapport ESG	Gouvernance : Gestion des risques Gouvernance : supervision ESG	48 47
		Pages Web sur la durabilité	Pratiques commerciales responsables Sectorisation organisationnelle	
102-30	Indiquer le rôle de la plus haute instance de gouvernance dans l'examen de l'efficacité des processus de gestion des risques de l'organisation pour des sujets économiques, environnementaux et sociaux	Rapport ESG Pages Web sur la durabilité	Gouvernance : Gestion des risques Pratiques commerciales responsables	48
102-32	Le plus haut comité ou poste qui examine et approuve officiellement le rapport de durabilité de l'organisation et s'assure que tous les sujets importants sont couverts	Rapport ESG	Gouvernance : supervision ESG	47
102-33	Processus de communication des préoccupations essentielles à la plus haute instance de gouvernance	Rapport ESG	Gouvernance : supervision ESG	47
102-38	Ratio annuel de compensation totale	Circulaire de sollicitation de procurations	Ratio de rémunération du PDG en 2021	75
Engagement des parties prenantes				
102-40	Liste des groupes de parties prenantes engagés par l'organisation	Rapport ESG Pages Web sur la durabilité	Gouvernance : Engagement des parties prenantes Adhésions et organisations partenaires	50
102-42	Base d'identification et de sélection des parties prenantes avec qui s'engager	Rapport ESG	Gouvernance : Engagement des parties prenantes	50
102-43	Approches de l'engagement des parties prenantes, y compris la fréquence d'engagement par type et par groupe de parties prenantes	Rapport ESG Pages Web sur la durabilité	Gouvernance : Engagement des parties prenantes Pratiques commerciales responsables	50
102-44	Principaux sujets et préoccupations soulevés dans le cadre de l'engagement des parties prenantes, et la façon dont l'organisation a répondu à ces sujets et préoccupations clés, notamment par le biais de ses rapports	Rapport ESG	Gouvernance : Engagement des parties prenantes Gouvernance : Annexe ESG et déclarations prospectives	50 52
		Pages Web sur la durabilité	Matérialité	
102-45	Énumérer toutes les entités incluses dans les états financiers consolidés de l'organisation; indiquer si une entité n'est pas couverte dans le rapport	Rapport annuel	Partie I, point 1. Activités Tableau 21 « Filiales du déclarant »	1
102-46	Processus de définition du contenu du rapport et des limites des sujets; expliquer comment l'organisation a mis en œuvre les principes de rapport pour définir le contenu du rapport	Rapport ESG	Vue d'ensemble : À propos du présent rapport	3
102-47	Énumérez les sujets importants identifiés dans le processus de définition du contenu du rapport	Rapport ESG Pages Web sur la durabilité	Gouvernance : Annexe ESG et déclarations prospectives Matérialité	52

Index GRI	Description	Source d'information	Rubriques	Page(s)
102-48	L'effet de tout retraitement de l'information donnée dans les rapports précédents, et les raisons de ce retraitement	S. O.	Il n'y a pas de retraitement par rapport au rapport précédent	
102-49	Changements importants par rapport aux périodes de déclaration précédentes dans la liste des sujets importants et les limites des sujets	Rapport ESG	Gouvernance : Annexe ESG et déclarations prospectives	52
102-50	Période de référence pour les renseignements fournis	Rapport ESG	Vue d'ensemble : À propos du présent rapport	3
102-51	Date du plus récent rapport	Rapport ESG	Vue d'ensemble : À propos du présent rapport	3
102-52	Cycle de présentation de rapports (annuel, biennal, etc.)	Rapport ESG	Vue d'ensemble : À propos du présent rapport	3
102-53	Point de contact pour les questions concernant le rapport ou son contenu	Rapport ESG	Vue d'ensemble : À propos du présent rapport	3
102-55	L'index du contenu GRI	Pages Web sur la durabilité	Index du contenu GRI	
ÉCONOMIQUE				
Résultats économiques				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Rapport annuel	Partie II, point 7. Analyse par la direction de la situation financière et des résultats d'exploitation État et résultats d'exploitation	26 40
201-1	Valeur économique directe générée et distribuée	Rapport annuel	Partie II, point 7A. Informations quantitatives et qualitatives sur les risques de marché État et résultats d'exploitation	40
201-2	Incidences financières et autres risques et opportunités liés au changement climatique	Pages Web sur la durabilité	Informations du CDP sur le climat 2021 (C2.1b, C2.2, C2.2a, C2.3, C2.3a, C2.4, C2.4a, C3.1, C3.4) Information du CDP sur la sécurité de l'eau 2021 (W3.3b, W3.3c, W3.3d, W4.1, W4.1a, W4.2b, W4.2c, W4.3a)	
Aspect : Présence sur le marché				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité	Avantages sociaux et avantages indirects Sectorisation organisationnelle	
Aspect : Impacts économiques indirects				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	Matérialité Créer des opportunités : Employé(e)s et impact sur la communauté Gap Inc. effectue une évaluation tous les deux ans pour le programme This Way ONward; veuillez donc consulter le Rapport mondial sur le développement durable 2020 p. 25 pour avoir le pourcentage d'augmentation des compétences/connaissances des participants au programme.	32

Index GRI	Description	Source d'information	Rubriques	Page(s)
203-2	Impacts économiques indirects importants, y compris l'ampleur des impacts	Rapport ESG	Autonomisation des femmes : Gap Inc. PACE Créer des opportunités : This Way ONward	16 27
Pratiques d'approvisionnement				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité	Matérialité Pratiques d'achat	
Anti-corruption				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	Pratiques commerciales responsables Gouvernance : Pratiques commerciales responsables Afin d'évaluer l'efficacité du programme anti-corruption de Gap Inc., les questions relatives à la lutte contre la corruption figurent dans les évaluations du code de conduite professionnelle de Gap Inc. Les évaluations du code de conduite professionnelle (COBC) sont effectuées chaque année, avec différent(e)s marchés/fonctions identifié(e) pour l'évaluation. L'objectif des évaluations du code de conduite professionnelle est de comprendre l'impact du programme COBC.	49
205-1	Exploitation évaluée pour les risques liés à la corruption		Nous effectuons un contrôle préalable anti-corruption (ACDD) dans les marchés à haut risque. Dans ces marchés, notre politique exige que tout tiers qui interagit avec des représentants du gouvernement au nom de Gap Inc., ou des distributeurs tiers, ait un rapport ACDD.	
205-2	Communication et formation sur les politiques et procédures anti-corruption	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	Pratiques commerciales responsables Gouvernance : Pratiques commerciales responsables Gap Inc. a deux politiques internes de lutte contre la corruption : 1) une politique mondiale et 2) une politique de détail en Chine (marché à haut risque). Gap Inc. dispose également d'un programme de formation à la lutte contre la corruption, dispensé aux directeurs mondiaux et aux personnes de rang supérieur, aux cadres et personnes de rang supérieur occupant des postes à haut risque, ainsi qu'à tous les échelons du siège social dans les marchés à haut risque (Chine, Mexique et Italie). Il existe un cours distinct pour les employés chinois, dont le contenu est spécifique aux risques en Chine. Ce cours est dispensé au moment de l'embauche ou lors de la promotion à un poste, et est obligatoire chaque année dans les marchés à haut risque et tous les deux ans au niveau mondial. Parfois, Gap Inc. offre aussi une formation anti-corruption ad hoc lorsque l'occasion se présente (p. ex. lorsque nous nous rendons sur un marché). La formation anti-corruption est disponible pour 100 % des employés de Gap Inc.	49

Index GRI	Description	Source d'information	Rubriques	Page(s)																												
ENVIRONNEMENTAL																																
Matières																																
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	Matières premières et produits Enrichir les communautés : approvisionnement en matières durables	42																												
301-1	Matières utilisées en fonction du poids ou du volume		<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th>2019</th> <th>2020</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Fibres naturelles</td> <td>Pourcentage de coton : coton plus durable*</td> <td>60</td> <td>54</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td>Pourcentage de laine : laine recyclée</td> <td>16</td> <td>11</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Synthétiques</td> <td>Pourcentage de nylon : nylon recyclé</td> <td>7</td> <td>10</td> <td>10.</td> </tr> <tr> <td>Pourcentage de polyester : polyester recyclé</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Cellulosiques fabriquées</td> <td>Pourcentage de produits cellulosiques : viscose plus durable, modal, lyocell, TENCEL™, lenzing</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>13</td> </tr> </tbody> </table>			2019	2020	2021	Fibres naturelles	Pourcentage de coton : coton plus durable*	60	54	79	Pourcentage de laine : laine recyclée	16	11	14	Synthétiques	Pourcentage de nylon : nylon recyclé	7	10	10.	Pourcentage de polyester : polyester recyclé	1	6	10	Cellulosiques fabriquées	Pourcentage de produits cellulosiques : viscose plus durable, modal, lyocell, TENCEL™, lenzing	8	9	13	
		2019	2020	2021																												
Fibres naturelles	Pourcentage de coton : coton plus durable*	60	54	79																												
	Pourcentage de laine : laine recyclée	16	11	14																												
Synthétiques	Pourcentage de nylon : nylon recyclé	7	10	10.																												
	Pourcentage de polyester : polyester recyclé	1	6	10																												
Cellulosiques fabriquées	Pourcentage de produits cellulosiques : viscose plus durable, modal, lyocell, TENCEL™, lenzing	8	9	13																												
301-2	Matières recyclées utilisées		Approvisionnement en fibre durable de Gap Inc. : Synthétique																													
			<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2019</th> <th>2020</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Nylon recyclé</td> <td>7 %</td> <td>10 %</td> <td>10 %</td> </tr> <tr> <td>Polyester recyclé</td> <td>1 %</td> <td>6 %</td> <td>10 %</td> </tr> </tbody> </table>		2019	2020	2021	Nylon recyclé	7 %	10 %	10 %	Polyester recyclé	1 %	6 %	10 %																	
	2019	2020	2021																													
Nylon recyclé	7 %	10 %	10 %																													
Polyester recyclé	1 %	6 %	10 %																													
301-3	Produits récupérés et leurs fournitures d'emballage	Rapport ESG Pages Web sur la durabilité	Enrichir les communautés : circularité et déchets Circularité et déchets	44																												
Énergie																																
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	Climat Informations du CDP sur le climat 2021 (C1. 3a, C2. 2, C2. 2a, C2. 3a, C2.4a, C3.2b, C3.3, C3.4, C4. 3c) Enrichir Les Communautés : Gestion du climat	39																												
302-1	Consommation d'énergie au sein de l'organisation	Pages Web sur la durabilité	Mesurer nos progrès : Environnement																													
302-2	Consommation d'énergie en dehors de l'organisation	Pages Web sur la durabilité	Mesurer nos progrès : Environnement																													

Index GRI	Description	Source d'information	Rubriques	Page(s)												
302-3	Intensité énergétique	Pages Web sur la durabilité	Mesurer nos progrès : Environnement													
302-4	Réduction de la consommation d'énergie	Pages Web sur la durabilité	Mesurer nos progrès : Environnement													
Aspect : Eau																
303-2	Sources d'eau fortement touchées par les prélèvements d'eau	Pages Web sur la durabilité	Gestion des ressources hydriques Informations du CDP sur la sécurité de l'eau 2021 (W3.3b, W3.3d)													
303-5	Consommation d'eau		Consommation d'eau des installations de la chaîne logistique (à l'exclusion des sites exploités par l'entreprise tels que les magasins, les bureaux ou les centres de distribution)													
			<table border="1"> <thead> <tr> <th>WWF (risque global)**</th> <th>Somme de Gap - volume d'eau total (FEM2020) (en mètres cubes)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>x<2,5</td> <td>620 371 (2 %)</td> </tr> <tr> <td>2.5<=x<3,5</td> <td>19 428 941 (75 %)</td> </tr> <tr> <td>3.5<=x<4,5</td> <td>4 829 301 (19 %)</td> </tr> <tr> <td>Nouvelle unité de distribution incluse sur Higg (pas encore d'évaluation des risques)</td> <td>1 020 027 (4 %) - aucune donnée pour la plupart des nouvelles unités de production</td> </tr> <tr> <td>Total général</td> <td>25 898 640</td> </tr> </tbody> </table>	WWF (risque global)**	Somme de Gap - volume d'eau total (FEM2020) (en mètres cubes)	x<2,5	620 371 (2 %)	2.5<=x<3,5	19 428 941 (75 %)	3.5<=x<4,5	4 829 301 (19 %)	Nouvelle unité de distribution incluse sur Higg (pas encore d'évaluation des risques)	1 020 027 (4 %) - aucune donnée pour la plupart des nouvelles unités de production	Total général	25 898 640	
WWF (risque global)**	Somme de Gap - volume d'eau total (FEM2020) (en mètres cubes)															
x<2,5	620 371 (2 %)															
2.5<=x<3,5	19 428 941 (75 %)															
3.5<=x<4,5	4 829 301 (19 %)															
Nouvelle unité de distribution incluse sur Higg (pas encore d'évaluation des risques)	1 020 027 (4 %) - aucune donnée pour la plupart des nouvelles unités de production															
Total général	25 898 640															
			**Nous considérons qu'un risque élevé est supérieur à 3,5, ce qui inclut les pays d'approvisionnement : la Chine, l'Égypte, l'Inde et le Pakistan.													
Émissions																
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité	Climat Informations du CDP sur le climat 2021 (C1. 3a, C2. 2, C2. 2a, C2. 3a, C2.4a, C3.2b, C3.3, C3.4, C4. 3c)													
305-1	Émissions directes (niveau 1) de gaz à effet de serre	Rapport ESG Pages Web sur la durabilité	Enrichir les communautés : Gestion du climat Les données sur les émissions de niveau 1 et 2 pour l'exercice financier 2021 seront disponibles sur notre site Web en 2022. Nos données sur les GES des années précédentes sont actuellement disponibles dans Ressources ESG .	39												
305-2	Énergie indirecte (niveau 2) émissions de gaz à effet de serre	Pages Web sur la durabilité	Les données sur les émissions de niveau 1 et 2 pour l'exercice financier 2021 seront disponibles sur notre site Web en 2022. Nos données sur les GES des années précédentes sont actuellement disponibles dans Ressources ESG .													
305-3	Autres émissions indirectes (niveau 3) de gaz à effet de serre	Pages Web sur la durabilité	Les données sur les émissions de niveau 3 pour l'exercice financier 2020 seront disponibles sur notre site Web en 2022 dans Ressources ESG .													
305-4	Intensité des émissions de gaz à effet de serre	Pages Web sur la durabilité	Mesurer nos progrès : Environnement													
305-5	Réduction des émissions de gaz à effet de serre	Pages Web sur la durabilité	Informations du CDP sur le climat 2021 (C2. 4a, C4. 1a, C4. 2a, C4. 3a, C4. 3b)													

Index GRI	Description	Source d'information	Rubriques	Page(s)
Déchets				
103 -1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité	Circularité et déchets	
		Rapport ESG	Enrichir les communautés : circularité et déchets	44
306-2	Gestion des impacts importants liés aux déchets	Rapport ESG	Enrichir les communautés : circularité et déchets	44
306-3	Déchets générés	Rapport ESG	Enrichir les communautés : circularité et déchets	44
			Chez Gap Inc. nous développons actuellement une stratégie de collecte de données pour notre gestion des déchets avec l'aide de notre partenaire de gestion des déchets et de l'équipe d'exploitation du Centre de Distribution, qui détaillera nos données sur les déchets générés.	
306-4	Déchets détournés de l'élimination	Rapport ESG	Enrichir les communautés : circularité et déchets	44
			Chez Gap Inc. nous développons actuellement une stratégie de collecte de données pour notre gestion des déchets avec l'aide de notre partenaire de gestion des déchets et de l'équipe d'exploitation du Centre de Distribution, qui détaillera nos données sur les déchets détournés de l'élimination.	
306-5	Déchets dirigés vers l'élimination	Rapport ESG	Chez Gap Inc. nous développons actuellement une stratégie de collecte de données pour notre gestion des déchets avec l'aide de notre partenaire de gestion des déchets et de l'équipe d'exploitation du Centre de Distribution, qui détaillera nos données sur les déchets dirigés vers l'élimination.	
Évaluation Environnementale Des Fournisseurs				
103 -1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité	Approche de gestion	
		Rapport ESG	Évaluation et mesures correctives	
			Autonomisation des femmes : Droits de la personne et dialogue social	19
308-1	Nouveaux fournisseurs qui ont été sélectionnés sur la base des critères environnementaux	Pages Web sur la durabilité	Tableau de référence SASB (CG-AA-430a. 2)	
			L'évaluation et les mesures correctives	
308-2	Impacts environnementaux négatifs sur la chaîne logistique et mesures prises	Pages Web sur la durabilité	Gestion des ressources hydriques	
		Rapport ESG	Gestion des produits chimiques dangereux	
			Autonomisation des femmes : évaluation et mesures correctives	20

Index GRI	Description	Source d'information	Rubriques	Page(s)
SOCIAL				
Emploi				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité	Perfectionnement des talents	
		Rapport ESG	Créer les possibilités : Perfectionnement des talents	29
401-1	Embauches de nouveaux employés et roulement du personnel	Circulaire de sollicitation de procurations	Circulaire de sollicitation de procurations 2022	
401-2	Avantages sociaux offerts aux employés à temps plein qui ne sont pas offerts aux employés temporaires ou à temps partiel	Pages Web sur la durabilité	Perfectionnement des talents Mesurer nos progrès : les employé(e)s	
401-3	Congé parental	Pages Web sur la durabilité	Perfectionnement des talents	
Santé et sécurité du travail				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité	Perfectionnement des talents	
Formation et éducation				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité	Perfectionnement des talents This Way ONward	
		Rapport ESG	Créer les possibilités : Perfectionnement des talents Créer des opportunités : This Way ONward	29 27
404-3	Pourcentage d'employés recevant des évaluations régulières de leur performance et de leur développement de carrière	Pages Web sur la durabilité Rapport Égalité et Appartenance 2021	Perfectionnement des talents Mesurer nos progrès : les employé(e)s Veuillez consulter le Rapport Égalité et Appartenance 2021 de Gap Inc, qui sera disponible plus tard au courant de l'année 2022.	
Aspect : Diversité et égalité des chances				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité	Égalité et appartenance	
		Rapport Égalité et Appartenance 2021	Veuillez consulter le Rapport Égalité et Appartenance 2021 de Gap Inc, qui sera disponible plus tard au courant de l'année 2022.	
		Rapport ESG	Créer des possibilités : Égalité et appartenance	31
405-1	Diversité des instances de gouvernance et des employés	Circulaire de sollicitation de procurations Pages Web sur la durabilité Rapport Égalité et Appartenance 2021	Attributs du principal directeur 2022 Mesurer nos progrès : les employé(e)s Ce qui nous distingue Veuillez consulter le Rapport Égalité et Appartenance 2021 de Gap Inc, qui sera disponible plus tard au courant de l'année 2022.	10

Index GRI	Description	Source d'information	Rubriques	Page(s)
405-2	Ratio du salaire de base et de la rémunération des femmes par rapport aux hommes	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	Égalité entre les genres et autonomisation Créer les possibilités : Perfectionnement des talents	29
Non-discrimination				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité	Discrimination et harcèlement	
406-1	Nombre total d'incidents de discrimination et de mesures correctives mesures prises	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	Discrimination et harcèlement L'évaluation et la réhabilitation Programmes de renforcement des capacités des fournisseurs Autonomisation des femmes : Droits de la personne et dialogue social	19
Aspect : Liberté d'association et négociation collective				
407-1	Opérations et fournisseurs dans lesquels les droits des travailleurs à exercer leur liberté d'association ou de négociation collective peuvent être violés ou exposés à un risque important	Pages Web sur la durabilité	Liberté d'association Politiques et approches en matière de droits de la personne	
Travail des enfants				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	L'évaluation et la réhabilitation Travail des enfants et jeunes travailleurs Politiques et approches en matière de droits de la personne Autonomisation des femmes : Droits de la personne et dialogue social	19
408-1	Opérations et fournisseurs présentant un haut risque d'incidents lié au travail des enfants	Pages Web sur la durabilité	Travail des enfants et jeunes travailleurs L'évaluation et la réhabilitation	
Travail forcé ou obligatoire				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	L'évaluation et la réhabilitation Trafic d'êtres humains et travail forcé Politiques et approches en matière de droits de la personne Déclaration de la loi californienne sur la transparence dans les chaînes logistiques et de la loi britannique sur l'esclavage moderne Autonomisation des femmes : Droits de la personne et dialogue social	19
409-1	Opérations et fournisseurs identifiés comme présentant un risque important d'incidents de travail forcé ou obligatoire	Pages Web sur la durabilité	Trafic d'êtres humains et travail forcé L'évaluation et la réhabilitation Problèmes du code de conduite des fournisseurs dans les usines évaluées	

Index GRI	Description	Source d'information	Rubriques	Page(s)
Évaluations des droits de la personne				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	L'évaluation et la réhabilitation Politiques et approches en matière de droits de la personne Autonomisation des femmes : Droits de la personne et dialogue social	19
Communautés locales				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	Employé(e)s et impact communautaire P.A.C.E. et Empower@Work Créer des opportunités : Employé(e)s et impact sur la communauté	32
413-1	Pourcentage d'opérations ayant mis en œuvre un engagement de la communauté local, des évaluations d'impact et/ou des programmes de développement	Pages Web sur la durabilité	Mesurer nos progrès : Communauté	
Évaluations sociales des fournisseurs				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	L'évaluation et la réhabilitation Politiques et approches en matière de droits de la personne Autonomisation des femmes : Droits de la personne et dialogue social	19
414-1	Pourcentage de nouveaux fournisseurs qui ont été sélectionnés sur la base des critères relatif aux droits de la personne	Pages Web sur la durabilité	Tableau de référence SASB (CG-AA-430b.1) L'évaluation et la réhabilitation Gap Inc. sélectionne 100 % des nouveaux fournisseurs sur la base des critères relatifs aux droits de la personne. Pour en savoir plus sur notre processus, consultez les pages Web sur la durabilité ci-dessus.	
414-2	Impacts sociaux négatifs sur la chaîne logistique et mesures prises	Pages Web sur la durabilité Rapport ESG	L'évaluation et la réhabilitation Problèmes du code de conduite des fournisseurs dans les usines évaluées Autonomisation des femmes : Droits de la personne et dialogue social	19
Politique publique				
103-1 103-2 103-3	Gestion et approche	Pages Web sur la durabilité	Politique d'engagement politique	
415-1	Contributions politiques	Pages Web sur la durabilité	Politique d'engagement politique	

CONSEIL DES NORMES COMPTABLES DE DURABILITÉ (SASB)

La Value Reporting Foundation est une organisation indépendante, du secteur privé, qui établit des normes et qui se dévoue à l'amélioration de l'efficacité des marchés des capitaux en favorisant la publication d'informations de grande qualité sur la durabilité matérielle qui répondent aux besoins des investisseurs. Ce tableau fait référence à la norme pour l'industrie du vêtement, des accessoires et des chaussures, ainsi que certaines informations pertinentes des industries du commerce électronique et des détaillants et distributeurs spécialisés multi-lignes, telles que définies par le système de classification des industries durables (SICS) de la SASB, avec l'emplacement de ces informations dans le rapport ESG 2021 de Gap Inc. et sur notre site Web.

Sujet	Paramètre comptable	Catégorie	Unité de mesure	Code	Données	Référence
Vêtements, accessoires et chaussures						
Gestion des substances chimiques dans les produits	Description des processus permettant de maintenir la conformité aux réglementations sur les substances faisant l'objet de restrictions	Discussion et analyse	S. O.	CG-AA-250a.1	<p>Les restrictions sur les produits chimiques de Gap Inc. sont basées sur les réglementations mondiales, ainsi que sur des considérations fondées sur les dangers et les risques. Il s'agit notamment de notre liste des substances interdites (RSL) et de notre liste des substances chimiques nocives interdites de fabrication (MRSL). Depuis 2008, les fournisseurs de Gap Inc. sont tenus de se conformer à notre liste des substances interdites. Depuis 2015, nous demandons à tous nos fournisseurs de se conformer à la norme MRSL Zéro rejet de produits chimiques dangereux (ZDHC), et nous respectons la liste des substances interdites du groupe AFIRM.</p> <ol style="list-style-type: none"> Partenariats et normes de l'industrie : Nous collaborons avec des groupes du secteur, notamment le groupe Apparel and Footwear International RSL Management (AFIRM) et la Sustainable Apparel Coalition (SAC) pour mettre en œuvre un ensemble cohérent d'outils et de processus pour soutenir les pratiques exemplaires, surveiller le rendement des fournisseurs et encourager l'utilisation de produits chimiques plus sûrs. Engagement des fournisseurs : Nous communiquons à nos fournisseurs les exigences en matière de sécurité et d'utilisation des produits chimiques dans notre Code de conduite des fournisseurs (COVC) et les attentes minimales des usines de traitement, et nous exigeons de nos fournisseurs de reconnaître et de respecter ces conditions. Conformité et surveillance : Grâce à des tests effectués par des tiers sur les produits, les composants des produits et les effluents d'eaux usées, ainsi qu'à l'utilisation de plateformes de données industrielles, nous surveillons le rendement de notre chaîne logistique et vérifions la conformité aux réglementations mondiales sur les produits chimiques et aux restrictions chimiques de Gap Inc. <p>Gap Inc. s'aligne sur la liste des substances interdites du groupe AFIRM. Pour en savoir plus sur ce processus, veuillez consulter la page Gestion des produits chimiques.</p>	<p>Rapport ESG : Gestion des produits chimiques, p. 38</p> <p>Pages Web sur la durabilité : Gestion des produits chimiques</p>
	Discussion sur les processus d'évaluation et de gestion des risques ou des dangers associés aux produits chimiques contenus dans les produits	Discussion et analyse	S. O.	CG-AA-250a.2	<p>Gap Inc. utilise les processus suivants pour évaluer et gérer les risques et dangers potentiels associés aux matières et aux produits chimiques de ses produits.</p> <p>Gestion des intrants : La sélection de meilleures entrées de produits chimiques et de matériaux à l'entrée est essentielle pour réduire l'utilisation et la décharge de produits chimiques dangereux.</p> <p>Gestion de processus : Il est essentiel d'adhérer aux pratiques exemplaires de gestion des produits chimiques durant la production pour réduire les risques à la fois pour l'humain et pour l'environnement.</p> <p>Gestion de la production : La production de vêtements et de chaussures comprend des produits finis ainsi que des eaux usées.</p>	<p>Rapport ESG : Gestion des produits chimiques, p. 38</p> <p>Pages Web sur la durabilité : Gestion des produits chimiques</p>

Sujet	Paramètre comptable	Catégorie	Unité de mesure	Code	Données	Référence																
Impacts environnementaux dans la chaîne logistique	Pourcentage de (1) unités de production des fournisseurs de niveau 1 et (2) unités de production de fournisseurs au-delà du niveau 1 en conformité avec les permis de rejet d'eaux usées et / ou les ententes contractuelles	Quantitative	Pourcentage (%)	CG-AA-430a.1	<p>Depuis plus de 15 ans, nous exigeons de nos blanchisseries de denim de participer à notre Programme de qualité de l'eau, ce qui nous permet de surveiller et d'améliorer activement la qualité des eaux usées.</p> <p>En 2021, sur les 53 blanchisseries de denim prioritaires qui ont effectué des tests d'eaux usées conformément aux Directives sur les eaux usées du ZDHC, 100 % ont atteint le niveau de base ou supérieur pour tous les paramètres conventionnels et 94 % ont atteint tous les paramètres MRSL du ZDHC.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Année</th> <th>Total des participants</th> <th>% d'unités de production respectant les paramètres conventionnels</th> <th>% de conformité aux paramètres ZDHC MRSL</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2020</td> <td>54</td> <td>94</td> <td>89</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>53</td> <td>100</td> <td>94</td> </tr> </tbody> </table>	Année	Total des participants	% d'unités de production respectant les paramètres conventionnels	% de conformité aux paramètres ZDHC MRSL	2020	54	94	89	2021	53	100	94	<p>Rapport ESG : Gestion des ressources hydriques p. 35</p> <p>Pages Web sur la durabilité : Gestion des produits chimiques</p> <p>Gestion des ressources hydriques</p>				
	Année	Total des participants	% d'unités de production respectant les paramètres conventionnels	% de conformité aux paramètres ZDHC MRSL																		
2020	54	94	89																			
2021	53	100	94																			
	Pourcentage de (1) unités de production de fournisseurs de niveau 1 et (2) unités de production de fournisseurs au-delà du niveau 1 qui ont effectué l'évaluation du Higg Index Facility Module (Higg FEM) de la Sustainable Apparel Coalition ou une évaluation équivalente des données environnementales	Quantitative	Pourcentage (%)	CG-AA-430a.2	<p>À la fin de 2022, 99 % de nos fournisseurs de niveau 1 et 91 % de nos fournisseurs stratégiques de niveau 2 remplissaient l'auto-évaluation du Higg Index 3.0 Facility Environmental Module (FEM) de la Sustainable Apparel Coalition pour communiquer leur consommation d'eau et d'énergie, ainsi que leur gestion des produits chimiques et les déchets à partir de 2020; 64 % des unités de production ont vérifié leurs réponses. Au total, 89 % des unités de production ont participé à nos programmes d'efficacité des ressources.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Année</th> <th>% de fournisseurs de niveau 1 utilisant le Higg Index (FEM)</th> <th>% de fournisseurs de niveau 2 utilisant le Higg Index (FEM)</th> <th># réponses vérifiées</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019</td> <td>97</td> <td>91</td> <td>S. O.</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>100</td> <td>70</td> <td>280</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>99 (558)</td> <td>91 (147)</td> <td>463 (64 %) (351 Niveau 1, 112 Niveau 2)</td> </tr> </tbody> </table>	Année	% de fournisseurs de niveau 1 utilisant le Higg Index (FEM)	% de fournisseurs de niveau 2 utilisant le Higg Index (FEM)	# réponses vérifiées	2019	97	91	S. O.	2020	100	70	280	2021	99 (558)	91 (147)	463 (64 %) (351 Niveau 1, 112 Niveau 2)	<p>Rapport ESG : Efficacité des ressources et production p. 37</p> <p>Pages Web sur la durabilité : Gestion des produits chimiques</p> <p>Gestion des ressources hydriques</p>
Année	% de fournisseurs de niveau 1 utilisant le Higg Index (FEM)	% de fournisseurs de niveau 2 utilisant le Higg Index (FEM)	# réponses vérifiées																			
2019	97	91	S. O.																			
2020	100	70	280																			
2021	99 (558)	91 (147)	463 (64 %) (351 Niveau 1, 112 Niveau 2)																			

Sujet	Paramètre comptable	Catégorie	Unité de mesure	Code	Données	Référence																																																																																																													
Conditions de travail dans la chaîne logistique	Pourcentage (1) des unités de production de fournisseurs de niveau 1 et (2) des unités de production de fournisseurs au-delà du niveau 1 ayant fait l'objet d'un audit sur la base d'un code de conduite du travail, (3) pourcentage du total des audits réalisés par un auditeur tiers	Quantitative	Pourcentage (%)	CG-AA-430b.1	<ul style="list-style-type: none"> 83 % des fournisseurs de vêtements de marque de niveau 1 qui étaient actifs pendant toute l'année ont été audités conformément à notre code de conduite des fournisseurs au cours de l'exercice financier. 68 % des vérifications ont été effectuées par un évaluateur tiers, l'OIT-IFC Better Work et SLCP. Les unités de production ayant un taux de non-conformité constamment faible peuvent être évalués tous les deux ans; toutes les unités de production sont auditées avant la production initiale. <p>Fournisseurs au-delà du niveau 1 conformément au code de conduite des fournisseurs</p> <ul style="list-style-type: none"> S. O. <p>Dans le cadre de notre programme de durabilité des usines, nous avons communiqué à l'ensemble de nos usines nos attentes en matière de performance sociale et environnementale, qui sont indispensables pour faire affaire avec nous.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Année</th> <th>% de fournisseurs de marque de niveau 1 audités selon le code de conduite des fournisseurs</th> <th>% de vérifications effectuées par un évaluateur tiers (ILO-IFC Better Work et SLCP)</th> <th>% de fournisseurs au-delà du niveau 1 conformément au code de conduite des fournisseurs</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019</td> <td>91</td> <td>34</td> <td>S. O.</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>81</td> <td>71</td> <td>S. O.</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>83</td> <td>68</td> <td>S. O.</td> </tr> </tbody> </table>	Année	% de fournisseurs de marque de niveau 1 audités selon le code de conduite des fournisseurs	% de vérifications effectuées par un évaluateur tiers (ILO-IFC Better Work et SLCP)	% de fournisseurs au-delà du niveau 1 conformément au code de conduite des fournisseurs	2019	91	34	S. O.	2020	81	71	S. O.	2021	83	68	S. O.																																																																																														
Année	% de fournisseurs de marque de niveau 1 audités selon le code de conduite des fournisseurs	% de vérifications effectuées par un évaluateur tiers (ILO-IFC Better Work et SLCP)	% de fournisseurs au-delà du niveau 1 conformément au code de conduite des fournisseurs																																																																																																																
2019	91	34	S. O.																																																																																																																
2020	81	71	S. O.																																																																																																																
2021	83	68	S. O.																																																																																																																
Taux de non-conformité prioritaire et taux de mesures correctives associées pour les audits du code de conduite du travail des fournisseurs		Quantitative	Taux	CG-AA-430b.2	<p>Nous utilisons un système de code de couleurs pour évaluer la performance de chaque installation. Les usines performantes, présentant peu de violations, dont aucune n'est critique, sont classées « vert »; les usines moyennes sont jaune; et ceux qui doivent répondre à un ou plusieurs problèmes graves sont rouge. À partir de l'exercice fiscal 2021, moins de 1 % des unités de production ont reçu des notes rouges lors des évaluations par rapport à notre code de conduite des fournisseurs.</p> <p>Pour les problèmes ouverts au 01/02/2021, 84 % des plans de mesures correctives ont été résolus avant le 01/02/2022.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>01/02/2021</th> <th>01/05/2021 (3 mois)</th> <th>01/08/2021 (6 mois)</th> <th>01/02/2022 (1 an)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Pays d'origine</td> <td>Nombre de problèmes ouverts</td> <td>Nombre de problèmes ouverts</td> <td>% de résolution</td> <td>Nombre de problèmes ouverts</td> <td>% de résolution</td> <td>Nombre de problèmes ouverts</td> <td>% de résolution</td> </tr> <tr> <td>Bangladesh</td> <td>231</td> <td>200</td> <td>13</td> <td>170</td> <td>26</td> <td>45</td> <td>81</td> </tr> <tr> <td>Cambodge</td> <td>309</td> <td>177</td> <td>43</td> <td>127</td> <td>59</td> <td>40</td> <td>87</td> </tr> <tr> <td>Chine</td> <td>209</td> <td>103</td> <td>51</td> <td>44</td> <td>79</td> <td>13</td> <td>94</td> </tr> <tr> <td>Guatemala</td> <td>52</td> <td>0</td> <td>100</td> <td>0</td> <td>100</td> <td>0</td> <td>100</td> </tr> <tr> <td>Inde</td> <td>550</td> <td>509</td> <td>7</td> <td>383</td> <td>30</td> <td>113</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td>Indonésie</td> <td>155</td> <td>87</td> <td>44</td> <td>72</td> <td>54</td> <td>50</td> <td>68</td> </tr> <tr> <td>Pakistan</td> <td>78</td> <td>78</td> <td>0</td> <td>62</td> <td>21</td> <td>6</td> <td>92</td> </tr> <tr> <td>Sri Lanka</td> <td>69</td> <td>68</td> <td>1</td> <td>59</td> <td>14</td> <td>10</td> <td>86</td> </tr> <tr> <td>États-Unis</td> <td>0</td> <td>0</td> <td>-</td> <td>0</td> <td>-</td> <td>0</td> <td>-</td> </tr> <tr> <td>Vietnam</td> <td>694</td> <td>560</td> <td>19</td> <td>284</td> <td>59</td> <td>90</td> <td>87</td> </tr> <tr> <td>Autre</td> <td>133</td> <td>114</td> <td>14</td> <td>110</td> <td>17</td> <td>36</td> <td>83</td> </tr> <tr> <td>Total général</td> <td>2480</td> <td>1896</td> <td>24</td> <td>1311</td> <td>47</td> <td>403</td> <td>84</td> </tr> </tbody> </table>		01/02/2021	01/05/2021 (3 mois)	01/08/2021 (6 mois)	01/02/2022 (1 an)	Pays d'origine	Nombre de problèmes ouverts	Nombre de problèmes ouverts	% de résolution	Nombre de problèmes ouverts	% de résolution	Nombre de problèmes ouverts	% de résolution	Bangladesh	231	200	13	170	26	45	81	Cambodge	309	177	43	127	59	40	87	Chine	209	103	51	44	79	13	94	Guatemala	52	0	100	0	100	0	100	Inde	550	509	7	383	30	113	79	Indonésie	155	87	44	72	54	50	68	Pakistan	78	78	0	62	21	6	92	Sri Lanka	69	68	1	59	14	10	86	États-Unis	0	0	-	0	-	0	-	Vietnam	694	560	19	284	59	90	87	Autre	133	114	14	110	17	36	83	Total général	2480	1896	24	1311	47	403	84	Pages Web sur la durabilité : Évaluation et mesures correctives
	01/02/2021	01/05/2021 (3 mois)	01/08/2021 (6 mois)	01/02/2022 (1 an)																																																																																																															
Pays d'origine	Nombre de problèmes ouverts	Nombre de problèmes ouverts	% de résolution	Nombre de problèmes ouverts	% de résolution	Nombre de problèmes ouverts	% de résolution																																																																																																												
Bangladesh	231	200	13	170	26	45	81																																																																																																												
Cambodge	309	177	43	127	59	40	87																																																																																																												
Chine	209	103	51	44	79	13	94																																																																																																												
Guatemala	52	0	100	0	100	0	100																																																																																																												
Inde	550	509	7	383	30	113	79																																																																																																												
Indonésie	155	87	44	72	54	50	68																																																																																																												
Pakistan	78	78	0	62	21	6	92																																																																																																												
Sri Lanka	69	68	1	59	14	10	86																																																																																																												
États-Unis	0	0	-	0	-	0	-																																																																																																												
Vietnam	694	560	19	284	59	90	87																																																																																																												
Autre	133	114	14	110	17	36	83																																																																																																												
Total général	2480	1896	24	1311	47	403	84																																																																																																												

Sujet	Paramètre comptable	Catégorie	Unité de mesure	Code	Données	Référence																												
Conditions de travail dans la chaîne logistique (suite)	Discussion sur les plus grands risques en matière de (1) travail, (2) en matière d'environnement, de santé et de sécurité dans la chaîne logistique	Discussion et analyse	S. O.	CG-AA-430b.3	<p>1. Les pratiques et les conditions de travail des fournisseurs tiers qui fabriquent des vêtements pour les marques de Gap Inc. peuvent avoir une incidence sur la réputation, la continuité des activités et les coûts d'exploitation de nos marques et de l'entreprise dans son ensemble. La plupart des employés de notre chaîne logistique sont des femmes, c'est pourquoi, en plus des pratiques de travail, nous mettons l'accent sur l'autonomisation des femmes pour créer un impact durable.</p> <p>2. Les heures supplémentaires excessives, les incendies et la sécurité des structures et la violence sexiste sont des problèmes de chaîne logistique à haut risque pour lesquels nous avons mis en place des programmes spécifiques pour y remédier. L'impact de ces risques sur les droits de la personne peut être grave, mais ces problèmes peuvent également présenter un risque opérationnel pour notre chaîne logistique et un risque pour la réputation de notre portefeuille de marques.</p>	Pages Web sur la durabilité : Politiques et approches en matière de droits de la personne																												
Approvisionnement en matières premières	Discussion sur les risques environnementaux et sociaux associés à l'approvisionnement en matières premières prioritaires	Discussion et analyse	S. O.	CG-AA-440a.1	<p>Gap Inc utilise des outils de l'industrie, tels que le Higg Materials Sustainability Index (MSI) et la matrice de fibre préférés de Textile Exchange. Notre stratégie de fibre préférée utilise des données d'analyse du cycle de vie (ACV) sur des indicateurs tels que le potentiel de réchauffement planétaire, l'utilisation de l'eau et l'eutrophisation, ainsi que des évaluations de la biodiversité, du potentiel de circularité, de la chimie, du changement d'affectation des sols et des conditions sociales au sein de la production. Nous axons notre stratégie en matière de matières premières sur les fibres de qualité supérieure qui représentent environ 97 % de notre consommation de fibres : coton, polyester, nylon et fibres cellulosiques fabriquées.</p> <p>Les usines de textile et les blanchisseries utilisent de grandes quantités d'eau pour la teinture et la finition des tissus, ce qui peut entraîner des problèmes de qualité et de quantité d'eau. ces problèmes touchent aussi les travailleurs et leurs communautés. L'Inde fait face à un niveau élevé de stress hydrique pour certaines de nos usines préférées et pour les personnes qui y travaillent. De plus, la plupart de nos produits contiennent du coton, et sa production affecte à la fois l'environnement et les personnes. La culture et la transformation du coton impliquent généralement l'utilisation de grandes quantités d'eau et de produits chimiques et ont souvent lieu dans des régions confrontées à des risques liés à l'eau et au climat.</p> <p>Les changements dans l'accès à l'eau et les événements liés à l'eau tels que la sécheresse ou les inondations pourraient affecter le coût du coton, qui est utilisé dans la majorité des produits de Gap Inc. et autres matières premières. L'équipe Supply Chain and Sourcing (chaîne logistique et approvisionnement) de Gap Inc. surveille les risques liés aux principales matières premières et y répond en utilisant un modèle multifactoriel qui inclut les prix du coton. Le travail de l'équipe visant à développer et à maintenir une base de fournisseurs diversifiée dans plusieurs pays réduit les risques de manière continue.</p> <p>Pour plus d'informations sur la façon dont nous évaluons l'eau et les autres risques environnementaux dans les principaux pays d'approvisionnement, veuillez consulter notre réponse CDP Water (W3.3b).</p>	Pages Web sur la durabilité : Matières premières et produits Rapport ESG : approvisionnement en matières durables p. 42 Information sur la sécurité de l'eau du CDP 2021 (W3.3b, W3.3d)																												
	Pourcentage de matières premières certifiées par une tierce partie selon une norme de durabilité environnementale ou sociale, par norme	Quantitative	Pourcentage (%) en poids	CG-AA-440a.2	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th></th> <th>2019</th> <th>2020</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td rowspan="2">Fibres naturelles</td> <td>Pourcentage de coton : coton plus durable*</td> <td>60</td> <td>54</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td>Pourcentage de laine : laine recyclée</td> <td>16</td> <td>11</td> <td>14</td> </tr> <tr> <td rowspan="2">Synthétiques</td> <td>Pourcentage de nylon : nylon recyclé</td> <td>7</td> <td>10</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Pourcentage de polyester : polyester recyclé</td> <td>1</td> <td>6</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td>Cellulosiques fabriquées</td> <td>Pourcentage de produits cellulosiques : viscose plus durable, modal, lyocell, TENCEL™, lenzing</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>13</td> </tr> </tbody> </table>			2019	2020	2021	Fibres naturelles	Pourcentage de coton : coton plus durable*	60	54	79	Pourcentage de laine : laine recyclée	16	11	14	Synthétiques	Pourcentage de nylon : nylon recyclé	7	10	10	Pourcentage de polyester : polyester recyclé	1	6	10	Cellulosiques fabriquées	Pourcentage de produits cellulosiques : viscose plus durable, modal, lyocell, TENCEL™, lenzing	8	9	13	Rapport ESG : approvisionnement en matières durables p. 42
		2019	2020	2021																														
Fibres naturelles	Pourcentage de coton : coton plus durable*	60	54	79																														
	Pourcentage de laine : laine recyclée	16	11	14																														
Synthétiques	Pourcentage de nylon : nylon recyclé	7	10	10																														
	Pourcentage de polyester : polyester recyclé	1	6	10																														
Cellulosiques fabriquées	Pourcentage de produits cellulosiques : viscose plus durable, modal, lyocell, TENCEL™, lenzing	8	9	13																														

*Défini comme : Better Cotton (anciennement BCI), coton de culture américaine vérifié (USCTP), biologique, en conversion (vers le biologique vérifié), recyclé et régénérant.

Sujet	Paramètre comptable	Catégorie	Unité de mesure	Code	Données	Référence																
Mesure d'activité	Nombre de (1) fournisseurs de niveau 1 et (2) de au-delà du niveau 1	Quantitative	Numéro	CG-AA-000.A	<p>En date du 29 janvier 2022, nous nous sommes approvisionnés auprès de 705 établissements de fournisseurs de vêtements de marque de niveau 1, définis comme des établissements de coupe et de couture en relation directe et leurs unités de production de broderie, de blanchisserie et de sérigraphie associées. Nous avons répertorié 231 usines (Niveau 2) qui représentent environ 65 % de nos activités.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Année</th> <th>Nombre d'usines de fournisseurs de vêtements de marques de niveau 1</th> <th>Nombre d'usines de concentration (Niveau 2)</th> <th>% des activités des usines de concentration (Niveau 2)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>2019</td> <td>737</td> <td>191</td> <td>75</td> </tr> <tr> <td>2020</td> <td>659</td> <td>168</td> <td>66</td> </tr> <tr> <td>2021</td> <td>705</td> <td>231</td> <td>65</td> </tr> </tbody> </table>	Année	Nombre d'usines de fournisseurs de vêtements de marques de niveau 1	Nombre d'usines de concentration (Niveau 2)	% des activités des usines de concentration (Niveau 2)	2019	737	191	75	2020	659	168	66	2021	705	231	65	Rapport ESG : Droits de la personne et dialogue social p. 19
Année	Nombre d'usines de fournisseurs de vêtements de marques de niveau 1	Nombre d'usines de concentration (Niveau 2)	% des activités des usines de concentration (Niveau 2)																			
2019	737	191	75																			
2020	659	168	66																			
2021	705	231	65																			

Sujet	Mesure d'activité	Catégorie	Unité de mesure	Code	Données	Référence
Commerce électronique						
Sécurité des données	Description de l'approche adoptée pour identifier et traiter les risques de sécurité des données	Discussion et analyse	S. O.	CG-EC-230a.1	<p>Nous nous efforçons de vous offrir à nos clients une expérience d'achat sûre et pratique. Nous avons mis en place un vaste éventail de mesures de sécurité techniques et organisationnelles pour aider à protéger les renseignements personnels que nous recueillons de nos clients.</p> <p>Le Comité d'audit et des finances du conseil d'administration supervise les programmes de confidentialité des données et de cybersécurité et informe régulièrement le Conseil d'administration de ses préoccupations importantes. Pour répondre aux menaces de violations de sécurité et de cyberattaques, l'entreprise maintient un programme conçu pour protéger et préserver la confidentialité, l'intégrité et la disponibilité continue de tous les renseignements qu'elle détient ou qui lui sont confiés. Ce programme comprend également un plan de réponse aux cyberincidents qui prévoit des contrôles et des procédures pour signaler rapidement et avec exactitude tout incident important lié à la cybersécurité.</p> <p>Pour de plus amples renseignements, veuillez consulter le Code de conduite professionnel de Gap Inc.</p>	Pages Web sur la durabilité : Politique de confidentialité Circulaire de sollicitation de procurations 2021
Recrutement, Inclusion et performance des Employés	Engagement des employés en pourcentage	Quantitative	Pourcentage (%)	CG-EC-330a.1	<p>Plus de 2 000 participants à l'enquête d'attitude du siège social et plus de 23 000 participants à l'enquête d'attitude des magasins; note moyenne de 95 % de participants à cette enquête répondent « je suis fier de travailler ici » et de 89 % répondent « j'ai l'intention de rester pour un certain temps ».</p> <p>Un échantillon représentatif a été obtenu pour les deux groupes. Il s'agit de l'enquête de Gap Inc., menée en interne.</p> <p>Les réponses sont souvent notées sur une échelle de Likert de 1 à 5 (Pas du tout d'accord -> tout à fait d'accord). Voici quelques exemples de questions posées dans l'enquête d'attitude :</p> <p>Sur une échelle de 1 à 5, dans quelle mesure êtes-vous d'accord avec les énoncés suivants :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Je suis fier/fière de travailler ici. - J'estime que cette entreprise fait preuve d'intégrité. - Mon gestionnaire sollicite mon point de vue et y accorde de l'importance. <p>Dans quelle mesure les éléments suivants sont-ils importants pour vous et dans quelle mesure Gap Inc. les met-il en oeuvre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Je peux avoir de la flexibilité dans mes horaires de travail. - Je travaille pour une entreprise dont la réputation et l'objectif sont solides. - Mon entreprise emploie des responsables inspirants et efficaces. 	Rapport ESG : Perfectionnement des talents p. 29

Sujet	Mesure d'activité	Catégorie	Unité de mesure	Code	Données	Référence						
Emballage et distribution des produits	Empreinte totale de gaz à effet de serre (GES) des expéditions de produits	Quantitative	Tonnes métriques (t) CO ₂ -e	CG-EC-410a.1	Transport et distribution en amont :	Informations sur le climat du CDP 2021 (C6,5)						
					<table border="1"> <thead> <tr> <th>2019</th> <th>2020</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>527 081</td> <td>Disponible plus tard au courant de l'année 2022</td> <td>Disponible en 2023</td> </tr> </tbody> </table> <p>Émissions calculées à partir des données primaires en tonnes métriques/km tirées des systèmes internes de Gap, multipliées par les facteurs d'émissions de transport des produits du ministère de l'environnement, de l'alimentation et des affaires rurales du Royaume-Uni. Cela représente les émissions de nos fournisseurs à nos centres de distribution.</p> <p>Transport et distribution en aval :</p>		2019	2020	2021	527 081	Disponible plus tard au courant de l'année 2022	Disponible en 2023
2019	2020	2021										
527 081	Disponible plus tard au courant de l'année 2022	Disponible en 2023										
					<table border="1"> <thead> <tr> <th>2019</th> <th>2020</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>39,413</td> <td>130,604</td> <td>Disponible plus tard au courant de l'année 2022</td> </tr> </tbody> </table> <p>Émissions calculées à partir des données primaires en tonnes métriques/km tirées des systèmes internes de Gap, multipliées par les facteurs d'émissions de transport des produits du ministère de l'environnement, de l'alimentation et des affaires rurales du Royaume-Uni. En 2020, nous avons également commencé à recevoir des informations supplémentaires sur les émissions de la part d'UPS, qui représentent les émissions provenant des expéditions en ligne des centres de distribution aux clients ou des méthodes d'expédition à partir du magasin. Les données UPS sont vérifiées par SGS.</p>	2019	2020	2021	39,413	130,604	Disponible plus tard au courant de l'année 2022	
2019	2020	2021										
39,413	130,604	Disponible plus tard au courant de l'année 2022										
	Discussion sur les stratégies de réduction de l'impact environnemental de la livraison des produits	Discussion et analyse	S. O.	CG-EC-410a.2	<p>Gap Inc. est signataire de l'Artic Corporate Shipping Pledge, créé en partenariat avec Ocean Conservancy. Cet engagement consiste à ne jamais envoyer intentionnellement de navires dans l'écosystème fragile de l'Arctique.</p> <p>Gap Inc. est également membre du partenariat SmartWay Transport de l'Agence de protection de l'environnement (EPA), une initiative qui permet aux entreprises de transporter leurs marchandises de la manière la plus propre et la plus écoénergétique possible afin de protéger la santé publique et de réduire les émissions. Gap Inc. a été récompensé par L'EPA avec le prix d'Excellence SmartWay Freight Partner 2020.</p>	Rapport ESG : gestion du climat p. 27						
Mesures d'activité	Mesure de l'activité de l'utilisateur définie par l'entité	Quantitative	Numéro	CG-EC-000.A	Total des commandes mondiales en ligne (à l'exclusion des franchises)							
					<table border="1"> <tbody> <tr> <td>EXERCICE 2019</td> <td>55 872 090</td> </tr> <tr> <td>L'EXERCICE 2020</td> <td>86 261 667</td> </tr> <tr> <td>EXERCICE 2021</td> <td>83 997 807</td> </tr> </tbody> </table> <p>Ces données comprennent les commandes passées dans les magasins spécialisés des États-Unis (Web et application), l'usine des États-Unis, au Canada, au Japon, dans l'Union européenne et au Royaume-Uni. Elles ne comprennent pas les franchises, les annulations ou les retours.</p>	EXERCICE 2019	55 872 090	L'EXERCICE 2020	86 261 667	EXERCICE 2021	83 997 807	
EXERCICE 2019	55 872 090											
L'EXERCICE 2020	86 261 667											
EXERCICE 2021	83 997 807											
	Nombre d'unités de livraison :	Quantitative	Numéro	CG-EC-000.C	Total Des Colis							
					<table border="1"> <tbody> <tr> <td>EXERCICE 2019</td> <td>77,625,502</td> </tr> <tr> <td>EXERCICE 2020</td> <td>145 512 653</td> </tr> <tr> <td>EXERCICE 2021</td> <td>124 463 015</td> </tr> </tbody> </table> <p>Ces données comprennent les colis transportés aux États-Unis, au Canada, dans l'Union européenne et au Japon.</p>	EXERCICE 2019	77,625,502	EXERCICE 2020	145 512 653	EXERCICE 2021	124 463 015	
EXERCICE 2019	77,625,502											
EXERCICE 2020	145 512 653											
EXERCICE 2021	124 463 015											

Sujet	Mesure d'activité	Catégorie	Unité de mesure	Code	Données	Référence												
Détaillants et distributeurs multi-lignes et spécialisés																		
Approvisionnement en produits, emballage et commercialisation	Discussion sur les stratégies de réduction de l'impact environnemental de l'emballage des produits	Discussion et analyse	S. O.	CG-MR-410a.3	<p>En 2021, Gap Inc. a rejoint un groupe de travail inter-marques initié par le Fashion Pact pour rechercher et développer des alternatives aux sacs faits à base de papier aux sacs en polyéthylène.</p> <p>Après le lancement de nouvelles enveloppes en polymère qui contiennent 50 % de matières recyclées (contre à 35 % en 2020), l'équipe a décidé de commander une évaluation du cycle de vie afin d'évaluer l'impact et la performance de trois solutions de rechange à l'enveloppe actuelle de Gap Inc : le papier, le biosourcé et le réutilisable. Cela garantira une stratégie basée sur les données à l'avenir.</p>	<p>Rapport ESG : Circularité et déchets p. 44</p> <p>Pages Web sur la durabilité : Circularité et déchets</p>												
Mesures d'activité	Nombre de : (1) points de vente au détail et (2) centres de distribution	Quantitative	Numéro	CG-MR-000.A	<p>Les données font référence aux chiffres de fin d'année.</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>Points de vente au détail</th> <th>2019</th> <th>2020</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Magasins exploités par la société</td> <td>3 345</td> <td>3 100</td> <td>2 835</td> </tr> <tr> <td>Franchises</td> <td>574</td> <td>615</td> <td>564</td> </tr> </tbody> </table>	Points de vente au détail	2019	2020	2021	Magasins exploités par la société	3 345	3 100	2 835	Franchises	574	615	564	Exercice 2110-K p. 30
Points de vente au détail	2019	2020	2021															
Magasins exploités par la société	3 345	3 100	2 835															
Franchises	574	615	564															
	Superficie totale de : (1) espace commercial et (2) centres de distribution	Quantitative	Mètres carrés (m ²)	CG-MR-000.B	<table border="1"> <thead> <tr> <th></th> <th>2019</th> <th>2020</th> <th>2021</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Espace commercial (en pieds carrés)</td> <td>37 millions</td> <td>34,6 millions</td> <td>33,3 millions</td> </tr> <tr> <td>Espace commercial (mètres carrés)</td> <td>3,4 millions</td> <td>3,2 millions</td> <td>3,1 millions</td> </tr> </tbody> </table>		2019	2020	2021	Espace commercial (en pieds carrés)	37 millions	34,6 millions	33,3 millions	Espace commercial (mètres carrés)	3,4 millions	3,2 millions	3,1 millions	<p>Exercice 2110-K p. 30</p> <p>Exercice 2010-K p. 30</p>
	2019	2020	2021															
Espace commercial (en pieds carrés)	37 millions	34,6 millions	33,3 millions															
Espace commercial (mètres carrés)	3,4 millions	3,2 millions	3,1 millions															

GROUPE DE TRAVAIL SUR LA PUBLICATION D'INFORMATIONS FINANCIÈRES RELATIVES AU CLIMAT (TCFD)

L'inclusion d'informations contenues dans cette communication ne doit pas être interprétée comme une description de l'importance ou de l'impact financier de ces informations pour les investisseurs de Gap Inc. Pour une discussion sur les risques importants pour les investisseurs de Gap Inc., veuillez consulter notre **Rapport annuel sur formulaire 10-K** pour l'exercice clos le 29 janvier 2022 auprès de la Securities and Exchange Commission (SEC) et les documents ultérieurs auprès de la SEC. Étant donné l'incertitude inhérente à la prévision et à la modélisation des conditions futures, il faut faire preuve de prudence dans l'interprétation des informations fournies ci-dessous. De plus, les contrôles, les processus, les pratiques et les structures décrits dans la présente communication ne sont pas censés fournir une représentation, une garantie ou toute autre assurance que ces contrôles, processus, pratiques et infrastructures aboutiront à des résultats spécifiques.

Mesures du TCFD	Réponse de l'entreprise
GOUVERNANCE	
a) Décrire la supervision par le conseil d'administration des risques et des opportunités liés au climat.	Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (C1.1, C1.1a, C1.1b, C1.2, C1.2a) Rapport ESG : Gouvernance > Gestion des risques (p. 48)
b) Décrire le rôle de la direction dans l'évaluation et la gestion des risques et opportunités liés au climat.	Informations du CDP 2021 sur les changements climatiques 2021 : (C1.2, C1.2a, C2.2) Rapport ESG : Gouvernance > Structure de supervision (p. 47) > Sectorisation organisationnelle
STRATÉGIE	
a) Décrire les risques et les opportunités liés au climat que l'organisation a identifiés à court, moyen et long terme.	Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (C2.1a, C2.1b, C2.2, C2.2a, C2.3, C2.3a, C2.4a) > Matérialité > Pratiques commerciales responsables
b) Décrire l'impact des risques et des opportunités liés au climat sur les activités, la stratégie et la planification financière de l'organisation.	Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (C2.3a, C2.4a, C3.1, C3.2, C3.2b, C3.3, C3.4)
c) Décrire la résilience de la stratégie de l'organisation, en tenant compte de différents scénarios liés au climat, y compris un Scénario de 2 °C ou moins.	Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (C2, C3.2b, C3.3) Gap Inc. prévoit effectuer une analyse de scénarios liés au climat en 2022.

Mesures du TCFD

Réponse de l'entreprise

GESTION DES RISQUES

- a) Décrire les processus mis en place par l'organisation pour déterminer et évaluer les risques liés au climat.
- b) Décrire les processus de l'organisation pour la gestion des risques liés au climat.
- c) Décrire comment les processus d'identification, d'évaluation et de gestion des risques liés au climat sont intégrés à la gestion globale des risques de l'entreprise.

Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (C2.1, C 2.2, C 2.2a)

› **Pratiques commerciales responsables**

Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (C2.1, C2.2, C2.3a, C12.1a, C12.1b)

› **Pratiques commerciales responsables**

› **Matérialité**

Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (C1.1b, C 2.2, C 2.3a)

› **Pratiques commerciales responsables**

MESURES

- a) Indiquer les mesures utilisées par l'organisation pour évaluer les risques et les opportunités liés au climat, conformément à sa stratégie et le processus de gestion des risques.
- b) Indiquer les émissions de gaz à effet de serre (GES) de niveau 1, niveau 2 et, le cas échéant, de niveau 3, ainsi que les risques qui y sont associés.
- c) Décrire les cibles utilisées par l'organisation pour gérer les risques et les opportunités liés au climat et les performances par rapport aux cibles.

Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (C1. 3a, C2. 3a, C2. 4a, C4. 1a, C4. 2a, C4. 3b, C5, C6, C7, C8, C11)

Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (W8, 1a, W8, 1b)

Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (C4. 1a, C5. 1, C5.2, C6.1, C6.2, C6.3, C6. 5, C. 7)

Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (C4. 1, C4. 1a, C4. 2, C4. 2a)

Informations du CDP sur les changements climatiques 2021 : (W8, 1a, W8, 1b)

Rapport ESG : enrichir les communautés › gestion du climat (p. 39)

RAPPORT ESG 2021

INCLUSIFS, DEPUIS



TOUJOURS

Gap Inc.