



Rica Levy International



A l'attention de Mr Ban Ki-Moon
Secrétaire général de l'ONU

Carros, le 17 avril 2019

Rica Levy International, née en 1928 à Marseille est engagé au Pacte Mondial de L'ONU depuis 2007.

Leader dans la distribution de jeans en GMS Européenne, Rica Levy International applique une politique cohérente et ambitieuse en matière de développement durable et notamment auprès de ses fournisseurs ; pour ses marques Rica Lewis, Ober, RLW Tech et la marque de distributeur.

Notre prise en compte permanente et équilibrée des enjeux économiques, sociaux et environnementaux, tout comme la qualité de nos relations avec l'ensemble des parties prenantes constitue une démarche permanente de Rica Levy International.

Ainsi en 2018, les jeans à base de fibres bio et recyclées ont vu le jour, et, en 2019 le concept My planet Jeans utilisant la technologie Jeanologia (délavage à l'ozone et lazer n'utilisant pas d'eau ni produits chimiques verra le jour, une preuve concrète de nos démarches de progrès.

Je souhaite renouveler, avec conviction, mon attachement aux valeurs du Pacte Mondial de l'ONU pour cette nouvelle année et rendre lisible quelques-unes de nos actions et de nos objectifs.

David Viallaron,
Directeur Général.

~~RICA LEVY INTERNATIONAL
Z.I. de Carros - NICE - 1470 Av. 6001 Mètres
B.P. 151 - 06513 CARROS CEDEX
Tél. 04 93 29 13 21
Télécopie 04 93 29 13 21
SIRET 341 159 507 00076 - APE 4642Z~~



Uffici operativi Italia :
Fraz. Cussanio 11, 12045 Fossano (Cn)
servizio.clienti@ricalewis.com
Tel: +39. (0) 172.65.32.11

Bureau Russie :
Lesnoy Pereulok 4th, Bldg 13, Moscow 125047
Tel : +7495 775-51-92
Fax : +7495 775-51-93



Rica Levy International SA - Z.I. de Carros - 1^{ère} Avenue - 6001 M - BP 151 - 06513 Carros Cedex
Tél. +334 92 08 21 21 - Fax : +334 93 29 13 21 - www.ricalewis.com
Siret : 341 159 507 00076 - APE 4642Z - TVA Intracommunautaire FR 08341159507 - Capital : 3 500 000 Euros

LA POLITIQUE DE L'ENTREPRISE

Fort de son positionnement et de son héritage de plus de 90 ans de savoir-faire, Rica Levy International a prouvé ces dernières années, qu'elle restait une entreprise incontournable de son secteur : précurseur dans sa stratégie de développement et innovante à travers son département de R&D Denim RL Lab.

Toujours aussi stricte sur sa politique RSE et sa volonté de proposer des produits toujours plus techniques, performants et surtout toujours plus propres, Rica Levy International continue son ascension vers le développement durable grâce à des techniques de délavage ne nécessitant plus aucune goutte d'eau via la gamme « My Planet », qui sera commercialisée à compter du 2^{ème} semestre 2019.

La prise en compte constante et équilibrée des enjeux économiques, sociaux et environnementaux ainsi que la qualité des relations avec l'ensemble des parties prenantes constituent une démarche de progrès permanente de Rica Levy International.

LES DROITS DE L'HOMME, principes 1 et 2

De manière générale, Rica Levy International adhère aux principes de la Déclaration Universelle des Droits de l'Homme de 1948, de l'Organisation Internationale du Travail (OIT) et en particulier des conventions relatives à la protection des travailleurs, à l'interdiction du travail forcé et du travail des enfants.

En plus de son engagement avec le Global Compact depuis 2007, Rica Levy International est certifié par 3 autres organismes, tous basés sur les Droits de l'Homme, le social et l'environnement :

- La certification ISO 9001 : 2015 (renouvelée en juillet 2018)
- Le Label « PME+ » (renouvelée en novembre 2018)
- BSCI (Business Social Compliance Initiative) (renouvelée en mars 2019)

Rica Levy International a pour vocation de fédérer ses parties prenantes à sa politique RSE et à toutes les règles éthiques qui en découlent de manière plus générale. Ainsi depuis 2018, notre Administrateur intervient régulièrement lors de réunions sur cette thématique auprès de différentes sociétés ou établissements. Il est également le porte-parole du label PME+ de la FEEF (Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France) accompagne de ce fait de nombreuses PME françaises dans la concrétisation de leur démarche de progrès (ANNEXE 1).

De manière plus générale, toutes nos parties prenantes ont un accès libre à nos valeurs via notre site internet où elles peuvent les consulter et les télécharger, une page internet spécifique étant dédiée à notre démarche RSE :

https://www.ricalewis.com/media/RSE_RicaLewis.pdf

Nous rédigeons également régulièrement des articles sur notre blog en ligne, qui présentent les différentes actions que nous menons et les partageons sur les réseaux sociaux (à titre d'exemple les publications du réseau B2B N°1 LinkedIn ont été vues plus de 16500 fois, avec un très bon taux d'interaction de + de 8%, alors qu'un bon taux moyen sur les réseaux sociaux avoisine plutôt les 1%). En 2018, nos articles blog ayant pour sujet notre démarche de progrès ont été consultés 468 fois, ce qui représente environ 20% des consultations blog totales (ANNEXE 2).

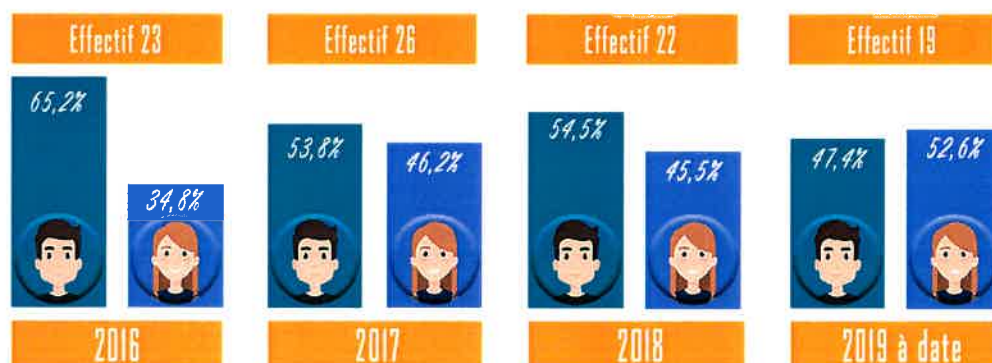
<https://www.ricalewis.com/blog/category/developpement-durable/>

Nos publications RSE sont également largement diffusées à notre fichier clients pour la France et l'Export lors de nos campagnes d'emailing publicitaires ou informatifs (en accord avec les normes RGPD en vigueur) (ANNEXE 3).

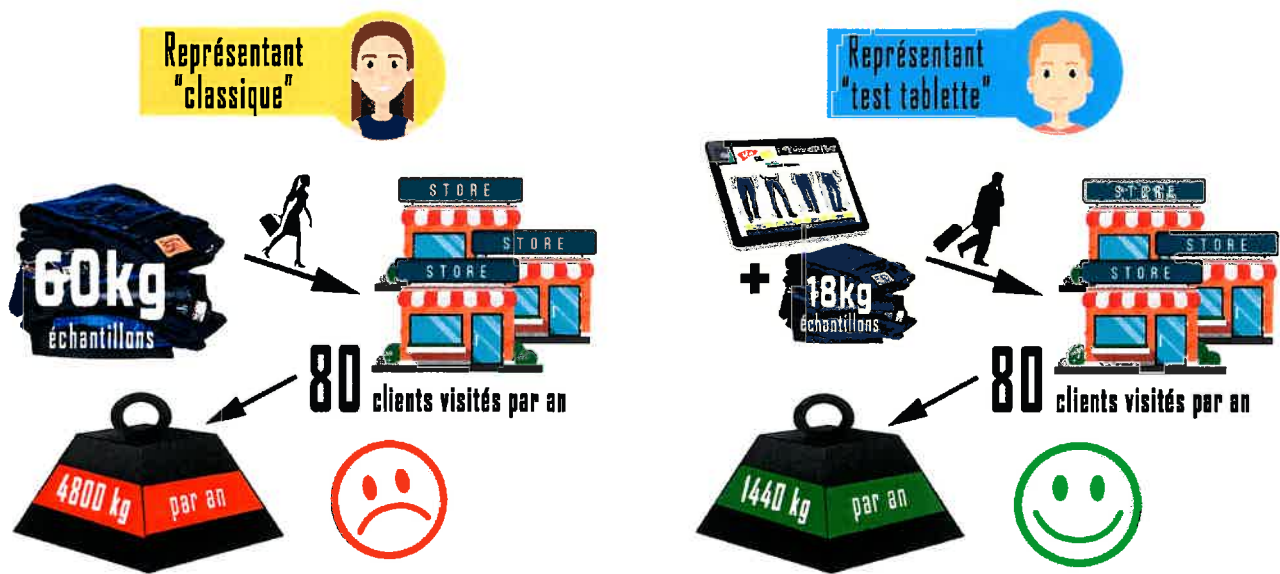
CONDITIONS DE TRAVAIL, principes 3, 4, 5 et 6

L'implication de ses collaborateurs est un axe prioritaire dans la stratégie de management de Rica Levy International. Tout le personnel a de ce fait participé à un atelier d'une journée dédié au « Design Thinking » (intelligence collective) et pendant lequel de nombreux axes d'amélioration ont été remontés à la Direction et seront pour certains mis en pratique à plus ou moins long terme (ANNEXE 4).

Rica Levy International souhaite rétablir la parité dans ses équipes et s'emploie à intégrer autant de collaborateurs masculins que féminins, l'évolution est notable depuis 2016 :



La société travaille sur différents axes d'amélioration concernant son équipe commerciale terrain, notamment au niveau de la gestion des échantillons de collection qui seront présentés aux clients. Notre secteur d'activité demande en effet d'assumer un poids et un volume d'échantillons conséquent. Afin d'y palier et de faciliter le quotidien de notre équipe de vente, nous avons décidé de mener un test et d'équiper certains de nos collaborateurs de tablettes numériques sur lesquelles les produits sont présentés en photo et non plus physiquement comme habituellement. Un représentant « classique » est équipé de 4 sacs d'échantillons d'environ 15 kg chacun et visite en moyenne 80 clients sur une année, ce qui représente approximativement 4 tonnes d'échantillons transportés. En passant sur tablette ce volume peut être réduit de 70% environ sur une année, le 100% photos n'étant pas envisageable dans notre secteur d'activité.



ENVIRONNEMENT, principes 7, 8 et 9

Rica Levy International cherche à réduire la production de déchets à la source avec ses partenaires, par la mise en place d'initiatives de prévention concrètes telles que la dématérialisation des documents commerciaux, une action notable au niveau de la facturation notamment :



Cette mesure s'applique également au niveau de nos process de traitement e-commerce. En effet, précédemment dans le cas d'un retour client avec demande de remboursement nous envoyions un chèque par courrier, depuis le début d'année 2019 nous procédons maintenant à un remboursement par voie électronique en recreditant directement le compte bancaire du client. En 2018 nous avons envoyé 145 chèques, nous concrétisons donc là une économie papier à 100% sur ce pôle.

Notre société se préoccupe des effets du dérèglement climatique et agit dans sa sphère d'influence afin d'en minimiser les conséquences, notamment au niveau de l'empreinte CO2. Plusieurs postes ont ainsi été repensés :

- bien qu' actuellement sur une source d'approvisionnement en mono-pays au Pakistan, nous avons mis en place une politique d'optimisation du remplissage des conteneurs, ainsi en 2018 nous avons fait venir 72 container de marchandise et en 2019 nous prévoyons d'en faire venir 66 pour un même volume d'achat, soit une économie de transport de près de 9%.
- nous avons choisis de regrouper les rendez-vous en clientèle de nos collaborateurs de telle manière à limiter leurs déplacements en avion. Ce nouvel arrangement nous a permis de réduire l'empreinte CO2 laissée par ces voyages d'affaires d'environ 19% en 2018 par rapport à 2017.

Également, Rica Levy International a conscience qu'en réduisant sa dépendance énergétique, les performances économiques et environnementales seront favorisées. Dans ce but tous les salariés sont à présent regroupés dans un espace de bureau en open space, permettant ainsi une économie d'énergie conséquente.

Le produit en tant que tel est également impacté par ces nouvelles mesures :

- Les cintres utilisés sont tous en plastique recyclé et notre consommation a été revue à la baisse, - 19,52% entre 2017 et 2018.
- Le packaging cartonné a été revue, réduit et mutualisé afin de limiter la production de déchet, et nous avons choisi de le réaliser en carton recyclé. De plus au dos de chaque étiquette sont mentionnées les valeurs de la société (ANNEXE 5).
- 2 modèles éco-responsables ont vu le jour en 2018, un modèle en denim en coton recyclé à hauteur de 24% (ANNEXE 6) et un modèle en coton 100% bio, une exclusivité de l'enseigne CASINO (ANNEXE 7).

À l'avenir Rica Levy International tend de plus en plus vers la production et la commercialisation de produit éco-responsable que ce soit au niveau de la fabrication ou au niveau des matières elles-mêmes. L'année 2017 a été en grande partie consacrée à la recherche de nouveaux partenaires « propres » en accord avec les engagements RSE de la société. Ainsi en 2018 plusieurs modèles ont été réalisés par un nouveau partenaire, la société TAIGA, un exemple en matière d'éco-responsabilité au Pakistan, notre pays de production (ANNEXE 8), et nous souhaitons vivement développer notre collaboration avec ce fournisseur pour le futur.



Rica Levy International



LUTTE CONTRE LA CORRUPTION, principe 10

Rica Levy International poursuit ses efforts auprès de ses collaborateurs et ses fournisseurs pour la lutte contre la corruption.

D'un point de vue industriel, nous collaborons exclusivement avec des fabricants en accord avec nos valeurs RSE. Au début de toute nouvelle collaboration nous signons, avec le fabricant, une charte reprenant l'essentiel des principes fondamentaux auxquels adhère la société et que le fabricant s'engage à respecter (ANNEXE 9).



Uffici operativi Italia :
Fraz. Cussanio 11, 12045 Fossano (Cn)
servizio.clienti@ricalewis.com
Tel : +39. (0) 172.65.32.11

Bureau Russie :
Lesnoy Pereulok 4th, Bldg 13, Moscow 125047
Tel : +7495 775-51-92
Fax : +7495 775-51-93



Rica Levy International SA - Z.I. de Carros - 1^{ère} Avenue - 6001 M - BP 151 - 06513 Carros Cedex

Tél. +334 92 08 21 21 - Fax : +334 93 29 13 21 - www.ricalewis.com

Siret : 341 159 507 00076 - APE 4642Z - TVA Intracommunautaire FR 08341159507 - Capital : 3 500 000 Euros

Le Comité Economique

de la Caisse Locale de **Saint-Laurent-du-Var**,
à l'initiative de son Conseil d'Administration,

a le plaisir de vous convier à une réunion sur le thème

LA RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise) : UN OUTIL DE CROISSANCE INDISPENSABLE

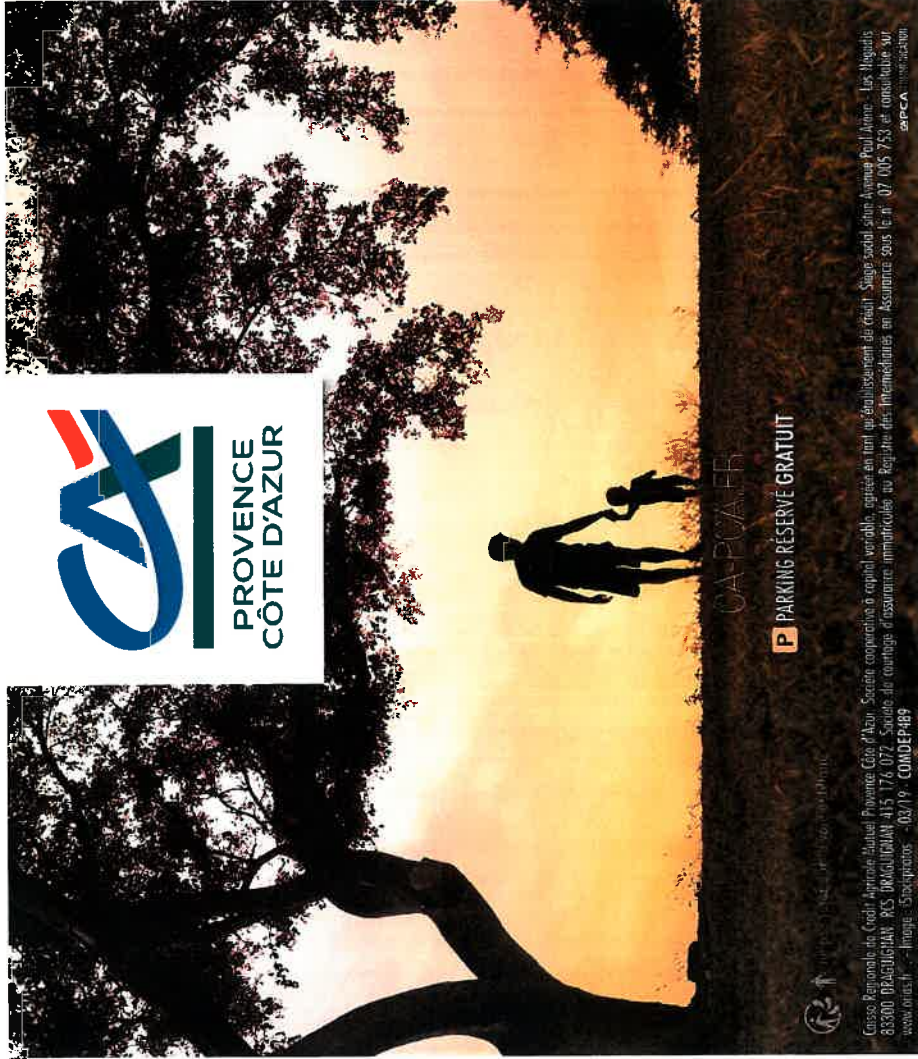
Intervenant : **Dominique LANSON**

Administrateur de Rica Lewis & Président de la Commission Textile de la FEEF
(Fédération des Entreprises et des Entrepreneurs de France)

MARDI 09 AVRIL à 18h00

Siège de Saint-Laurent-du-Var - 111, Avenue Emile Dechame
06700 Saint-Laurent-du-Var

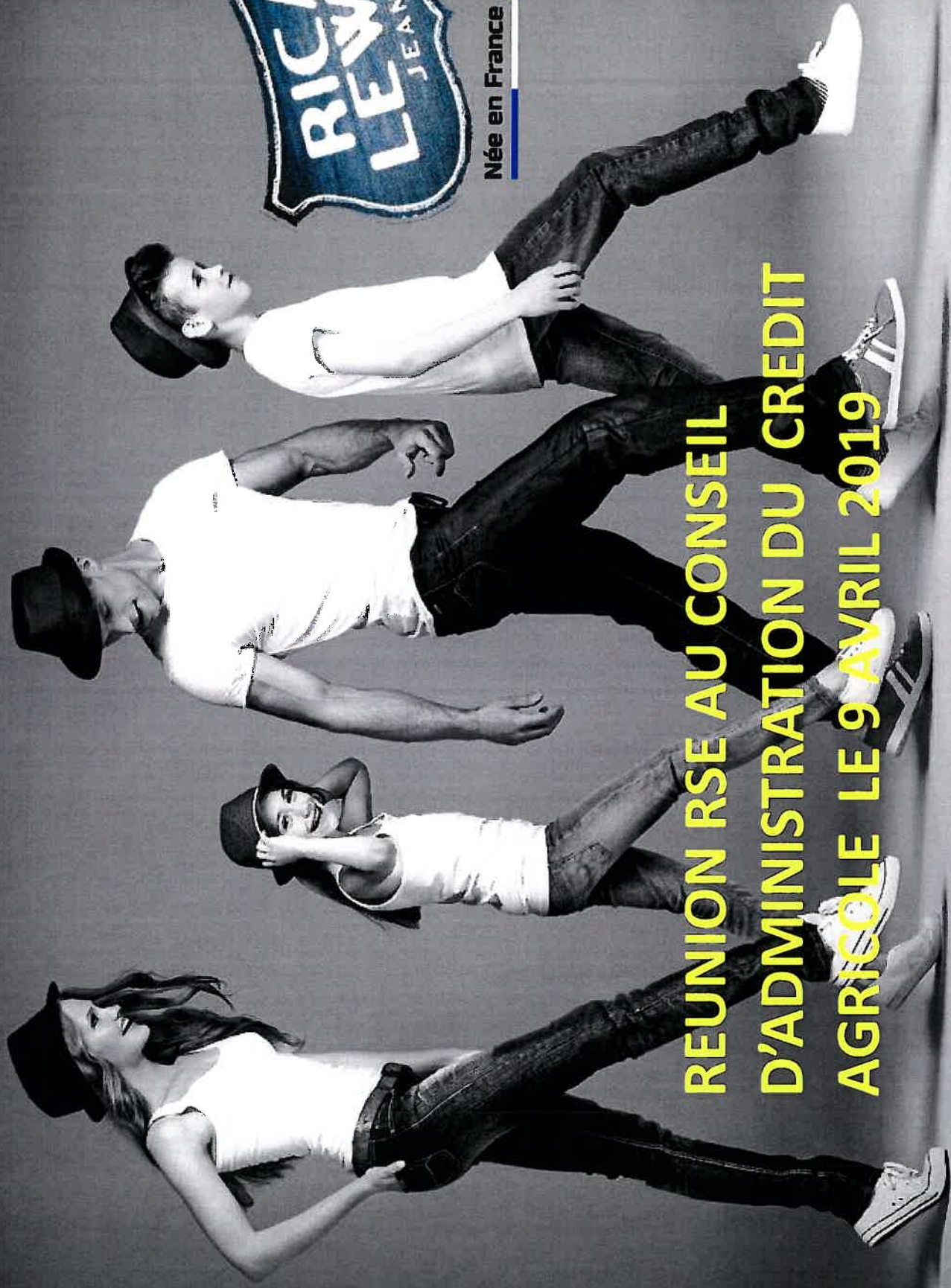
Un lieu à découvrir



Caisses Régionales du Crédit Agricote Baucou Provence Côte d'Azur - Société coopérative à capital variable, agréée en tant qu'établissement de crédit - Siège social : 100 Avenue Paul Aron - Les Négards
83300 ORAZUBERTAIN - RCS DRACON (GIA) 415 176 072 - Société de courtage d'assurance immatriculée au Registre des Intermédiaires en Assurance sous le n° 07 005 733 et constituée sur
www.orca.fr - Image : Stockphotos - 09/19 - COMDEF489



ION RSE AU CONSEIL
MINISTRATION DU CREDIT
LE 9 AVRIL 2019



RICAIS
JEANS

Née en France en 1928

**REUNION RSE AU CONSEIL
D'ADMINISTRATION DU CREDIT
AGRICOLE LE 9 AVRIL 2019**

ORDRE DU JOUR

- Présentation RICA LEWIS
- Qu'est ce que la RSE ?
- Qui sont les parties prenantes ?
- La RSE : est-ce obligatoire ?
- Pourquoi la RSE ?
- Comment faire de la RSE un avantage pour mon entreprise ?
- LA RSE chez Rica Lewis
- Label PME+ adhérent FEEF
- Auto diagnostic VALO RISE
- Echange : questions diverses complémentaires

Qu'est ce que la RSE ?

La RSE (Responsabilité Sociétale des Entreprises) regroupe l'ensemble des pratiques mises en place par les entreprises dans le but de respecter les principes du développement durable c'est-à-dire :

- Être économiquement viable
- Avoir un impact positif sur la société
- Mieux respecter l'environnement

Qu'est ce que la RSE ?

- Cette responsabilité suppose que les entreprises respectent la législation en vigueur mais aussi qu'elles aient engagé une réflexion qui intègre les préoccupations en matière sociale, environnementale, éthique, de droit de l'homme et de consommateurs.

La RSE : Est-ce une idée nouvelle ?

- L'idée de la RSE ne date pas d'aujourd'hui.
- Gouvernance paternaliste des débuts du capitalisme industriel à la fin du 19^{ème}. Les entreprises jouent alors un rôle social majeur au travers de leur fondateur (éducation, habitation, santé de leurs ouvriers) palliant ainsi l'absence de régulation étatique.
- Puis les modèles d'organisation du travail inspirés par Ford et Taylor feront progressivement reculer le modèle paternaliste au profit d'une régulation entre syndicats naissants et patronat. L'Etat est le juge de paix.
- Ce modèle vole en éclat : l'Etat ne garanti plus suffisamment la prise en charge du bien commun, les grandes entreprises n'ont plus d'ancrage territorial visible et les individus perdent confiance dans les institutions.
- C'est précisément dans ce contexte troublé que s'enracine la RSE comme une tentative de réinvention des relations entre entreprises et société.

Qui sont les parties prenantes ?

- Les parties prenantes regroupent l'ensemble des personnes ayant un intérêt dans les activités de l'entreprise :
 - Celles qui participent à la vie économique de l'entreprise : salariés, clients, fournisseurs, consommateurs, actionnaires....
 - Celles qui observent l'entreprise : syndicats, ONG....
 - Celles que l'entreprise influence plus ou moins directement : société civile, collective, locale...

La RSE : est-ce obligatoire ?

- En France depuis 2016, les entreprises cotées en bourse, au CA > 100M€ et avec plus de 500 salariés ont pour obligation de publier des indicateurs RSE vérifiés par un organisme externe.
- Dans les grandes entreprises, il existe la plupart du temps un département dédié à la RSE ou au développement durable

Et vous les PME/ETI : si vous faisiez déjà de la RSE sans le savoir ?

- **Beaucoup de PME/ETI pratiquent déjà la RSE sans le savoir : toutes les actions qui consistent par exemple à réduire les déchets, améliorer l'efficacité des process, réduire les factures énergétiques, le digital, ou améliorer le bien être et la bonne ambiance au travail font partie intégrante de la RSE.**

Pourquoi la RSE ?

=> Une vraie philosophie de l'entrepreneur,

4 valeurs émotionnelles

- « *La vraie vie* »
- « *Parler vrai* »
- « *L'humain au cœur de notre action* »
- « *Prendre soin de l'environnement* »

=> Démarche de progrès continue, économique, social et environnemental.

=> La démarche RSE oblige à s'interroger sur la cohérence du développement de l'entreprise, de sa stratégie et des moyens mis en œuvre.

Comment faire de la RSE un avantage pour mon entreprise ?

- ✓ Management : Poser toutes les bonnes questions pour le développement de l'entreprise de façon sereine et non sous la pression de l'urgence
- ✓ Fédérer et fidéliser ses collaborateurs autour de projets porteurs de sens
- ✓ Source d'économies directes sur le court terme (réduction de la consommation d'énergie, meilleure anticipation des risques...)
- ✓ Un outil de gouvernance générateur de nombreux bénéfices
- ✓ Favoriser l'innovation
- ✓ Se démarquer des concurrents

Comment faire de la RSE un avantage pour mon entreprise ?

- ✓ Travailler sur la confiance et la cohésion des partenaires (parties prenantes)
- ✓ Améliorer l'image de son entreprise et attirer de nouveaux talents.
- ✓ Sécuriser l'avenir de sa société en « restant dans la course »
Les investisseurs ne s'y trompent pas.

Le coût, en temps et en euro, de la démarche RSE n'est pas nécessairement élevé et que des améliorations concrètes et rapides peuvent être obtenues avec un coût faible.

Une étude commanditée par France Stratégie (2016) et menée sur 8 500 entreprises de toutes tailles confirme un écart de l'ordre de 13 % en faveur des résultats économiques des entreprises ayant de bonnes pratiques RSE.

Comment faire de la RSE un avantage pour mon entreprise ?

Si la RSE n'est pas une source de valeur en tant que telle, elle participe activement aux processus de création de valeur donc au capital/marque.

Dans ce cadre, l'avantage compétitif obtenu d'une démarche responsable ne sera durable que s'il est étroitement associé à l'identité de la marque, elle-même nourrie par le capital organisationnel, les valeurs, le mode de gouvernance, la culture, l'histoire et le savoir faire.

Cette association fera alors de la RSE une capacité rare, non substituable, difficilement imitable par les concurrents et impossible à acheter sur le marché.

**Rica Levy
International**

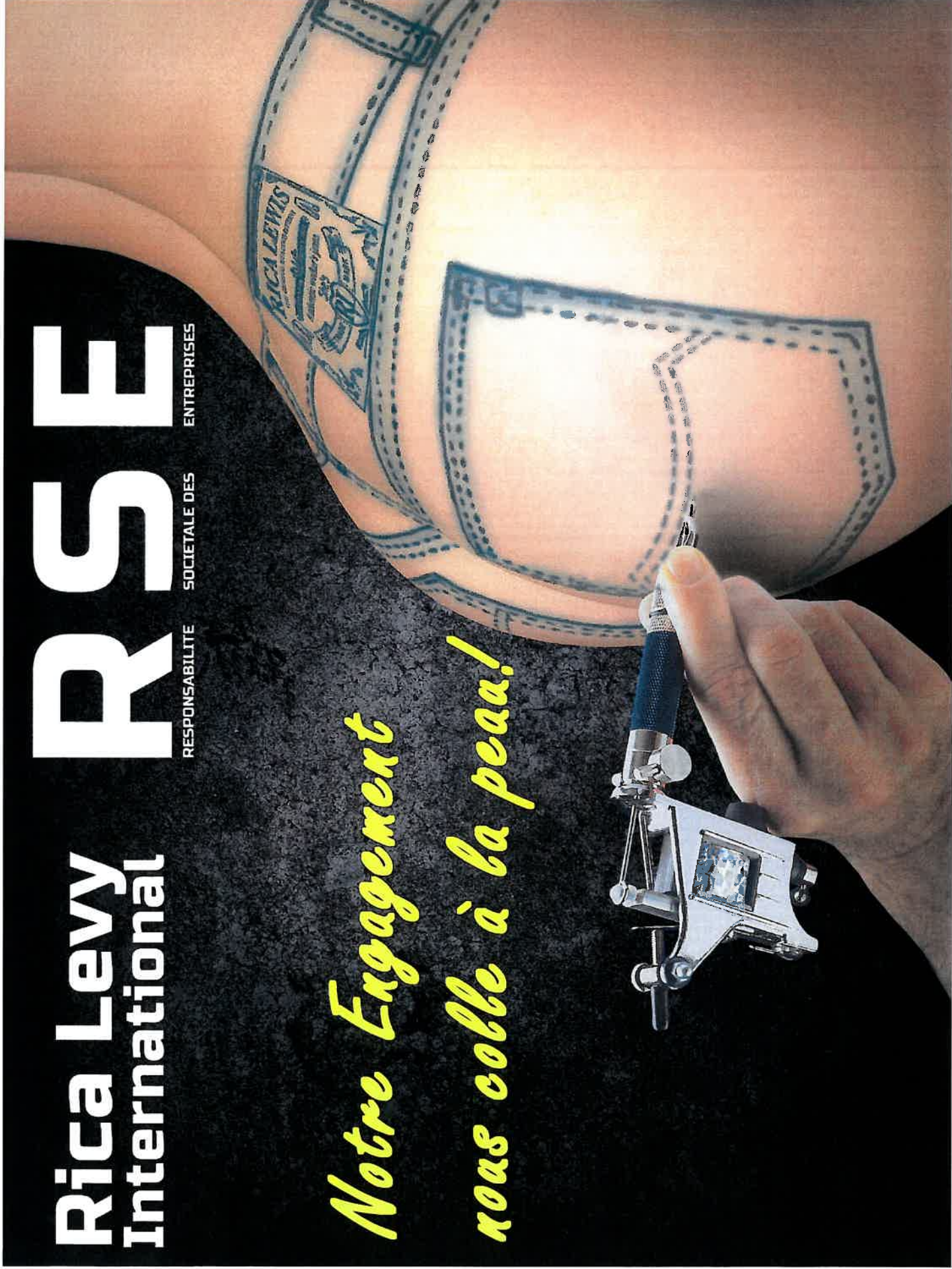
RSE

RESPONSABILITE

SOCIETALE DES

ENTREPRISES

*Notre Engagement
nous colle à la peau!*



Les consommateurs ont confiance dans « leurs »

PME, qu'ils aiment pour leur authenticité, leur savoir-faire, leur simplicité, leur proximité.

Pour eux, l'engagement RSE est naturellement inscrit dans les gènes des PME



- ✦ D'HUMAIN AU CŒUR DE L'ENTREPRISE
- ✦ D'EMPLOI ET DE SOLIDARITE EN REGION
- ✦ D'ENVIRONNEMENT
- ✦ DE QUALITE ET DE SAVOIR FAIRE PRODUIT



@labelPMEplus

La démarche PME+



**Une communauté
d'entrepreneurs engagés
dans une démarche
d'amélioration continue**



**Un niveau d'exigence construit
sur la norme ISO 26000,
avec un contrôle annuel par
ECOCERT Environnement**



**Une signature « PME+ »
apposée sur les packagings
des produits des
entreprises labellisées**



POUR VOS COLLABORATEURS ET VOTRE ENTREPRISE

- Structurer sa démarche RSE et fédérer en interne autour de valeurs partagées
- Intégrer une communauté d'entreprises engagées
- Bénéficier d'actions de communication collective sur les bonnes pratiques des PME



AUPRÈS DE VOS CLIENTS DISTRIBUTEURS

- Proposer une offre produits différenciante par rapport à la concurrence, car créatrice de valeurs
- Enrichir votre relation commerciale
- Apporter des garanties de fiabilité, sécurité, transparence en tant que fournisseur



AUPRÈS DU CONSOMMATEUR

- Lui permettre de repérer visuellement vos produits, via le label imprimé sur vos packaging
- Le rassurer sur la qualité et le savoir faire des produits, et l'éthique de votre entreprise,
- Lui donner les moyens de choisir de consommer de façon plus responsable

La démarche PME+

- 6 thématiques évaluées par un organisme indépendant : ECOCERT

Formalisation et mise en place d'une démarche RSE

Emploi et implication vie locale

Dialogue social, conditions de travail, formation

Transparence pratiques et Sourcing responsables

Produits de qualité, sains et surs

Préservation environnement

AUTO
EVALUATION
VALORISE

<https://www.greenflex.com/wp-content/uploads/2017/11/Referentiel-Valorise-FR.pdf>



CONCLUSION



CARLOS TAVARES LES ECHOS RSEimg20190403_17361442.pdf

mes pas d'accord
nt est l'avenir de
C'est ce qui s'est
agne. On venait
it sur l'argent de
vait pas se passer
ce problème est

er ?
ngère l'équilibre
gé ma vie, c'est le

tile. Regardez dans les armoires, il n'y a pas
un papier dans mon bureau. Même mes
e-mails s'effacent tous les trois mois. On me
donne 1.000 slides PowerPoint à lire par
semaine, mais environ 10 % seulement
méritent d'être lus. Mes équipes savent que
je suis disponible 24/24, mais n'en abusent
pas. Et vice versa. Vous savez, le temps nous
est compté : ma règle, que j'essaie d'appli-
quer tous les jours, c'est 8 heures-18 heures à
pleine intensité au bureau. Parce qu'à
19 heures et quelque je dîne avec mon

partie de mon équilibre de vie.

Vous gérez différemment les jeunes de PSA ?

Les trentenaires me demandent ma vision
sur bon nombre de sujets. Je leur réponds
souvent « c'est à vous de me le dire ! ». Notre
premier plan stratégique était à 3 ans – il
fallait remettre les choses d'équerre. Le
deuxième est à 6 ans, il s'agit de commencer à
donner plus de respiration, notamment à
l'international. Le prochain sera à 9 ans et il
conviendra de dire comment sera PSA en
2030. Nous solliciterons largement les diri-
geants les plus jeunes pour le concevoir, car
ils auront à l'exécuter lorsque je serai à la
retraite.

CARLO STAVARDES

Ces jeunes sont souvent sensibles à d'autres valeurs que leurs aînés...

Nous voyons effectivement monter les cri-
tères de responsabilités sociale et sociétale
de l'entreprise, les questions de sécurité, de
diversité, les différents labels... Je suis tout à
fait en phase avec cela, mais attention à ne
pas se tromper sur l'essentiel. A la fin du
mois, je paie les salaires en euros. Il faut se
méfier du risque d'enfumage et combiner le
« soft » et le « hard ». Si on donne trop
d'importance sur le « soft », l'entreprise
peut vaciller. Comment réagiront les colla-
borateurs si nous remplissons 100 % de nos
objectifs RSE et que nous tombons en
faillite ? ■

Les membres du jury

- MICHEL PÉBEREAU** Président du jury,
président d'honneur de BNP Paribas.
THIERRY BRETON Président-directeur
général d'Atos.
LAURENT BURELLE Président-directeur
général Compagnie Plastic Omnium.
JEAN-DOMINIQUE SENARD Président
de Renault.
LAURENCE BOONE Chef économiste OCDE
HENRI DE CASTRIES Président de l'Institut
Montaigne
DENIS KESSLER Président-directeur général
de SCOR.
DAVID DE ROTHSCHILD Président
de Rothschild & Co.
NICOLAS BARRÉ Directeur de la rédaction
des « Echos ».
MAURICE LÉVY Président du conseil
de surveillance de Publicis Groupe.
PIERRE LOUETTE Président-directeur
général, Groupe Les Echos-Le Parisien
MARIE-HÉLÈNE SERGENT Présidente
du conseil de surveillance de Shan.



Thomas Raffoux

gie de films minces sur mesure, permet-
tant, par exemple, de changer l'apparence
ou la couleur des sols – idéal pour trans-
mettre des informations aux piétons... En
parallèle, le groupe a investi près de Nan-
tes dans la production de filaments 3D sur
mesure pour usages industriels, sous la
marque Kumya.

Ces diversifications sont des paris.
« Elles ne représentent encore que quelques
millions d'euros de chiffre d'affaires, mais
la projection à cinq ans est de les porter à 50,
voire à 100 millions d'euros », indique
Hubert de Boisredon. Dans le même
temps, l'activité de cartouches d'encre
s'est réinventée sous la marque Owa Print
Services, une offre de cartouches « écono-
mie circulaire ». L'entreprise les propose
désormais sous forme de services avec un
coût à la page imprimée. « Un vrai engage-
ment », note Hubert de Boisredon.

L'activité d'Armor repose sur une usine
centrale, près de Nantes. Celle-ci fabrique
les rouleaux encrés semi-finis ou « jum-
bos », lesquels sont exportés pour être
transformés par des unités desservant
des marchés nationaux (la moitié des
ventes maison se font hors d'Europe).
Maillant la planète, le groupe a récem-
ment planté des drapeaux en Turquie, en
Colombie, au Kenya, tout en se renforçant
aux Etats-Unis. Ce modèle de « co-indus-
trialisat[i]on » rejaillit sur l'activité nantaise
du groupe, où 300 emplois ont été créés
en six ans. Armor emploie à ce jour
2.000 salariés, dont 800 dans sa ville d'ori-
gine. Le management et les salariés
détiennent 75 % du capital. Des actionnai-
res un peu particuliers, qui ont su mobili-
ser près de 200 millions d'euros d'investis-
sement en 15 ans, et qui envisagent de
faire de nouvelles acquisitions cette
année. ■

métamorphose
avoir-faire fon-
formulation et
minces sur films
microns, soit le
t d'un cheveu.
ne cesse de la
ans. Elle a ainsi
solaires orga-

ennent

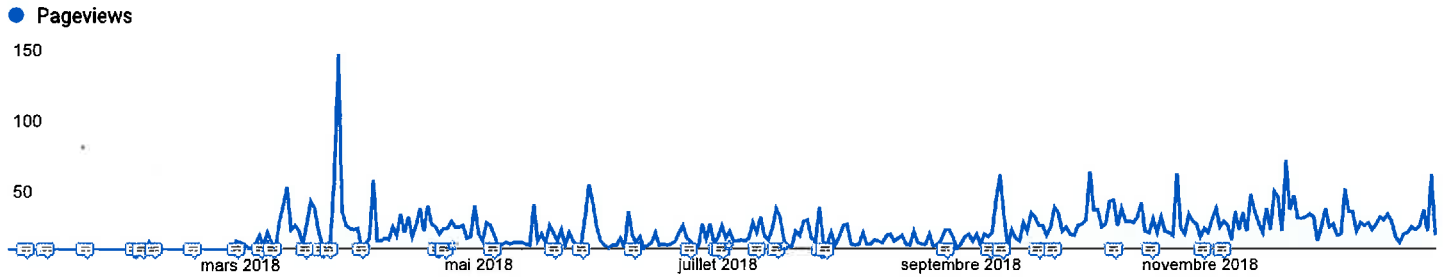
um ni métaux
ans collecteurs
de des batteries
ment, ce HEC
lé son groupe
es aux proprié-
nor Advanced
ate à venir étof-
lune technolo-

Pages

Tous les utilisateurs
100,00 %, Pageviews

1 janv. 2018 - 31 déc. 2018

Explorer



Ces données ont été filtrées à l'aide d'un filtre avancé.

Page	Pageviews	Unique Pageviews	Avg. Time on Page	Entrances	Bounce Rate	% Exit	Page Value
	4 633 % of Total: 0,72 % (641 641)	3 664 % of Total: 0,80 % (457 679)	00:01:09 Avg for View: 00:00:35 (93,54 %)	1 614 % of Total: 1,22 % (132 224)	67,78 % Avg for View: 37,97 % (78,53 %)	38,98 % Avg for View: 20,61 % (89,16 %)	0,06 € % of Total: 3,47 % (1,86 €)
1. /blog/	1 102 (23,79 %)	723 (19,73 %)	00:00:50	108 (6,69 %)	52,78 %	20,96 %	0,33 € (506,78 %)
2. /blog/guide-coupees-jeans-femme-rica-lewis.html	314 (6,78 %)	267 (7,29 %)	00:02:20	225 (13,94 %)	67,11 %	61,78 %	0,00 € (0,00 %)
3. /blog/histoire-delavage-jeans.html	223 (4,81 %)	203 (5,54 %)	00:02:58	171 (10,59 %)	88,89 %	79,37 %	0,00 € (0,00 %)
4. /blog/morphologie-jeans-femme.html	175 (3,78 %)	144 (3,93 %)	00:01:42	102 (6,32 %)	66,67 %	54,29 %	0,00 € (0,00 %)
5. /blog/origines-du-chino-et-cargo.html	175 (3,78 %)	148 (4,04 %)	00:00:50	48 (2,97 %)	68,75 %	30,86 %	0,00 € (0,00 %)
6. /blog/rendre-jeans-neuf-plus-souple.html	141 (3,04 %)	124 (3,38 %)	00:01:44	76 (4,71 %)	53,95 %	41,84 %	0,00 € (0,00 %)
7. /blog/jeans-confort-activ-denim.html	137 (2,96 %)	117 (3,19 %)	00:01:09	63 (3,90 %)	47,62 %	37,23 %	0,00 € (0,00 %)
8. /blog/tendances-jeans-ete18-rica-lewis.html	130 (2,81 %)	103 (2,81 %)	00:00:59	83 (5,14 %)	89,16 %	64,62 %	0,00 € (0,00 %)
9. /blog/rica-lewis-jeans-histoire-france.html	119 (2,57 %)	107 (2,92 %)	00:03:25	61 (3,78 %)	70,49 %	59,66 %	0,00 € (0,00 %)
10. /blog/Collaboration-Keith-Haring-Rica-Lewis.html	117 (2,53 %)	92 (2,51 %)	00:01:24	75 (4,65 %)	69,33 %	52,14 %	0,00 € (0,00 %)
11. /blog/rica-lewis-lancement-capsule-anniversaire-90-ans.html	114 (2,46 %)	95 (2,59 %)	00:00:30	10 (0,62 %)	60,00 %	28,07 %	0,00 € (0,00 %)
12. /blog/guide-fit-jeans-rica-lewis.html	109 (2,35 %)	100 (2,73 %)	00:01:42	53 (3,28 %)	73,58 %	53,21 %	0,00 € (0,00 %)
13. /blog	106 (2,29 %)	78 (2,13 %)	00:00:42	12 (0,74 %)	16,67 %	22,64 %	0,00 € (0,00 %)
14. /blog/jeans-femme-seconde-peau.html	105 (2,27 %)	98 (2,67 %)	00:01:03	36 (2,23 %)	72,22 %	43,81 %	0,00 € (0,00 %)
15. /blog/category/mode/	102 (2,20 %)	69 (1,88 %)	00:00:35	3 (0,19 %)	0,00 %	10,78 %	0,00 € (0,00 %)
16. /blog/rica-lewis-jeans-homme-thermolite-chaud-innovation.html	99 (2,14 %)	81 (2,21 %)	00:01:19	64 (3,97 %)	50,00 %	46,46 %	0,00 € (0,00 %)
17. /blog/rica-lewis-jeans-recycle-RSE.html	88 (1,90 %)	75 (2,05 %)	00:01:40	41 (2,54 %)	70,73 %	47,73 %	0,00 € (0,00 %)
18. /blog/reussir-son-revers-de-jeans.html	85 (1,83 %)	74 (2,02 %)	00:01:08	27 (1,67 %)	48,15 %	36,47 %	0,00 € (0,00 %)
19. /blog/Rica-lewis-revolutionne-process-delavage-jeans.html	78 (1,68 %)	61 (1,66 %)	00:01:49	34 (2,11 %)	88,24 %	56,41 %	0,00 € (0,00 %)
20. /blog/category/developpement-durable/	75	56	00:00:42	2	50,00 %	14,67 %	0,00 €

20.	/blog/category/developpement-durable/	70 (1,62 %)	62 (1,53 %)	00:00:43	28 (0,12 %)	50,00 %	38,57 %	0,00 € (0,00 %)
21.	/blog/vie-jeans-homme-.html	64 (1,38 %)	50 (1,36 %)	00:00:55	2 (0,12 %)	0,00 %	23,44 %	0,00 € (0,00 %)
22.	/blog/category/corporate/	59 (1,27 %)	55 (1,50 %)	00:01:48	21 (1,30 %)	90,48 %	52,54 %	0,00 € (0,00 %)
23.	/blog/fake-news-jeans.html	57 (1,23 %)	38 (1,04 %)	00:00:16	3 (0,19 %)	66,67 %	7,02 %	0,00 € (0,00 %)
24.	/blog/category/innovation/	55 (1,19 %)	43 (1,17 %)	00:01:05	14 (0,87 %)	78,57 %	30,91 %	0,00 € (0,00 %)
25.	/blog/Indigo-Rica-Lewis-Origine-Jeans.html	47 (1,01 %)	44 (1,20 %)	00:01:20	26 (1,61 %)	92,31 %	59,57 %	0,00 € (0,00 %)
26.	/blog/comment-porter-la-veste-en-jeans.html	47 (1,01 %)	42 (1,15 %)	00:01:11	17 (1,05 %)	70,59 %	55,32 %	0,00 € (0,00 %)
27.	/blog/origine-sweat-shirt.html	42 (0,91 %)	35 (0,96 %)	00:02:05	13 (0,81 %)	76,92 %	40,48 %	0,00 € (0,00 %)
28.	/blog/rica-lewis-empreinte-carbone.html	42 (0,91 %)	33 (0,90 %)	00:01:21	19 (1,18 %)	84,21 %	47,62 %	0,00 € (0,00 %)
29.	/blog/rica-lewis-pacte-onu-developpement-responsable.html	38 (0,82 %)	29 (0,79 %)	00:00:38	14 (0,87 %)	57,14 %	36,84 %	0,00 € (0,00 %)
30.	/blog/qualite-jeans-rica-lewis.html	36 (0,78 %)	30 (0,82 %)	00:01:55	7 (0,43 %)	71,43 %	33,33 %	0,00 € (0,00 %)
31.	/blog/jeans-respirant-RL80-Fibreflex-COOLMAX-Rica-Lewis.html	35 (0,76 %)	29 (0,79 %)	00:02:02	18 (1,12 %)	72,22 %	45,71 %	0,00 € (0,00 %)
32.	/blog/jeans-respirant-RL80-Fibreflex-COOLMAX.html	35 (0,76 %)	30 (0,82 %)	00:01:33	4 (0,25 %)	50,00 %	34,29 %	0,00 € (0,00 %)
33.	/blog/rica-lewis-jeans-prix-RSE-valeurs-bonnes-pratiques.html	35 (0,76 %)	29 (0,79 %)	00:01:17	16 (0,99 %)	87,50 %	57,14 %	0,00 € (0,00 %)
34.	/blog/rica-lewis-sponsoring-sportif-onn-nice.html	31 (0,67 %)	28 (0,76 %)	00:00:45	17 (1,05 %)	76,47 %	61,29 %	0,00 € (0,00 %)
35.	/blog/comment-laver-son-jeans.html	30 (0,65 %)	27 (0,74 %)	00:01:46	4 (0,25 %)	75,00 %	33,33 %	0,00 € (0,00 %)
36.	/blog/rica-lewis-jeans-femme.html	28 (0,60 %)	24 (0,66 %)	00:00:51	2 (0,12 %)	50,00 %	14,29 %	0,00 € (0,00 %)
37.	/blog/rica-lewis-origine-denim.html	24 (0,52 %)	15 (0,41 %)	00:00:27	0 (0,00 %)	0,00 %	12,50 %	0,00 € (0,00 %)
38.	/blog/?limit=all	24 (0,52 %)	23 (0,63 %)	00:00:37	9 (0,56 %)	77,78 %	45,83 %	0,00 € (0,00 %)
39.	/blog/tendance-jeans-ete-18.html	21 (0,45 %)	16 (0,44 %)	00:02:01	12 (0,74 %)	66,67 %	47,62 %	0,00 € (0,00 %)
40.	/blog/comment-porter-la-veste-en-jens.html	12 (0,26 %)	10 (0,27 %)	00:00:27	4 (0,25 %)	25,00 %	25,00 %	0,00 € (0,00 %)
41.	/blog/tag/1928/	11 (0,24 %)	8 (0,22 %)	00:00:48	4 (0,25 %)	0,00 %	18,18 %	0,00 € (0,00 %)
42.	/blog/tag/rica-lewis/	8 (0,17 %)	5 (0,14 %)	00:02:54	5 (0,31 %)	40,00 %	62,50 %	0,00 € (0,00 %)
43.	/blog/tag/veste/	7 (0,15 %)	7 (0,19 %)	00:01:25	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
44.	/blog/?limit=20	7 (0,15 %)	5 (0,14 %)	00:00:54	3 (0,19 %)	33,33 %	42,86 %	0,00 € (0,00 %)
45.	/blog/tag/denim/	7 (0,15 %)	6 (0,16 %)	00:00:58	1 (0,06 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
46.	/blog/tag/histoire/	7 (0,15 %)	4 (0,11 %)	00:02:21	3 (0,19 %)	0,00 %	42,86 %	0,00 € (0,00 %)
47.	/blog/tag/slim/	6 (0,13 %)	2 (0,05 %)	00:00:03	0 (0,00 %)	0,00 %	16,67 %	0,00 € (0,00 %)
48.	/blog/rica-lewis-jeans-recyclé-RSE.html	6 (0,13 %)	3 (0,08 %)	00:01:32	2 (0,12 %)	0,00 %	33,33 %	0,00 € (0,00 %)
49.	/blog/tag/developpement-durable/	6 (0,13 %)	4 (0,11 %)	00:01:47	2 (0,12 %)	0,00 %	33,33 %	0,00 € (0,00 %)
50.	/blog/tag/jeans/	6 (0,13 %)	3 (0,08 %)	00:02:54	3 (0,19 %)	0,00 %	50,00 %	0,00 € (0,00 %)
51.	/blog/tag/jupe/	6 (0,13 %)	5 (0,14 %)	00:00:40	2 (0,12 %)	50,00 %	50,00 %	0,00 € (0,00 %)
52.	/blog/tag/rica-levy/	5 (0,11 %)	5 (0,14 %)	00:02:18	1 (0,06 %)	100,00 %	60,00 %	0,00 € (0,00 %)
53.	/blog/mon-premier-article.html	5 (0,11 %)	1 (0,03 %)	00:00:07	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
54.	/blog/qualité-jeans-rica-lewis.html	5 (0,11 %)	4 (0,11 %)	00:00:10	3 (0,19 %)	66,67 %	40,00 %	0,00 € (0,00 %)
55.	/blog/tag/rH-ab/							

56.	/blog/tag/rlw-tech/	5 (0,11 %)	4 (0,11 %)	00:00:21	1 (0,06 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
57.	/blog/tag/salopette/	5 (0,11 %)	4 (0,11 %)	00:00:35	3 (0,19 %)	66,67 %	60,00 %	0,00 € (0,00 %)
58.	/blog/tag/straight/	5 (0,11 %)	3 (0,08 %)	00:01:57	2 (0,12 %)	0,00 %	40,00 %	0,00 € (0,00 %)
59.	/blog/?limit=50	4 (0,09 %)	3 (0,08 %)	00:00:45	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
60.	/blog/?p=2	4 (0,09 %)	2 (0,05 %)	00:03:33	2 (0,12 %)	0,00 %	50,00 %	0,00 € (0,00 %)
61.	/blog/rica-lewis-comment-porter-jeans-regular.html	4 (0,09 %)	1 (0,03 %)	00:00:28	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
62.	/blog/tag/mode/	4 (0,09 %)	3 (0,08 %)	00:00:15	2 (0,12 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
63.	/blog/category/mode?limit=all	3 (0,06 %)	3 (0,08 %)	00:00:13	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
64.	/blog/rica-leéis-empreinte-carbone.html	3 (0,06 %)	1 (0,03 %)	00:00:09	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
65.	/blog/rica-lewis-boxer-underwear.html	3 (0,06 %)	2 (0,05 %)	00:00:24	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
66.	/blog/tag/performance/	3 (0,06 %)	3 (0,08 %)	00:00:12	0 (0,00 %)	0,00 %	33,33 %	0,00 € (0,00 %)
67.	/blog/tag/stone-wash/	3 (0,06 %)	2 (0,05 %)	00:01:30	1 (0,06 %)	0,00 %	33,33 %	0,00 € (0,00 %)
68.	/blog/tag/technologie/	3 (0,06 %)	2 (0,05 %)	00:02:54	2 (0,12 %)	50,00 %	66,67 %	0,00 € (0,00 %)
69.	/blog-rica-lewis-jeans/?__store=default	2 (0,04 %)	1 (0,03 %)	00:03:16	1 (0,06 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
70.	/blog/histoire-delavage-jeans.html+http://vvc.eu/instruments/thermaplate-stabilite-dimensionnelle-a-la-chaleur-iso-105-p01/	2 (0,04 %)	2 (0,05 %)	00:00:00	2 (0,12 %)	100,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
71.	/blog/origines-du-chino-et-cargo.html?fbclid=IwAR1jOA3dYdyiA9cOnfTkJZZv eaR3kXtIGGz4LKGrbkLBUhqxvoro8i0	2 (0,04 %)	2 (0,05 %)	00:00:00	2 (0,12 %)	100,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
72.	/blog/reussir-son-revers-de-jeans.html?fbclid=IwAR2cIfDrNEBF2DYdIDxzuU2-KB 2Opb4ZsDcqJAZaVTC5N-BP_uvnVNvgsOY	2 (0,04 %)	2 (0,05 %)	00:00:00	2 (0,12 %)	100,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
73.	/blog/sweat-shirt-origine-rica-lewis.html	2 (0,04 %)	2 (0,05 %)	00:00:47	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
74.	/blog/tag/artisan/	2 (0,04 %)	2 (0,05 %)	00:00:05	1 (0,06 %)	100,00 %	50,00 %	0,00 € (0,00 %)
75.	/blog/tag/astuces/	2 (0,04 %)	2 (0,05 %)	00:00:19	0 (0,00 %)	0,00 %	50,00 %	0,00 € (0,00 %)
76.	/blog/tag/blue-jeans/	2 (0,04 %)	2 (0,05 %)	00:00:11	1 (0,06 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
77.	/blog/tag/homme/	2 (0,04 %)	2 (0,05 %)	00:00:21	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
78.	/blog/tag/indigo/	2 (0,04 %)	2 (0,05 %)	00:00:05	1 (0,06 %)	100,00 %	50,00 %	0,00 € (0,00 %)
79.	/blog/tag/lewis/	2 (0,04 %)	2 (0,05 %)	00:00:05	1 (0,06 %)	100,00 %	50,00 %	0,00 € (0,00 %)
80.	/blog/tag/nimes/	2 (0,04 %)	2 (0,05 %)	00:00:18	1 (0,06 %)	100,00 %	50,00 %	0,00 € (0,00 %)
81.	/blog/tendances-jeans-été18-rica-lewis.html	2 (0,04 %)	1 (0,03 %)	00:00:07	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
82.	/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.com&sl=fr&sp=nm4&u=https://www.ricalewis.com/blog/&xid=17259,1500000,15700021,15700043,15700124,15700149,15700186,15700191,15700201,15700214,15700230&usg=ALkJrhiN36v33MtG2wne2pM8HHqtrEU-Uw	2 (0,04 %)	1 (0,03 %)	00:00:22	1 (0,06 %)	0,00 %	50,00 %	0,00 € (0,00 %)
83.	/translate_c?depth=1&hl=ru&prev=search&rurl=translate.google.com&sl=fr&sp=nm4&u=https://www.ricalewis.com/blog/vie-jeans-homme.html&xid=17259,1500000,15700021,15700043,15700124,15700149,15700186,15700191,15700201,15700214,15700230&usg=ALkJrhhEE5YxQPab0rQLwCVEo563yZTAQ	2 (0,04 %)	1 (0,03 %)	00:00:12	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
84.	/blog?limit=50&p=2	1 (0,02 %)	1 (0,03 %)	00:05:02	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
85.	/blog/?dir=desc&order=created_time&p=2	1 (0,02 %)	1 (0,03 %)	00:03:27	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
86.	/blog/author/rom_admin/	1 (0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:00	1 (0,06 %)	100,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
87.	/blog/category/mode?limit=20	1 (0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:36	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
88.	/blog/category/mode?limit=50	1 (0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:06	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
89.	/blog/histoire-delavage-jeans.html	1 (0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:00	0 (0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)

89.	/blog/nistoire-de lavage-jeans.ntrml	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:32	(0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
90.	/blog/jeans-respirant-RL80-Fibreflex-COOLMAX-Rica-Lewis.html	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:41	(0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
91.	/blog/mon-deuxieme-article.html	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:00	(0,00 %)	0,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
92.	/blog/origines-du-chino-et-cargo.html?fbclid=IwAR0JgpNofSTs0071k_J4SElwAAOsi007bbg4Niv461P2kot20tabi5ITusY	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:28	(0,06 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)
93.	/blog/reussir-son-revers-de-jeans.html?fbclid=IwAR0223HoMCt-HNRk2KDyS6mdr9gBSD1ktD-CpvSPtbY7716-DLiHT3YEpd0	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:00	(0,06 %)	100,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
94.	/blog/reussir-son-revers-de-jeans.html?fbclid=IwAR0KxLrtTsqF_tfOkTSci0T7M2YmviWRu9Xx3xVQ2lzfUPBuAgEqqfVpKlw	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:00	(0,06 %)	100,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
95.	/blog/reussir-son-revers-de-jeans.html?fbclid=IwAR2epaDvwWw5YDPkf52b_VizoyC-ncfXatLJG56i4krQbU_WOM0_Z8mWEWM	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:00	(0,06 %)	100,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
96.	/blog/reussir-son-revers-de-jeans.html?fbclid=IwAR2RgTC4p-JtIAoD8EI35bn69ruJVSgTkYMq1UPf7sByAsxjQVQ9cm9SOgQ	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:00	(0,06 %)	100,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
97.	/blog/rica-lewis-lancement-capsule-anniversaire-90-ans.html?fbclid=IwAR2l9-m-ANE2kQLDXm8grSwyR7p-hmEftoVB9YwKi3b09htsKqNhAYBawi4	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:00	(0,06 %)	100,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
98.	/blog/tag/bermuda/	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:00	(0,06 %)	100,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
99.	/blog/tag/bonnes-pratiques/	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:00	(0,06 %)	100,00 %	100,00 %	0,00 € (0,00 %)
100.	/blog/tag/boy-fit/	(0,02 %)	1 (0,03 %)	00:00:23	(0,00 %)	0,00 %	0,00 %	0,00 € (0,00 %)

Lignes 1 à 100 sur 119

Posts LINKEDIN 2018 : 1/04/2018 au 31/12/2018

poste	clics	taux d'interaction	j'aime	Impressions
26/11/2018	19	7,98	13	427
23/10/2018	12	7,38	8	325
23/10/2018	12	7,25	12	262
25/09/2018	33	6,43	5	700
24/09/2018	75	7,56	28	1442
19/09/2018	57	4,13	29	1381
24/08/2018	96	6,4	13	1906
09/08/2018	24	5,33	22	882
01/08/2018	40	5,25	13	1047
23/07/2018	124	9,05	52	2034
11/07/2018	38	6,6	14	849
20/06/2018	279	23,51	22	1293
31/05/2018	22	6,2	19	742
23/05/2018	65	8,02	22	1097
19/05/2018	26	8,51	14	482
04/05/2018	83	12,59	25	866
30/04/2018	39	6,68	15	853
Moyenne	61	8,17	19	976

[Voir la version en ligne](#)



DESIGNED FOR MOVEMENT
since 1928

[HOMME](#) | [FEMME](#) | [PROMOS](#) | [BLOG](#)



Alerte INNOVATION !

À l'ère du consommer mieux, découvrez les jeans recyclés by Rica Lewis...
Composés de 24% de chutes de denim, ces jeans sont aussi tendance que responsables.

Véritablement indémodables, ils seront les ambassadeurs des valeurs des nouveaux consommateurs.

OFFRE EXCLUSIVE LIVRAISON OFFERTE DÈS 45€ D'ACHAT

RICA LEWIS SÉLECTION



Jeans stretch coupe droite
denim recyclé
PEGGY
34.90€

[Découvrir >](#)

Jeans stretch coupe slim
denim recyclé
PAM
34.90€

[Découvrir >](#)

RICA LEWIS NEWS



L'engagement sociétal de Rica Lewis, la RSE...

Rica Lewis est investie depuis de nombreuses années dans la démarche RSE. L'entreprise est membre du Global Compact de l'ONU depuis 2007.

[>LIRE LA SUITE](#)



Comment Rica Lewis réduit son empreinte Carbone ?

Réduire l'impact sur l'environnement est un enjeu essentiel pour Rica Lewis mais aussi pour toute la profession du denim et du textile.

[>LIRE LA SUITE](#)



RICALLEWIS.COM

Rica Levy International
23 de Cannes 1^{er} étage avenue 602111 BP 101
38 513 Cannes Cedex France



Cet email a été envoyé à (EMAIL).
Conformément à la loi Informatique et Libertés n°7817 du 09/01/1978, vous disposez d'un droit d'accès et de rectification aux données vous concernant.

Si vous souhaitez vous désinscrire de notre newsletter, cliquez [ici](#).



DESIGNED FOR MOVEMENT
since 1928



GO GREEN!

Per noi la sostenibilità è importante!

La nostra missione è creare prodotti innovativi attraverso materie prime innovative e sostenibili. Per questo il nostro impegno verso una crescita responsabile è costante ed è basato su 3 pilastri:

1

Il rispetto delle persone e della società ad ogni livello

2

Sviluppo sostenibile volto a proteggere la terra

3

Portare un ritorno efficiente sui nostri investimenti

RICA LEWIS COLLEZIONE MY PLANET



MY PLANET - DENIM RICICLATO - COTONE BIO

Per ogni tema proponiamo 3-4 lavaggi di denim, vestibilità straight (MOQ necessario)

[CONTATTACI PER SAPERNE DI PIÙ](#)

LE CERTIFICAZIONI INTERNAZIONALI DI RICA LEWIS



[SCOPRI RICA LEWIS.COM](#)

Rica Levy International
Via Torino 79
12045 Fossano (CN)
ITALY
+39 0172 653211



This email has been sent to {{ contact EMAIL }}
You received this email because you are connected to RICA LEVY INTERNATIONAL
If you no longer wish to receive RICA LEVY INTERNATIONAL newsletters

[if you no longer wish to receive our newsletters clic here](#)

Compte-rendu

6 mars 2019

Meeting animé par Valérie Jakobowski Papaya Consulting





Sommaire



Compte-rendu



Activités



Présentation



Messages



Classement

 **Compte-rendu**



6 mars 2019



5 mars 2019

animé par Valérie jakobowski Papaya Consulting

Activités

Résultats activités

taux de réussite du groupe 67%

Nombre de participants

10

Nombre d'activités

6



contrat de succes

9 idées postées



Nos principaux défis à relever

24 idées postées



Le changement et moi

10 questions



Nos idées

22 idées postées



Questionnaire de satisfaction

8 questions



Etre au top!

taux de réussite du groupe 67%

 **contrat de succes**

Nombre de participants 8
 Nombre d'idées postées 9

Brainstorm capture d'écran



Nos principaux défis à relever

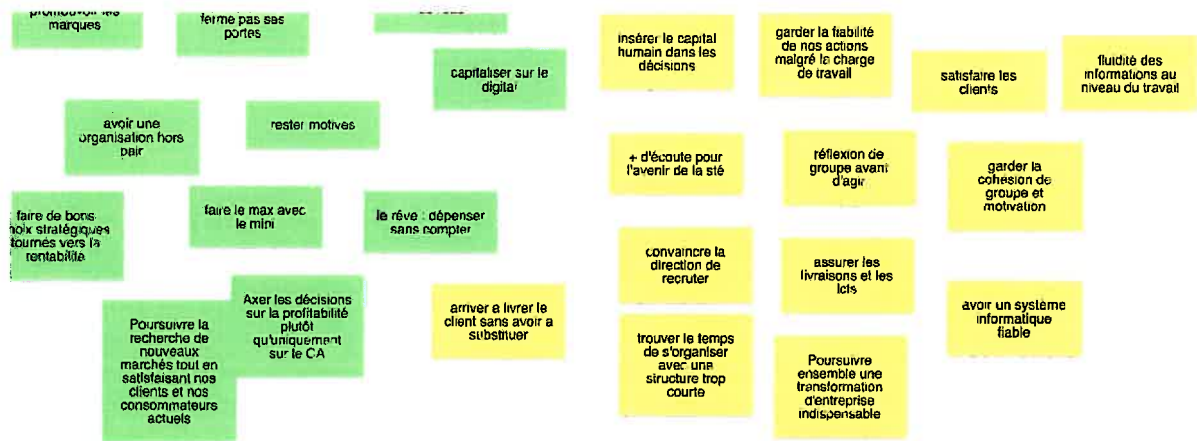
Nombre de participants

3

Nombre d'idées postées

24

Brainstorm capture d'écran



 Le changement et moi

Nombre de participants	7
Nombre de questions	10

Question 1

Je modifie mon comportement pour être aligné avec les attentes de l'entreprise et du marché

évaluation



3,7
Moyenne du groupe

Question 2

J'aime le changement et j'encourage les autres à le vivre comme une opportunité

évaluation



3,6
Moyenne du groupe

Question 3

Je suis ouvert à l'utilisation de nouvelles idées, technologies, initiatives

évaluation



4,7
Moyenne du groupe

Question 4

J'aime saisir toutes les occasions pour apprendre et grandir

évaluation



4,9
Moyenne du groupe

Question 5

Je modifie rapidement mes convictions si nécessaire

évaluation

**2,7**
Moyenne du groupe

Question 6

Je propose et j'ai souvent recours à des solutions originales

évaluation

**2,7**
Moyenne du groupe

Question 7

Je reconnais les points positifs de propositions différentes de mon point de vue

évaluation

**4,6**
Moyenne du groupe

Question 8

Je suis ouvert au feed back et sais accueillir les critiques constructives

évaluation

**4**
Moyenne du groupe

Question 9

Devant les imprévus je recherche facilement des parcours alternatifs

évaluation

**3,9**
Moyenne du groupe

Question 10

Je suis attentif aux signaux externes et j'en identifie immédiatement les implications

évaluation



4,3
Moyenne du groupe



Nos idées

Nombre de participants

2

Nombre d'idées postées

22

Brainstorm

capture d'écran



 Questionnaire de satisfaction

Nombre de participants

8

Nombre de questions

8

Question 1

L'ambiance de l'atelier m'a plu

évaluation avec commentaires



4,6

Moyenne du groupe

Question 2

J'ai apprécié la qualité des échanges avec les autres participants

évaluation



4,6

Moyenne du groupe

Question 3

J'ai apprécié les exercices

évaluation avec commentaires



4,4

Moyenne du groupe

Question 4

Le thème était intéressant

évaluation avec commentaires



4,4

Moyenne du groupe

Question 5

Je vais mettre en pratique ce que nous avons partagé

évaluation avec commentaires

**4,3**
Moyenne du groupe

Question 6

L'animateur a été efficace

évaluation avec commentaires

**4,6**
Moyenne du groupe

Question 7

Le lieu était adapté

évaluation avec commentaires


**4,4**
Moyenne du groupe

Question 8

Si j'en avais l'occasion je recommanderais cet atelier

évaluation avec commentaires

**4,3**
Moyenne du groupe

 Etre au top!

Résultats de l'Aventure


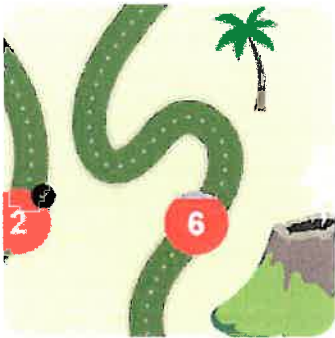
taux de réussite du groupe 67%

Nombre de participants

7

Remporté par

Sandrine R. avec 675 pts

 **Safari** une aventure dans la jungle
4 étapes - 100 pts / question


Résultats des étapes

taux de réussite du groupe

1	Rica Lewis	86%
2	Le Jean's	33%
3	L'avocat de l'ange	79%
4	La defectologie	100%

 1 **Rica Lewis**
étape 1 - 3 questions

taux de réussite du groupe

86%

Question 1

C'est l'anniversaire de notre gamme Fibreflex homme, nous fêtons nos...

taux de réussite du groupe

71%

choix unique 3 choix

- 10 ans
- 15 ans
- 20 ans

Question 2

Nous lançons Capsule NASA homme à l'occasion du premier pas sur la lune il y a ...

taux de réussite du groupe

86%

choix unique 3 choix

- 30 ans
- 50 ans
- 70 ans

Question 3

Déployons notre gamme RL WORKWEAR sur les réseaux...

taux de réussite du groupe

100%

choix unique 2 choix

- MONA
- LISA

2

Le Jean's

étape 2 - 3 questions

taux de réussite du groupe

33%

Question 1

Le terme « denim » désigne une solide toile....

taux de réussite du groupe

57%

choix unique 2 choix

- qui provient de la ville de Nîmes
- inventée en Californie pour les chercheurs d'or

Question 2

Combien de jean's sont vendus chaque année dans le monde?

taux de réussite du groupe

43%

choix unique 3 choix

- 500 millions
- 1 milliard
- Plus de 2 milliards

Question 3

En Europe quelle est le pays premier consommateur de jean's?

taux de réussite du groupe

0%

choix unique 4 choix

- l'Italie
- La France
- UK
- Allemagne

3

L'avocat de l'ange

étape 3 - 1 question

taux de réussite du groupe

79%

Question 1

Quelles sont les étapes de l'avocat de l'ange

taux de réussite du groupe

79%

choix multiples 5 choix

- écouter 100%
- reformuler
- critiquer
- dire ce qui me plaît dans l'idée
- poser des questions

4

La defectologie

étape 4 - 1 question

taux de réussite du
groupe

100%

Question 1

Qui a inventé cette technique?

choix unique

2 choix

taux de réussite du
groupe

100%



Steeve Jobs



Dyson

Classement de l'Aventure

classement

#	Participant	Étape	Points
1	 Sandrine R.	4	675 pts
2	 Philippe R.	4	675 pts
3	 Imed B.	4	600 pts
4	francois C.	4	600 pts
5	Lysiane D.	4	425 pts
6	Christelle R.	4	400 pts
7	Sylviane L.	4	375 pts



Presentations

Nombre de présentations

1



Rica 6 mars 19

37 pages



Rica 6 mars 19

37 pages

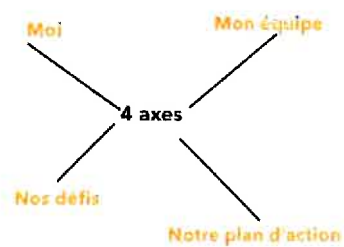
Page 1



Page 2

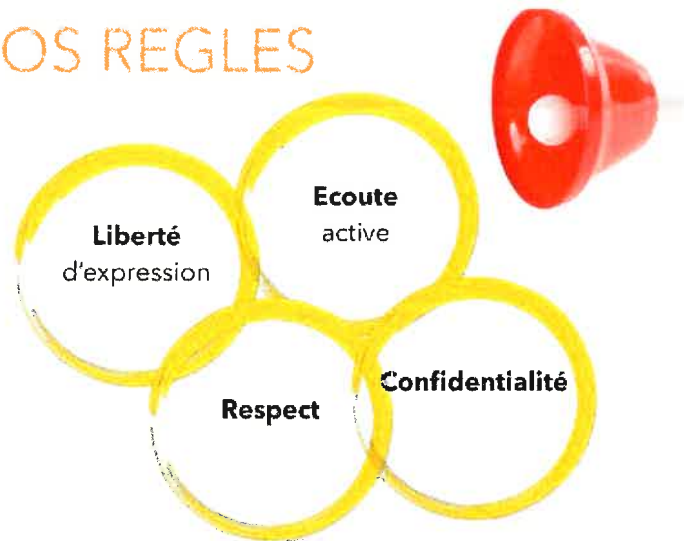
OBJECTIFS

- Explorer notre contexte spécifique
- Identifier nos principaux enjeux
- Faire un diagnostic
- Partager des idées
- Mener ensemble une réflexion pour optimiser notre façon de travailler
- Faire le marketing de notre fonction
- Elaborer un plan d'action



Page 3

NOS REGLES



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

Page 4

AGENDA

- Un **break** en mi-matinée
- Le **déjeuner** de 13h00 à 13h45
- Une **pause** en milieu d'après-midi
- Clôture** 17.15



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

Page 5

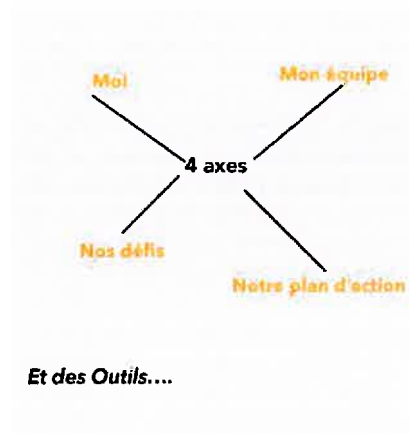


Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 6

1. MOI



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

CONTRAT DE SUCCES

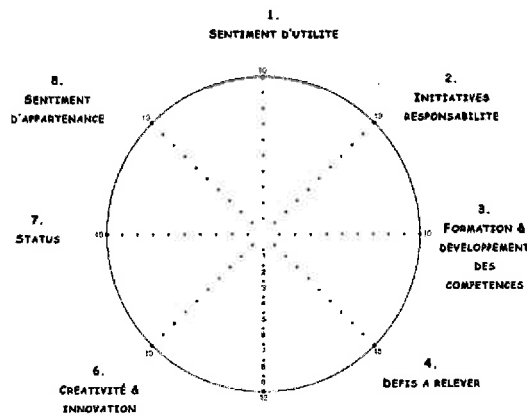
Cet atelier serait
un total succès si...?



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

ETOILE DU PLAISIR EFFICACE



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

Page 9

PRESENTATIONS



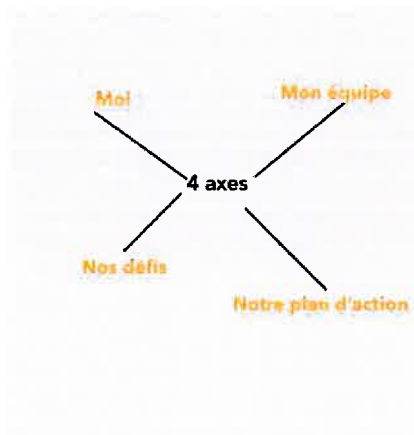
J'interview
mon collègue

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 10

2. MON EQUIPE



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 11

LEGO CARD



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

Page 12

*Est-ce qu'il y a des choses que vous aimeriez
trouver en plus dans votre équipe
ou avec vos collègues?*



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

Page 13

COLLAGE



*Raconter notre rôle
Aujourd'hui*

Qu'est-ce qui fait que rôle est unique et important?

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 14

COLLAGE



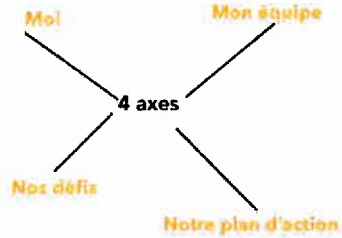
*Qu'est-ce qui fait que votre
rôle
est unique et important?*



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

3. NOS DEFIS



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :



En sous groupes par équipe
Quels sont les principaux défis que votre équipe
devra relever dans les mois et années à venir?

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 17



*En sous groupes par équipe Reformuler l'objectif principal
.... de quelle façon-pourrions nous?*

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 18

PROPENSION AU CHANGEMENT



*activité individuelle:
diagnostic*



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 19



Notre **objectif** sera
partiellement ou totalement
atteint **si ?**

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

Page 20

Outils...



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

Page 21

ENERGIE



A chaque *problème*, il y a
au moins *2 solutions*.

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

Page 22

ENERGIE



What's *good* about *it*?

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

ENERGIE



Pourquoi je suis **heureux**
aujourd'hui?

Professionnel
Egocentrique
Personnel

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

ENERGIE



Les **3** kifs

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 25

En tandem

Quelle a été votre *plus belle*
expérience, ou *plus beau souvenir* au
sein de
Rica Lewis?

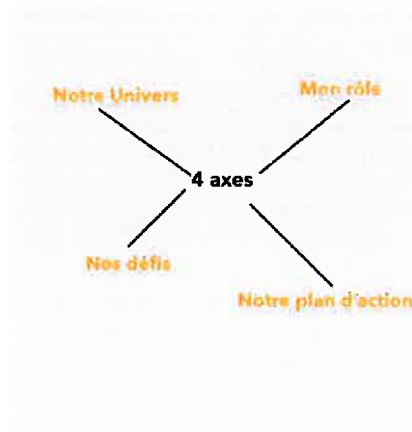
Qu'est-ce qui a fait que ce moment a
été *particulièrement positif?*

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 26

4. Action



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 27

Choix d'un *objectif* pour chaque équipe

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

Page 28

PRODUCTION D'IDEES



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020

LES 4 REGLES DU BRAINSTORMING



Quantité
avant tout tout



Quantité
avant tout tout

TABLES DE MULTIPLICATIONS

1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
2	4	6	8	10	12	14	16	18	20
3	6	9	12	15	18	21	24	27	30
4	8	12	16	20	24	28	32	36	40
5	10	15	20	25	30	35	40	45	50
6	12	18	24	30	36	42	48	54	60
7	14	21	28	35	42	49	56	63	70
8	16	24	32	40	48	56	64	72	80
9	18	27	36	45	54	63	72	81	90
10	20	30	40	50	60	70	80	90	100

Multiplication systématique



Folie Bienvenue

"L'unique différence entre un fou et moi, c'est que moi, je ne suis pas fou."

— Albert Einstein

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Outil: DYSON ... ET LA « DEFECTOLOGIE »



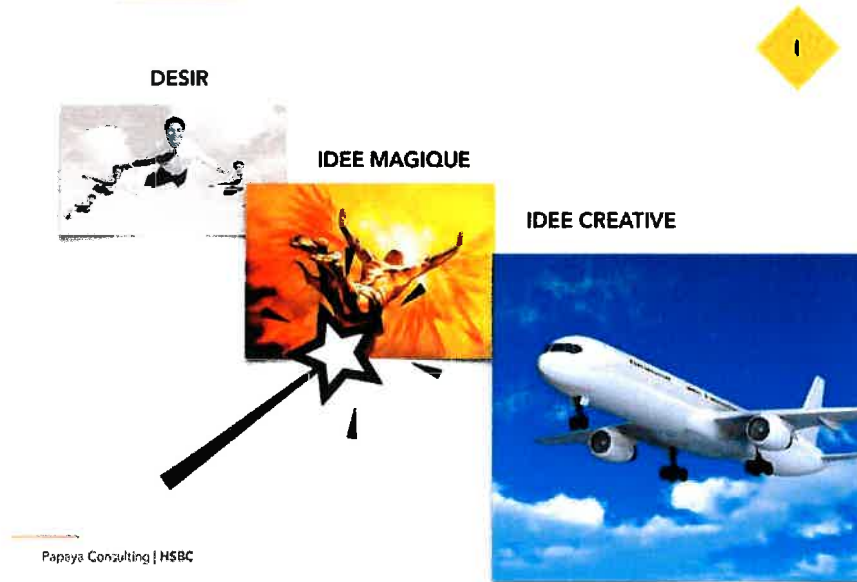
1. En roue libre, Je fais la liste des défauts présents dans un Objet ou Situation
2. Pour chaque défaut identifié j'imagine une innovation

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 31

Outil PENSER AVEC UNE BAGUETTE MAGIQUE



Page 32

RETROLOGIE



Outil L'AVOCAT DE L'ANGE



0. ECOUTER



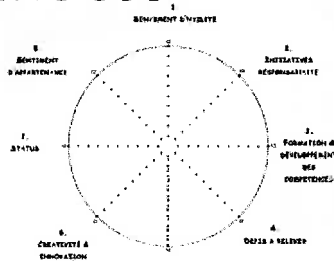
3 étapes

pour bien accueillir
une idée

Papaya Consulting | MSBC

Innover au quotidien

PLAN D'ACTION



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 ?

Page 35

LE CADEAU



Quelque chose que j'apprécie particulièrement...

Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 36

BILAN



Papaya Consulting | Rica Levy

Vision 2020 :

Page 37



Messages

Nombre de messages

6

DAVID V. 6 mars 2019, 09:49:26

Tout seul on va plus vite mais ensemble on va plus loin. Continuer à renforcer notre collectif et prendre du plaisir dans notre quotidien !



valérie Jakobowski P. 6 mars 2019, 10:44:11



valérie Jakobowski P. 6 mars 2019, 10:44:30



valérie Jakobowski P. 6 mars 2019, 10:45:36



valérie Jakobowski P. 6 mars 2019, 10:45:14




valérie Jakobowski P. 6 mars 2019, 10:46:01





Classement

#	Participant	Points
1	 Sandrine R.	675 pts
2	 Philippe R.	675 pts
3	 Imed B.	600 pts
4	francois C.	600 pts
5	Lysiane D.	425 pts
6	Christelle R.	400 pts
7	Sylviane L.	375 pts

Benjamin F. *3 centuries ago*
Tell me and I forget, teach me and I may remember,
engage me and I learn.

Klaxoon *today*
Merci de votre participation.
Vous voulez en savoir plus ?
+33 (0)2 22 74 06 70
help@klaxoon.com





RICA LEWIS
JEANS

RECYCLED

**COUPE DROITE
AJUSTÉE
STRAIGHT FIT**

STRETCH

 Global Recycled Standard

Fabriqué à 24 %
avec des fibres
de tissus recyclés
Made with 24%
recycled fiber clothing

Née en France en 1928, RICA LEWIS est la marque
jeanswear de qualité avec un positionnement
résolument tourné vers l'innovation à travers une politique
RSE (responsabilité sociétale des entreprises)
exigeante et reconnue.

NOTRE ENGAGEMENT S'ARTICULE AUTOUR DE 3 PILIERS :

- Le respect des Hommes et de la société à tous les niveaux
 - Des actions durables pour protéger la planète
 - Une quête éthique stricte qui ne se focalise pas uniquement sur le profit

Born in France in 1928, RICA LEWIS is a jeanswear
quality brand oriented towards innovation, achieved
through a strict and established CSR
(Corporate Social Responsibility).

OUR COMMITMENT IS BASED ON 3 PILLARS:

- Respect people and society at all levels
 - Sustainable actions to protect the planet
- A very precise ethical research not only focused on profit

Nato in Francia nel 1928, RICA LEWIS è un brand
di jeans di alta qualità, con un posizionamento
principalmente concentrato sull'innovazione
attraverso una politica RSI (responsabilità sociale
d'impresa) esigente e riconosciuta.

IL NOSTRO IMPEGNO SI BASA SU 3 PILASTRI:

- Il rispetto delle persone e della società a tutti i livelli
 - Azioni sostenibili per proteggere il pianeta
 - Una ricerca etica molto precisa, che non si basa solo sul profitto

www.ricalewis.com



ANNEXE 7



TRANSACTION CERTIFICATE (TC) FOR TEXTILE PROCESSED ACCORDING TO THE GLOBAL ORGANIC TEXTILE STANDARD (GOTS)

1 Body issuing the certificate (name and address) Control Union Certifications B.V. Meeuwenlaan 4-6 8011 BZ ZWOLLE NETHERLANDS		2a) Licensing code of the certification body GOTS-CUC-03 2b) Reference number of the certificate: PRJ 803656/1022402	
3 Seller of the product (name and address) Fazal Cloth Mills Limited 59/3, Abdali Road, Multan PAKISTAN		4. Inspection body* (name and address) Control Union Certifications B.V. Meeuwenlaan 4-6 8011 BZ ZWOLLE NETHERLANDS	
5 Last processor of the product(s) (name and address) Fazal Cloth Mills Limited Fazal Nagar, Jhang Road, Musaffargarh PAKISTAN		6 Country of dispatch PAKISTAN	
7 Buyer of the product(s) (name and address) Faisal Spinning Mills Limited Plot # 23/1, Sector 23, Korangi Industrial Area, S.M. Farooq Road Karachi PAKISTAN		8. Consignee of the product (Address of the place of destination) Faisal Spinning Mills Limited Plot # 23/1, Sector 23, Korangi Industrial Area, S.M. Farooq Road Karachi PAKISTAN	
		9 Country of consignee PAKISTAN	
10 Product and shipment information Global Organic Textile Standard (GOTS-NL) certified Products as specified in box 17 from organic production methods Invoice no : 118060815 d.d. 28-06-18 Transport document no : 12687 Transport document d.d. 28-06-18 Container no : Identification codes : Lot# 82(B)		11 Gross weight(kg) 3664.47 kgs	
		12 Net weight(kg) 3401.97 kgs	
		13 Commercial weight (kg) 0.00 kgs	
14 Declaration of the body issuing the certificate This is to certify that, based on the relevant documentation provided by the seller named in box 3, (i) the [fibre material name(s)] used for the product(s) as further detailed / referred to in box 10 and quantified in box 11, 12 and 13 has been produced in accordance with (an) organic farming standard(s) which is/are recognized by the Global Organic Textile Standard (GOTS), and (ii) the products have been processed in accordance with GOTS. Compliance with the standard is audited and monitored systematically in an accredited certification system under responsibility of the certification body named in box 1.			
15. Additional declaration Certification of the organic fibres used for the products listed complies with USDA NOP rules <input checked="" type="checkbox"/> Yes <input type="checkbox"/> No (relevant information for products marketed and sold in the US; obligatory information for any GOTS TC) The organic cotton has been certified by an accredited CB other than CUC as per NPOP and NOP (USDA) standards, vide cert no. ORG/TC/1710/000038.			
16 Place and date of issue Colombo-07, 13 August 2018 Name and signature of authorised person On behalf of Managing Director Name: Herath. Miss H M U K (Udaya Kumari)		Stamp of the issuing body 	

Reference Number of the certificate: PRJ 803656/1022402

17. Continuation of box 10.

Srno	Product name	Trade name	Label grade	Packed in	Lot-number(s)	Gross weight	Net weight
1	Certified Yarns - 100% Organic Cotton	21/1 CD Wvg Org	Organic	75 Bags	82 (B)	3664.47	3401.97

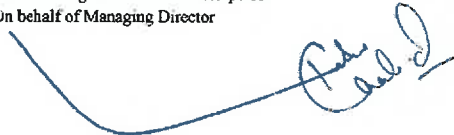
18. Continuation of box 8 and box 9

Name and Address of the Consignee _____ Country of Consignee _____

19. This transaction certificate does not entitle the buyer / consignee of the goods to use the GOTS logo or make reference to GOTS. The rules for the labelling of GOTS certified goods are outlined in the "Licensing and Labelling Guide" (available on <http://www.global-standard.org/licensing-and-labelling/licensing-and-labelling-guide.html>)

20 Place and date of issue Colombo-07, 13 August 2018

Name and signature of authorised person
On behalf of Managing Director



Name: Herath, Miss H.M.U.K. (Udaya Kumari)

Stamp of the issuing body





Control Union Certifications
P.O. Box 161, 8000 AD Zwolle, The Netherlands
<http://www.controlunion.com>
tel.: +31(0)38-4250100

CERTIFICATE OF COMPLIANCE
(Scope Certificate)

CERTIFICATE No: CU828096GOTS-01.2018
REGISTRATION No: CU 828096

Control Union Certifications declares that
Fazal Rehman Fabrics Limited
59/3 Abdali Road,
60000 Multan
PAKISTAN

has been inspected and assessed according to the
Global Organic Textile Standard (GOTS)
version 5.0

and that products of the categories as mentioned below (and further specified in the annex) comply with
this standard:

Fabrics

Processing steps / activities carried out under responsibility of the above mentioned company (by the
operations as detailed in the annex) for certified products
Exporting, Importing, Weaving

This certificate is Valid until: 23 April 2019

Place and date of issue:
Colombo-07, 05 April 2018

Stamp of the issuing body

Standard's Logo

Name of authorized person


On behalf of the Managing Director
Miss M.M.U.K. Herath
Certifier



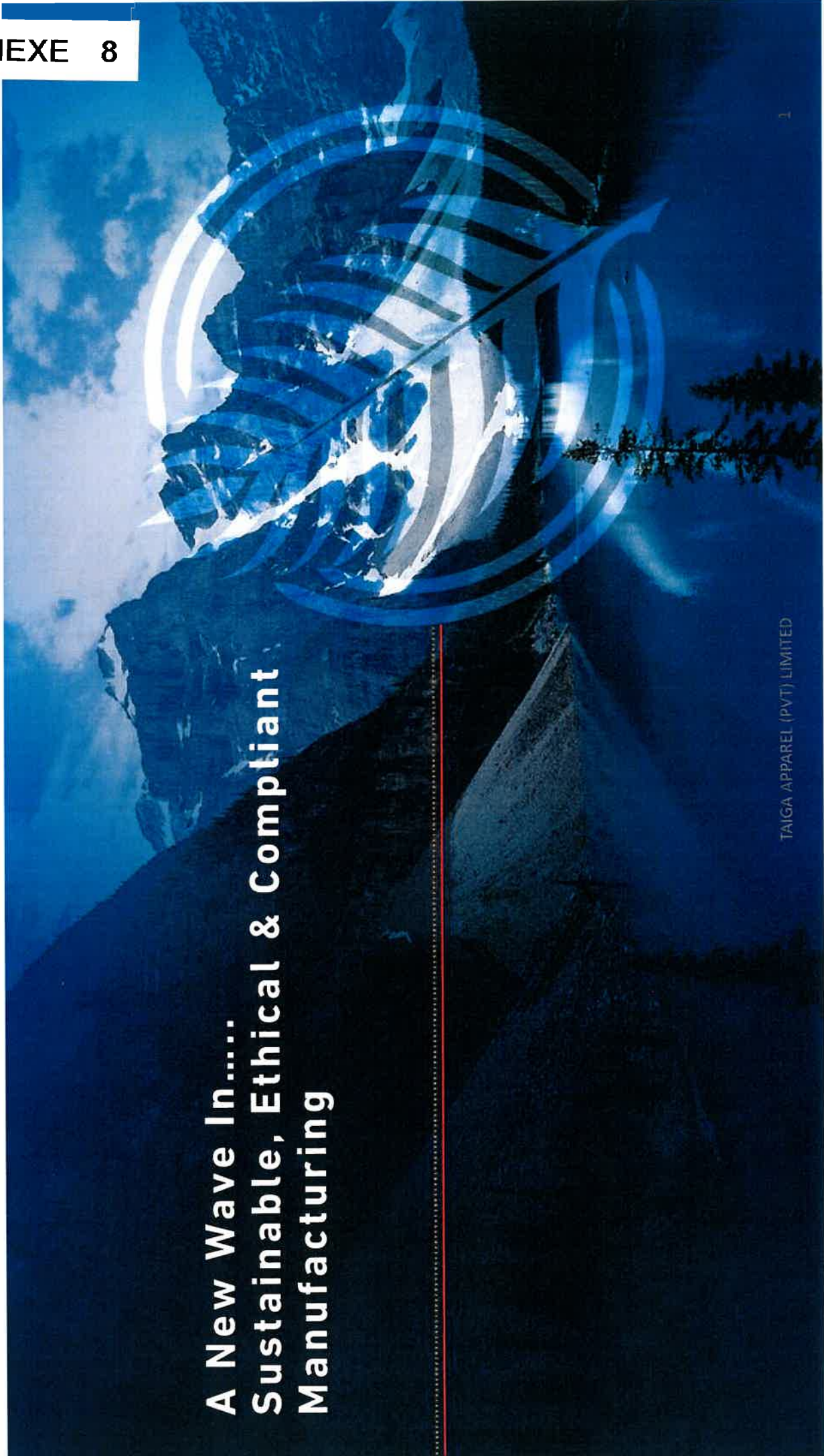
This Certificate of Compliance provides no proof that any goods delivered by its holder are GOTS certified. Proof of GOTS certification of goods delivered is provided by a valid Transaction Certificate (TC) covering them.

The issuing body can withdraw this certificate before it expires if the declared compliance is no longer guaranteed.

Accredited by Dutch Accreditation Council (RVA), Accreditation No. C 412

**A New Wave In.....
Sustainable, Ethical & Compliant
Manufacturing**

TAIGA APPAREL (PVT) LIMITED



WHY TAIGA?



Pure - Natural - Sustainable

One of the largest forestland that covers most of Sweden, Finland, Norway, Iceland, Russia, Kazakhstan, northern Mongolia, and Japan. Home to thousands of flora and Fauna.

TAIGA APPAREL takes it's name from this great place due to it's personality of being clean, natural and sustainable environment



WHAT IS TAIGA?



A New wave in..... Sustainable, Ethical and Compliant Manufacturing

Taiga Apparel (Private) Limited is a new investment based in Lahore, Pakistan where the aim is to be one of the most sustainable premium garment manufacturing facilities in the world. It is the FIRST Platinum LEED certified denim manufacturing facility in Pakistan.

Future marketing will focus on what we are calling the "Triple Bottom Line" where our actions and decisions are guided by a TRIPLE pronged approach keeping the Planet, People and Profit equally balanced whilst being at the cutting edge of Innovation and drive fashion trends.

PLANET – target to have zero impact on the environment

PEOPLE – we will aim to give back to the community and be a good corporate citizen

PROFIT & INNOVATION – competitive and yet profitable so as to show that a sustainable operation is viable and to drive change in the industry. We will be Creative, innovative, daring, not risk averse

MISSION



Our mission is to be a leading global innovator, developer and provider of premium and sustainable garments.

As a team, we will achieve rapid growth and fair revenues. We will accomplish this by exceeding the expectations of our customers, conserving resources, preserving the quality of the environment and also being an exemplary corporate citizen and giving back to the community.

BUILDING ON HISTORY....



Our company history dates back to the **1980's** when we began our denim journey in Preston, United Kingdom.

Our goal from day one was to work towards establishing sustainable, ethical and innovative production facilities with a forward thinking mind-set.

Since our story began, we have consistently evolved to meet modern market demands.

The integral driver behind our performance is a passion for the key values that define our business and customer successes.

Our aim is to achieve globally responsive design and supply solutions that combine technical excellence, competitive costing, exemplary social compliance and diversity of service.

This is underpinned by our commitment to delivering innovation, response and value for every client.

- **Over 30 years experience in denim jeans manufacturing.**
- **Over 30 years experience in supplying major high street retailers.**
- **Over 30 years of progressing the apparel industry with innovation in process.**

MISSION



Our associates have a common Philosophy

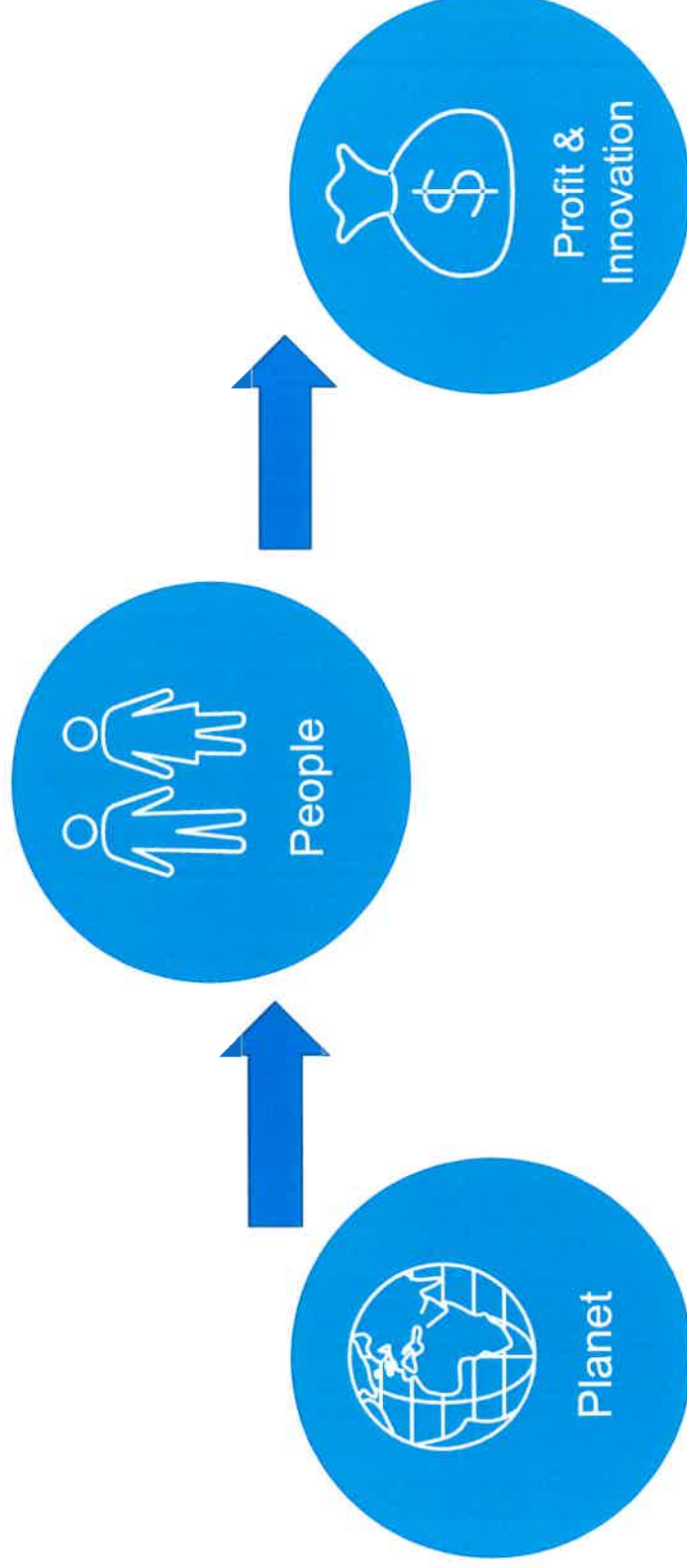
- To have respect for people & society.
- To be kind to the earth.
- To have multicultural harmony and strong team ethics.
- To support our vision and our customer's visions.
- To strive to become a world class company.
- To challenge for improvements daily.
- To never believe it cannot be done.



WE LIVE BY THE TRIPLE BOTTOM LINE.....



Where our actions and decisions are guided by a THREE pronged approach keeping the planet, people and profit equally balanced



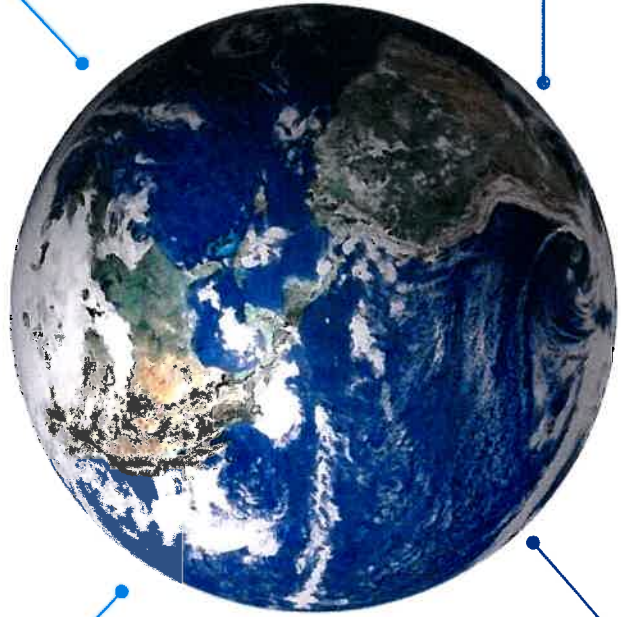
OUR COMPANY PHILOSOPHY



Have respect for
People & Society



Attract & retain
the best human
capital & build
multicultural
values



Operate sustainably
to protect the
Earth



Deliver effective
returns on our capital
investments whilst
maintaining a healthy
environmental P&L and
ecological balance
sheet



Operate with LEAN
principles across
the Company

TRANSPARENCY & COMPLIANCE

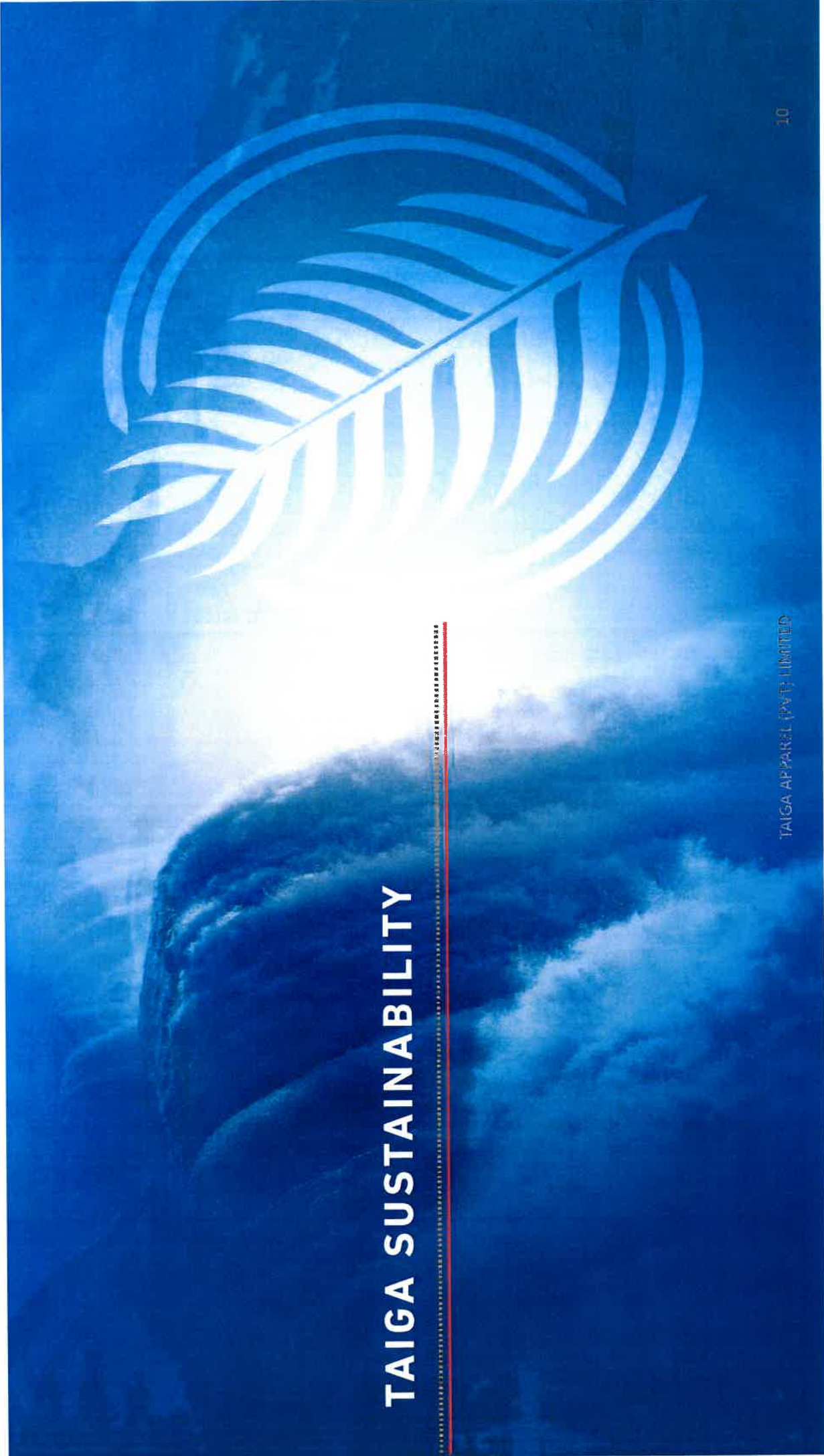


We are committed to operating fully in line with;

- Local employment laws and regulations, business laws ensuring that all facilities and operations are fully in line with regulations
- High levels of occupational health & safety standards
- Customers compliance levels



TAIGA SUSTAINABILITY



TAIGA SUSTANABILITY INITIATIVES...

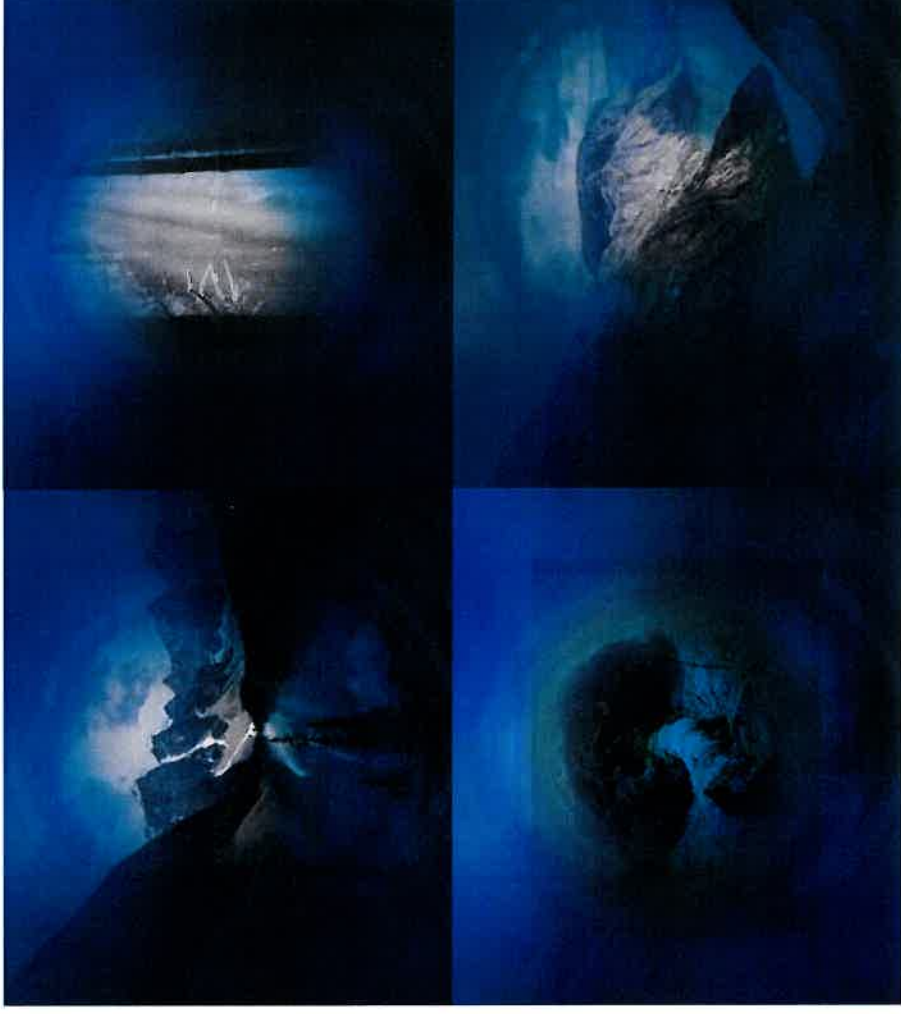


Pure - Natural - Sustainable

The Taiga team challenges themselves daily to look at ways reduce the impact on the environment where our goal is to eventually become ZERO discharge and net positive thus helping to not only sustain the planet but to help it recover back to its natural state.

At Taiga we love to measure everything, water usage, recycling & discharge, energy usage & energy generation with the belief that if you can't measure it then you can't manage it.

Taiga plans to complete and publish regularly a Environmental Profit & Loss statement so that we can show that its not all just talk.....



TAIGA SUSTANABILITY INITIATIVES...



Biomass for steam generation.....

A typical denim manufacturing facility requires a lot of steam for dryers and washing machines for the washing, dyeing and drying processes. At Taiga we work closely with our chemical suppliers to ensure safe chemicals are used and where possible to be able to run the processes at "room temperature" so as to reduce the need for steam and thus energy

We will also be diverting excess heat from our generators and compressors to our dryers to also reduce down energy usage for steam.

To produce steam we will use local renewable biomass in our furnaces and the ash residue will be used as fertilizer for the fruit trees planted on site.

Sludge from our effluent treatment plant that is clean will be processed and also used as a biomass fuel source thus reducing the need to take this waste material off site.



Shavings
Sawdust



Pellets



Straw



Wood
chips



Bark



Briquette



Municipal waste



TAIGA SUSTANABILITY INITIATIVES...

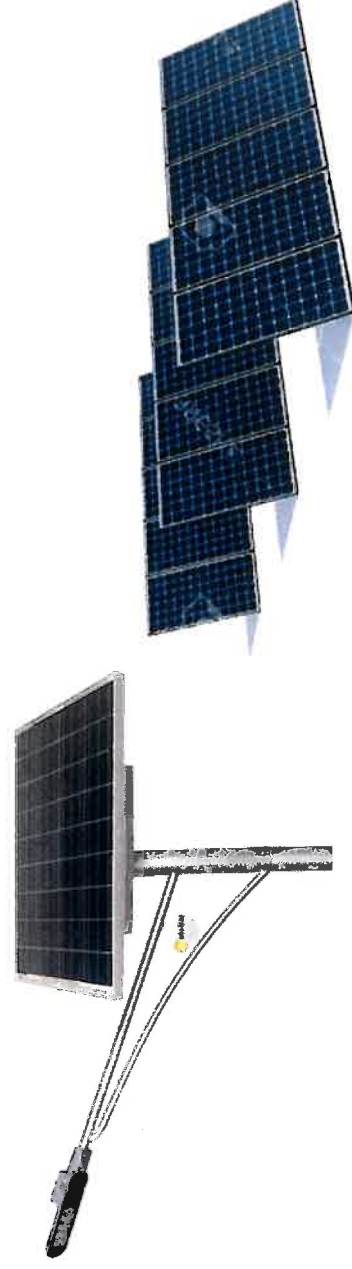


Solar power generation of over 1 megawatt...

Taiga has invested significant sums for the generation of solar power via the installation of solar panels.

In fact we have run out of space for the installation of more solar panels and will be looking at all areas to see if we can squeeze in additional panels.

All of the facilities ground external lighting has individual solar panels so as to reduce power needs



TAIGA SUSTANABILITY INITIATIVES...



Water recycling 100% is it possible...

We have a passion for water and see this as a precious resource that must be respected and used wisely.

All of Taiga's recipes will be passed via the EIM software so as to measure water usage and force the team to follow usage guidelines.

Our developers are tasked to develop waterless / one-glass-of-water collections.

Water that is used will be recycled and we have challenged our water treatment plant suppliers for a ZERO discharge solution with 100% water recycling. We are not there yet but will keep challenging until we truly get there.

We have installed a 100% biological water waste treatment plant which can treat 1800m³/day per day.

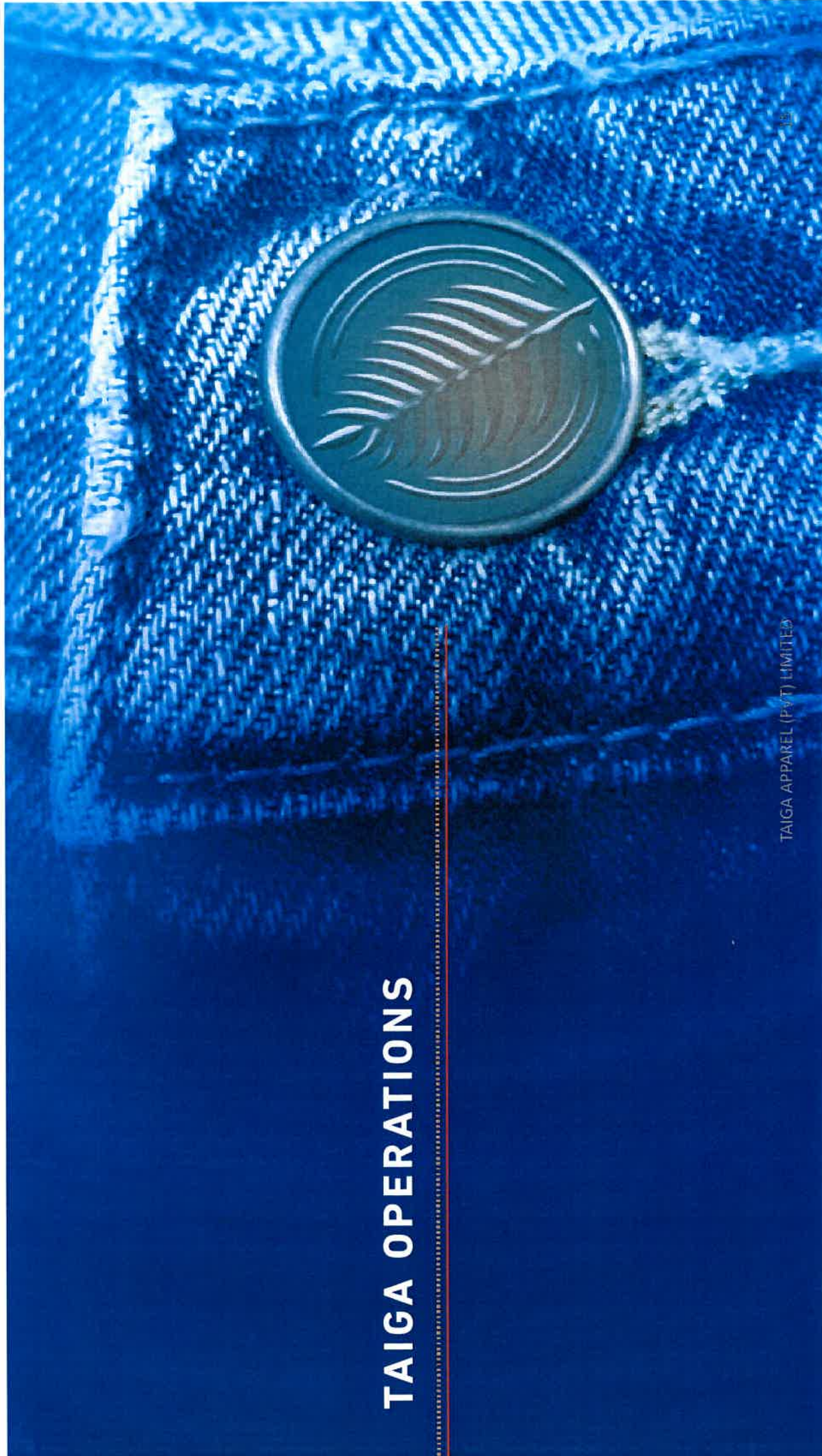


TAIGA APPAREL (PVT) LIMITED

TAIGA OPERATIONS

TAIGA APPAREL (PVT) LIMITED

18



MANUFACTURING



LEED Certified Facility

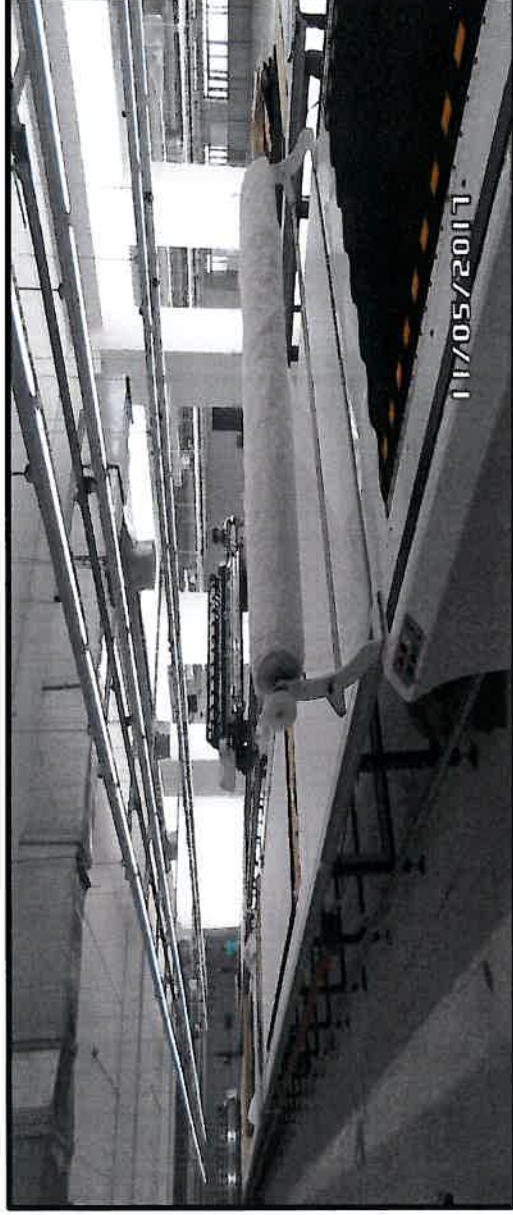
Our production facility is the first USGBC Platinum LEED certified garments manufacturing facility in Pakistan paving the way for a new wave in sustainable, ethical and compliant manufacturing.



MANUFACTURING



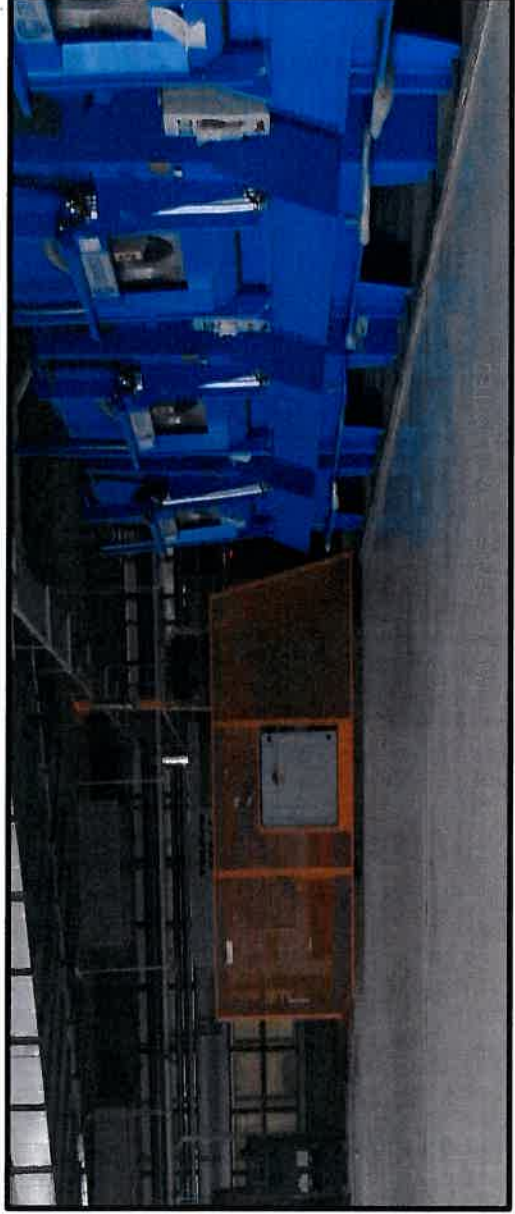
MANUFACTURING - CUTTING



MANUFACTURING - SEWING



MANUFACTURING - LAUNDRY



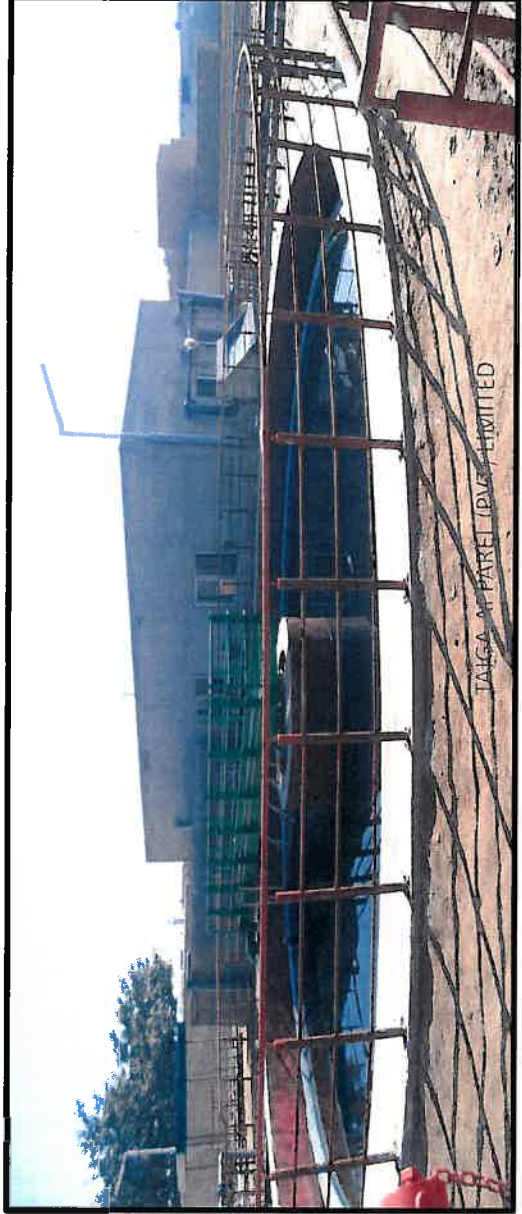
MANUFACTURING - LAUNDRY



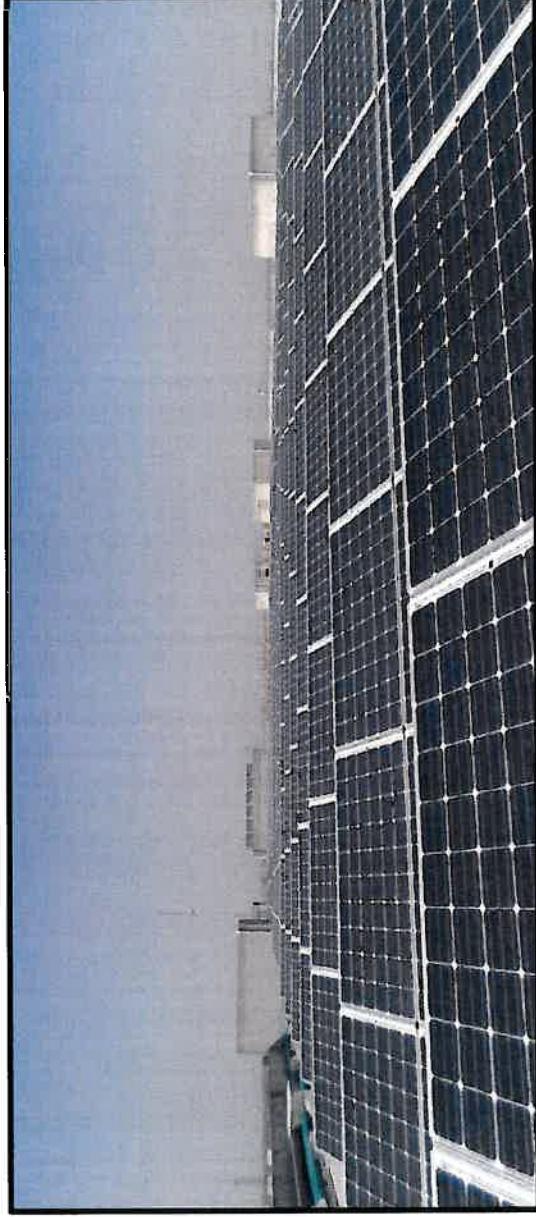
MANUFACTURING - LASER ROOM



MANUFACTURING – WASTE WATER TREATMENT PLANT



MANUFACTURING – POWER GENERATION



MANUFACTURING



Strong, Innovative, International standards development capabilities

- Strong emphasis on developments has been built into the new facility with a state of the art development center and high capacity sample room.
- A team of experienced developers has been built who will work with our international team and will regularly travel to international markets and denim shows so as to be abreast of the latest trends, developments and new technologies.
- Partnerships – Taiga has partnered with a range of developments labs and laundry chemical suppliers around the world so as to constantly bring innovations and fresh ideas.
- Taiga is also a key partner with Jeanologia for developing our sustainable collections such as the one-glass-of-water & waterless collection.
- Taiga focuses on using sustainable materials like BCI cotton, organic cotton, recycled cotton, recycled polyester, post consumer materials or any new sustainable material initiatives.



MANUFACTURING



A State of the art, custom built denim manufacturing facility

- High quality fabric inspection & relaxation systems with auto cutters & spreaders to ensure a high degree of accuracy and quality in cutting.
- 11 high highly efficient automated sewing lines.
- Highly automated laundry all with low liquor ratio state of the art Italian washing machines with fully automated chemical dosing system (the first of its kind in Pakistan) to ensure consistency.
- E-Flow & Cloud technology, G2 ozone machines to develop waterless & the one glass of water collections. We encourage our customers to select our **STONELESS** finishes so they can have the same product authenticity with **LOW IMPACT**.
- State of the art lasers from Jeanologia and highly trained designers bringing innovation and new looks to products, also with the vision to reduce and then eliminate PP spray in the production process.
- Big Mac extractors, Triveneta dryers, 3D Mactec ovens, all combined to allow for cost effective and energy efficient production of high quality fashionable garments.



OUR PARTNERS



JUKI

SIPAMI



bronco

brother



enta
Treatment Systems

metod
METOD MAKINA SAN. VE TIC. LTD. STI.

Jeanologia
The Name of Finishing

Dystar

Garmon

TAIGA APPAREL (PVT) LIMITED



Rica Levy International



MANUFACTURING LICENSE AGREEMENT

BETWEEN

RICA LEVY INTERNATIONAL, a company organized under the laws of France, having its head office at Z.I. Carros, 1ère avenue, 6001 Mètres, B.P. 151, 06513 CARROS Cedex, France,

represented by **Mr Massimo RIORDA, President**,
(hereinafter called "the CLIENT")

AND

.....
(hereinafter called "the MANUFACTURER")

Whereas CLIENT is engaged in the business of manufacturing, selling and promoting clothes made of jeans and related goods, under several Trademarks, mainly RICA LEWIS and OBER;

Whereas MANUFACTURER desires to obtain, and CLIENT is willing to grant the right to manufacture PRODUCTS, namely under certain of its Trademarks.

The PARTIES have therefore set out below the terms and conditions governing the manufacture and purchase of the PRODUCTS.

ARTICLE 1 - OBJECT

In accordance with the terms and provisions hereof, the CLIENT hereby grants MANUFACTURER the non-exclusive right to use all the Trademarks mentioned and validated in the Purchase Orders, in connection with the manufacture of the PRODUCTS.

MANUFACTURER agrees never to sublicense the granted right and never to, unless of prior written consent of MANUFACTURER, authorize any third party to use any of the Licensed Trademarks or any other sign similar thereto.



Uffici operativi Italia :
Fraz. Cussanio 11, 12045 Fossano (Cn)
servizio.client@ricalewis.com
Tel : +39. (0) 172.65.32.11

Bureau Russie :
Lesnoy Pereulok 4th, Bldg 13, Moscow 125047
Tel : +7495 775-51-92
Fax : +7495 775-51-93



ARTICLE 2 - TRADEMARK OWNERSHIP

MANUFACTURER acknowledges that CLIENT is the owner of all the Licensed Trademarks such as set forth on schedule I and is therefore entitled to all the rights in this respect.

MANUFACTURER declares that it will never challenge the use, registration and validity of the Licensed Trademarks.

All uses of the Licensed Trademarks by MANUFACTURER, including but not limited to, in packaging, labels, invoices, business documents, shall be submitted to CLIENT's prior written approval.

ARTICLE 3 - MANUFACTURE OF PRODUCTS

MANUFACTURER shall personally manufacture, unless prior written approval has been obtained from CLIENT, the PRODUCTS according to the CLIENT's directions and for its account only.

MANUFACTURER undertakes not to offer for sale, sell, transfer distribute or export, directly or indirectly, to any third party, the PRODUCTS (including the damaged or defective ones), without the CLIENT's prior written approval.

Should CLIENT give its prior written approval to the resale by MANUFACTURER of damage or defective PRODUCTS, it is understood and agreed that the said PRODUCTS:

- shall not be sold outside the Territory set forth at Article 7 of this Agreement;
- shall not contain any labels or other identification bearing the Licensed Trademarks.

In the event that MANUFACTURER breaches the obligations set forth in this Article, it will have to pay to CLIENT an indemnity corresponding to 10 % (ten percent) of the total net sales of the delivered PRODUCTS during the last 12 (twelve) months, but in any case, not less than 25,000 (twenty-five thousand) USD. CLIENT reserves its right to claim further if need be.

ARTICLE 4 - PURCHASE

The general purchase conditions including payment and delivery terms are set forth and agreed separately in the Purchase Orders.

ARTICLE 5 - PRODUCTS QUALITY

MANUFACTURER shall assure that the PRODUCTS are in accordance with the CLIENT's specifications and requirements as regards their quality.

More generally, MANUFACTURER shall exercise its best efforts to ensure that the PRODUCTS are of high quality relative to workmanship, fit and materials used therein.

Prior to final delivery, MANUFACTURER undertakes to provide the CLIENT with pre-production samples for its review and approval.

It shall then ensure that the delivered PRODUCTS are at least equal in quality, workmanship, appearance, fit and materials to the pre-production samples previously approved by the CLIENT.

ARTICLE 6 - LABOR PRACTICE AND WORKPLACE OF CONDUCT

For many years, CLIENT has been involved in implementing R.S.E (Responsibility Social Enterprises) approach.



Uffici operativi Italia :
Fraz. Cussanio 11, 12045 Fossano (Cn)
servizio.clienti@ricalewis.com
Tel : +39. (0) 172.65.32.11

Bureau Russie :
Lesnoy Pereulok 4th, Bldg 13, Moscow 125047
Tel : +7495 775-51-92
Fax : +7495 775-51-93



Moreover, it is an active member of the UN Global Compact since 2007, and also certified ISO 9001 and attested B.S.C.I (Business Social Compliance Initiative), which is evidenced at Exhibit 1

Accordingly, CLIENT is committed to purchase merchandise only from sources that adhere to the legal and convenient standards in force. All PRODUCTS have to be manufactured in accordance with all applicable laws of the country of manufacture.

In furtherance of this Agreement, the CLIENT will do business only with the companies that have adopted the following standards defining decent and human working conditions for all its productions and suppliers.

Therefore, CLIENT requires MANUFACTURER to comply with the Codes of Conduct stated in the aforementioned texts.

In particular, MANUFACTURER shall ensure that:

- it complies with any and all legal requirements of the country of manufacture;
- it complies with the legal and moral rights of its workers and provide them with a safe, healthy and clean working environment that is in accordance with the laws of the country of manufacture so as to prevent accident and injury to health arising out of, liked with, or occurring in the course of work or as result of the operations of workers facilities ;
- it doesn't employ children or workers younger than allowed in the country of manufacture;
- it doesn't use forced labor within in the form of prison labor, bonded labor or otherwise;
- it complies with the laws of the country of manufacture regarding the working conditions, working time and wages.

ARTICLE 7 - CONFIDENTIALITY

MANUFACTURER agrees and undertakes not to disclose any procedure and act which it performs on behalf of CLIENT, as well as the information regarding terms and provisions of this Agreement.

This information includes, but is not limited to, commercial secrets, product development information, manufacturing specifications, business and marketing data such as prices, volumes of production.

The obligation of confidentiality set forth below shall remain in force after the termination of this Agreement.

ARTICLE 8 - INFRINGEMENT

In the event that any infringement and/or copy by third party of the Licensed Trademarks or any design feature of the PRODUCTS, come to the attention of the MANUFACTURER, it shall immediately notify CLIENT in writing of such infringement and/or copy.

It is understood and agreed that the final decision to take legal action against the infringement and/or copy remains at the CLIENT'S sole discretion.



Uffici operativi Italia :
Fraz. Cussanlo 11, 12045 Fossano (Cn)
servizio.clienti@ricalewis.com
Tel : +39. (0) 172.65.32.11

Bureau Russie :
Lesnoy Pereulok 4th, Bldg 13, Moscow 125047
Tel : +7495 775-51-92
Fax : +7495 775-51-93



Rica Levy International SA - Z.I. de Carros - 1^{ere} Avenue - 6001 M - BP 151 - 06513 Carros Cedex

Tél. +334 92 08 21 21 - Fax : +334 93 29 13 21 - www.ricalewis.com

Siret : 341 159 507 00076 - APE 4642Z - TVA Intracommunautaire FR 08341159507 - Capital : 3 500 000 Euros

ARTICLE 9 - TERRITORY

The Agreement shall be valid in.....

ARTICLE 10 - TERM AND TERMINATION

The term of this Agreement shall begin on the date of its signature and shall be valid as long as MANUFACTURER receives from CLIENT purchase orders.

It is understood and agreed that MANUFACTURER shall have no right, directly or indirectly, to any form of compensation or indemnity from CLIENT, as a consequence of the termination for any reason of this Agreement.

ARTICLE 11 - APPLICABLE LAW-SETTLEMENT OF DISPUTES

This Agreement shall be governed and constructed in accordance with the laws of France.

The PARTIES shall endeavor to settle amicably all disputes arising in connection with the interpretation and/or implementation of this Agreement.

In the event that no amicable settlement is possible, any dispute arising between the parties in relation to the validity, interpretation and/or execution of the Agreement will exclusively fall within the jurisdiction of the competent courts of Nice.

ARTICLE 12 - ENTIRE AGREEMENT – AMENDMENT

This Agreement sets forth the entire understanding between the PARTIES.

It therefore cancels and suspends any previous agreements between the PARTIES relating to the subject matter.

In case of any changes to this Agreement, it shall be in writing and executed by a duly representative of each Party.

Drawn up in two original copies.

For **RICA LEVY INTERNATIONAL**

For

.....	Date
.....	Name
.....	Title
.....	Signature



Uffici operativi Italia :
Fraz. Cussanio 11, 12045 Fossano (Cn)
servizio.clienti@ricalewis.com
Tel : +39. (0) 172.65.32.11

Bureau Russie :
Lesnoy Pereulok 4th, Bldg 13, Moscow 125047
Tel : +7495 775-51-92
Fax : +7495 775-51-93

