

Dossier de Prensa 2024

TENDAM

GLOBAL FASHION RETAIL

women'ssecret

 **SPRINGFIELD**

C O R T E F I E L

Pedro del Hierro

hoss
INTROPIA

SLOWLOVE

**DASH
AND
STARS** ✨

 **OOTO**
OUT OF THE OFFICE

High Spirits

HI&BYE


**SPRINGFIELD
KIDS**


MILANO

FIFTY



Índice

TENDAM	3
WOMEN'S SECRET	4
SPRINGFIELD	5
SPRINGFIELD KIDS	6
CORTEFIEL	7
PEDRO DEL HIERRO	8
HOSS INTROPIA	9
SLOWLOVE	10
HIGH SPIRITS	11
DASH AND STARS	12
OTO	13
HI&BYE	14
MILANO	15
FIFTY	16
PRESENCIA INTERNACIONAL	17
TIENDAS PROPIAS	18
FRANQUICIAS	19
MULTIMARCA	20
TENDAM OMNICANAL	21
GESTIÓN Y CONOCIMIENTO DEL CLIENTE	22
GESTIÓN LOGÍSTICA	23
LAS PERSONAS, LA DIFERENCIA	24
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y NEGOCIO RESPONSABLE	25
144 AÑOS DE HISTORIA	29

Tendam

Tendam es uno de los principales grupos de Europa en el sector moda especializada, avalado por la trayectoria y la experiencia de más de 140 años. Opera con marcas en el segmento premium mass market.

Actualmente, la compañía cuenta con doce marcas propias: Women'secret, Springfield, y su nueva extensión Springfield Kids, Cortefiel, Pedro del Hierro, Hoss Intropia, Slowlove, High Spirits, Dash and Stars, OOTO, HI&BYE, Milano y Fifty. También comercializa más de 150 marcas de terceros en su plataforma multimarca, que ofrece una experiencia omnicanal completa.

Presente en cerca de 80 países, cuenta con más de 1.800 puntos de venta a través de tiendas propias, comercio electrónico y franquicias.

Sus marcas tienen ventajas diferenciales que las convierte en complementarias. Cada una de ellas se dirige a un público específico y cuenta con sus propios equipos creativos, de diseño y comerciales.

Basado en un modelo pionero de estructura central robusta que puede utilizarse como palanca para facilitar el crecimiento de las marcas aprovechando el conocimiento, la experiencia y la eficiencia compartidos. Esta estructura central, que opera desde la sede del Grupo en Madrid, ofrece los siguientes servicios a sus marcas: funciones administrativas, financieras, tecnológicas, de expansión, aprovisionamiento, operaciones y política de recursos humanos, que dan soporte a cada una de las marcas. Esta estructura permite gestionar un ecosistema omnicanal abierto único de forma eficiente.

Tendam cuenta además con oficinas comerciales en las regiones y los países de gestión propia como son los de Europa Continental, Balcanes y México, entre otros. Para la gestión de la cadena de suministro global, dispone de centros internacionales en Hong Kong, la India y Bangladesh.

La ubicación estratégica de nuestros centros de distribución en España y el centro de cross-dock en Hong Kong, facilita organizar de manera más eficiente las entregas e impactar directamente en la reducción de los transportes.

Tendam cuenta con un potente Club de Fidelidad que suma ya cerca de 40 millones de socios.

Tendam está comprometida social y medioambientalmente para asegurar un futuro mejor. Así, asume el reto de gestionar las operaciones de manera eficiente y respetuosa con el medioambiente, y se marca objetivos concretos con los que hacer frente a los desafíos de la industria en materia de lucha contra el Cambio Climático; evaluando los mayores riesgos en estas materias e identificando las mejores oportunidades para minimizar sus efectos.

Ebitda recurrente

285 M€

Facturación

1.211 M€



women'secret

Marca creada por y para las mujeres, especializada en corsetería, ropa de dormir y de baño, capaz de combinar elegancia, feminidad, comodidad y calidad.

Desde su nacimiento en 1993, Women'secret ha mantenido un alto nivel de compromiso con la sociedad y con las causas que interesan y preocupan especialmente a las mujeres.

En este sentido, la marca es la creadora del movimiento #SiMeImporta, junto con Dexeus Mujer, gracias al cual se contribuye a normalizar el día a día de las mujeres que han pasado por un cáncer de mama. Con esta iniciativa Women'secret busca contribuir a que el día a día de las mujeres que luchan contra esta enfermedad sea más fácil y llevadero, a que no renuncien a la feminidad y a seguir siendo ellas mismas.

Además, la marca apuesta por un futuro respetuoso con el medioambiente y trabaja en mejorar los procesos y seleccionar materias primas más sostenibles. Así, cuenta con la línea 'Honest by Women'secret', que son prendas confeccionadas con algodón orgánico y materiales reciclados, dando un paso más en el cuidado y el respeto del ecosistema del planeta.



704

Puntos de venta



60

Países donde tiene presencia



Una marca que está fuertemente comprometida con una nueva generación de consumidores exigentes a los que ofrece un enfoque atractivo basado en pilares como la sostenibilidad y la innovación.

Desde 2018 Springfield apuesta por la línea R[ECO] NSIDER con la que presenta colecciones respetuosas con el medio ambiente, con prendas que ofrecen características sostenibles con iniciativas como el uso de fibras naturales y recicladas, así como su programa H2O focalizado en el uso de tecnologías láser y ozono en los procesos de acabado del denim.

De la misma manera, la innovación en el tejido ha llevado a la marca a crear su línea de jeans 'ZERO GRAVITY' o sus abrigos 'KEEP IT WARM!', ambos con el objetivo de hacer la vida del consumidor Springfield más fácil. Colecciones "easy to wear", con precios competitivos y una moda para todos, son los conceptos clave que impulsan el rápido crecimiento y expansión de la marca.

Creada en 1988, es la marca más internacional de Tendam. Su primera tienda fuera de España se abrió en 1993 en Portugal. Además, desde 2002 cuenta con su propio club de fidelización 'Club Springfield', que actualmente está presente en España, Portugal, Bélgica y Francia con más de 14 millones de socios. Todo esto ha convertido a Springfield en una marca global, auténtica, inclusiva, activa y natural, valores que la definen y que le han permitido adaptarse a la evolución de las demandas.



743

Puntos de venta



54

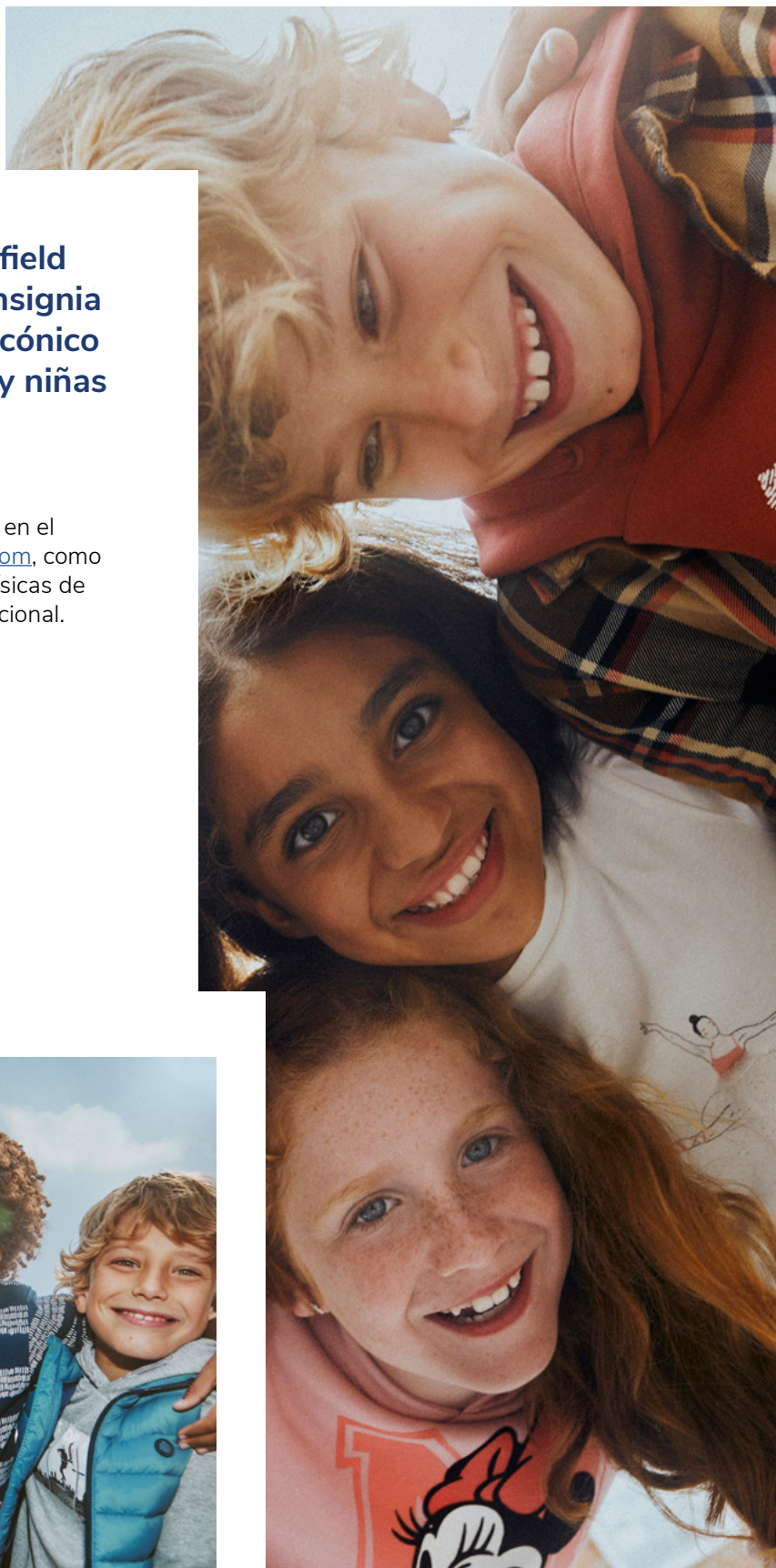
Países donde tiene presencia



SPRINGFIELD KIDS

La nueva línea de Springfield que permite a la marca insignia de Tendam trasladar su icónico logo a prendas de niños y niñas de entre 5 y 12 años.

Esta extensión está disponible tanto en el canal online a través myspringfield.com, como en corners ubicados en las tiendas físicas de Springfield a nivel nacional e internacional.



CORTEFIEL

Cortefiel es la primera marca creada por el grupo. Desde sus inicios en 1945, se asienta en valores como la elegancia, calidad, comodidad y funcionalidad de las prendas.

Representa con orgullo su tradición textil, su experiencia en la confección, y su compromiso con la sociedad a través de sus acciones solidarias.

La marca se ha convertido en todo un referente de una moda que se ha ido adaptando desde su enfoque de "atemporalidad" a colecciones en las que la innovación y la sostenibilidad cada vez son más relevantes.

Su experiencia y nivel de servicio le ha llevado a obtener la confianza y fidelidad de sus clientes, y a día de hoy cuenta con un Club de fidelidad con más de 40 años de trayectoria formado por más de siete millones de socios.



256

Puntos de venta



33

Países donde tiene presencia

Pedro del Hierro

Símbolo de la alta costura española, Pedro del Hierro es la firma creada por el diseñador madrileño del mismo nombre (1974), y en 2024 celebra su 50 aniversario. Se incorporó en exclusiva al grupo español en 1989 y desde 1992 forma parte del portfolio de marcas propias de Tendam.

Fiel a sus valores de estilo, elegancia y calidad, la marca adapta las prendas y servicios a las nuevas necesidades de los clientes siendo respetuosos con la cadena de producción y medio ambiente.

En este sentido, cada año, aumenta el porcentaje de uso de productos sostenibles, orgánicos y reciclados en sus colecciones manteniendo la personalidad de la marca con diseños exclusivos y únicos, ofreciendo al cliente un lujo asequible.



19

Puntos de venta
independientes



180

Puntos de venta



33

Países donde tiene
presencia

hoss

INTROPIA

Hoss Intropia nació en 1994 y, tras una exitosa trayectoria con importante reconocimiento y fuerte desarrollo internacional, Tendam la adquirió para relanzarla en 2021, manteniendo la esencia inicial de la marca.

Marca diseñada para las mujeres de entre 35 y 45 años, de clase media-alta que saben lo que quieren y que se sienten seguras con su propio estilo. Sus colecciones de estilo bohemio romántico-sofisticado y con personalidad propia, ofrecen opciones para vestir en el día a día y también para ocasiones especiales.

Complementando la esencia de siempre de la marca se han añadido nuevas categorías de producto en las que prima la sostenibilidad como valor fundamental, hasta el punto de que toda su estrategia de crecimiento pasa por un compromiso creciente con el medio ambiente.



57

Puntos de venta



10

Países donde tiene presencia

SLOWLOVE

En 2021, Tendam incluyó en su portfolio de marcas propias la firma creada por Sara Carbonero e Isabel Jiménez.

La relación entre la firma y el grupo se remonta al verano de 2020, cuando Cortefiel ya comenzó a distribuir una pequeña cápsula de Slowlove tanto en su plataforma digital como en algunas tiendas. Hoy en día, las fundadoras de Slowlove se mantienen como sus directoras creativas.

Slowlove ofrece un estilo folk urbano con esencia boho para mujeres de 35 a 45 años con un estilo de vida urbano y desenfadado y un fuerte compromiso con la sostenibilidad.



150

Puntos de venta



2

Países donde tiene presencia

High Spirits

La primera marca de Tendam que nace cien por cien en el entorno digital. Un nuevo concepto de moda para mujeres de 18 a 35 años de espíritu libre, salvaje e inconformista.

La marca se comercializa a través del canal de venta digital y en tiendas físicas de Springfield. El boho, original y trendy son sus tres principales atributos con colecciones muy cuidadas y con mucho detalle en la confección, poniendo el foco en mejorar su impacto medioambiental.



114

Puntos de venta



12

Países donde tiene presencia

DASH AND STARS ✨

Es la primera marca deportiva de Tendam. Ha sido concebida con el apoyo y el expertise del equipo técnico de Women'secret, y nace como una marca deportiva especialista en mujer.

El target principal de Dash and Stars es de mujeres a partir de 18 años, a quienes les gusta cuidarse, y eligen vivir la vida de manera intensa y saludable. Como parte del propósito de Dash and Stars de motivar a hacer deporte a la mujer, han diseñado prendas deportivas con tejidos orgánicos, técnicos y personalizados que se adaptan a cualquier gusto y exigencias deportivas.



10

Puntos de venta



2

Países donde tiene presencia



En 2022 Tendam lanzó su décima marca propia, OOTO, la primera de las nuevas marcas lanzadas por la compañía dirigida al público masculino. Concebida desde cero con el apoyo del equipo de diseño de Cortefiel, está creada por Andrés Velencoso.

OOTO, cuyo nombre se origina en el concepto en inglés *Out of The Office*, está pensada para hombres que, por encima de todo, valoran su tiempo y están implicados en el cuidado del planeta.

Dirigida a hombres de más de 35 años, OOTO quiere ser la marca de referencia para un público masculino que demanda propuestas de estilo que se salgan de las normas rígidas y establecidas. Su estilo es principalmente Casual, con prendas relajadas, en el que también habrá presencia de *Going Out*, con opciones más nocturnas donde grises y negros protagonizan la paleta de color.



73

Puntos de venta



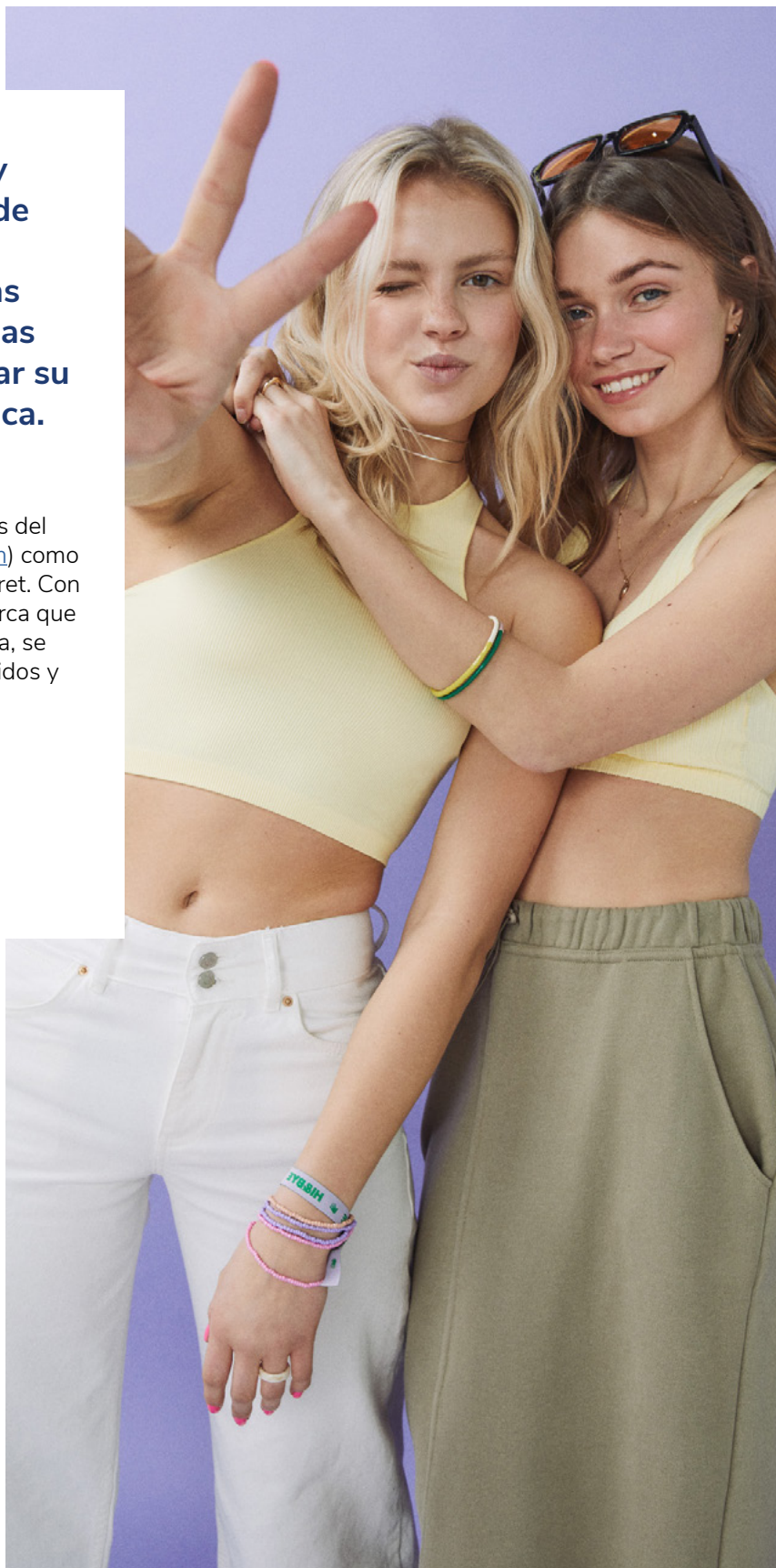
2

Países donde tiene presencia

HI&BYE

Especializada en íntimo y baño y dirigida a chicas de entre 14 y 18 años. Este nuevo concepto refleja las ganas de expresarse de las adolescentes y de mostrar su actitud positiva y auténtica.

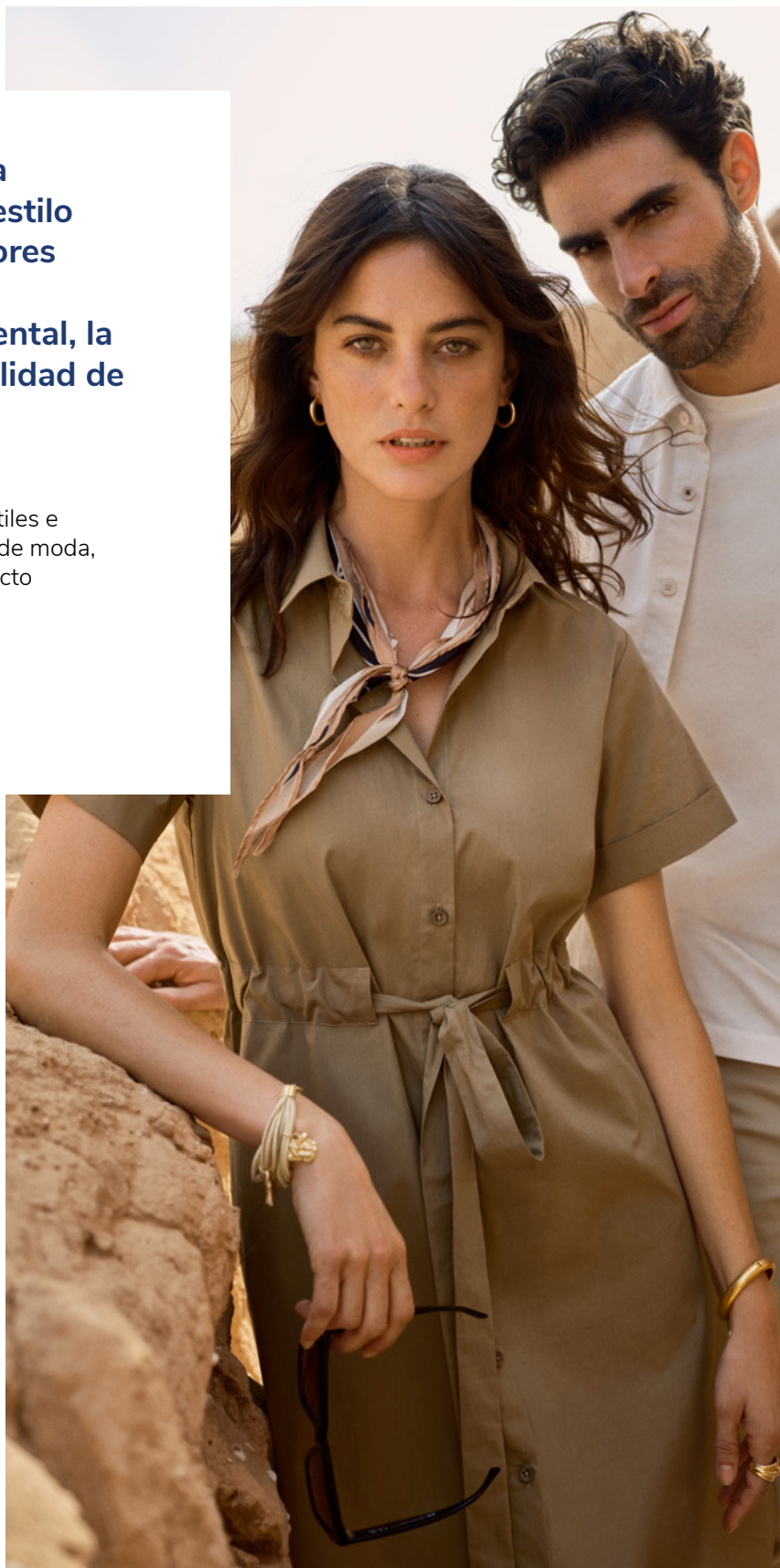
Se comercializa tanto online (a través del canal digital www.womensecret.com) como en las tiendas físicas de Women'secret. Con el objetivo de convertirse en una marca que acompaña a su público en el día a día, se han seleccionado diseños muy coloridos y con patrones para uso diario.





Marca de moda que aúna diseño y calidad con un estilo contemporáneo. Sus valores residen en el respeto, el compromiso medioambiental, la positividad y la comercialidad de sus diseños.

Cada colección ofrece básicos versátiles e imprescindibles con ligeros acentos de moda, poniendo el foco en mejorar su impacto medioambiental.



FIFTY

FIFTY es la cadena multimarca de Tendam, de productos outlet de Women'secret, Springfield, Cortefiel y Pedro del Hierro, así como la marca propia Milano.

Desde el año 1997, la reinención, innovación y efectividad ha llevado a la cadena a una expansión internacional con un alto nivel de reconocimiento, alimentando así el "Smart shopping", pilar fundamental de un exitoso sistema de negocio, ofreciendo una experiencia de compra omnicanal única en el sector outlet.

La cadena ha iniciado un proceso de producción de su marca Milano, enfocado en mejorar su impacto medioambiental.



69

Puntos de venta



6

Países donde tiene presencia

Presencia internacional

La expansión internacional está basada en dos modelos de gestión: tiendas propias y franquicias. Así, Tendam está presente cerca de 80 países con más de 1.800 puntos de venta físicos y más de 50 mercados online repartidos entre cuatro continentes: África, América, Asia y Europa.

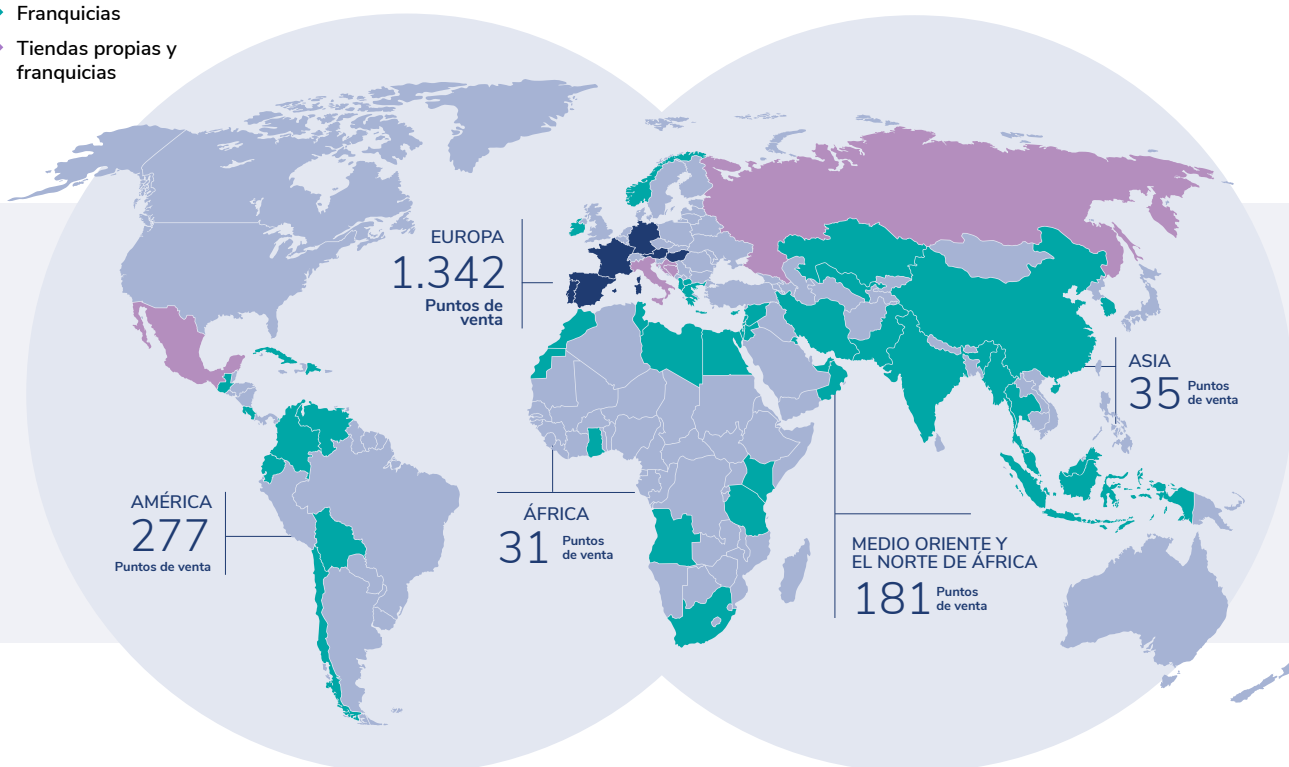
El modelo de gestión propia permite operar a Tendam en un negocio integrado en el que se controla la gestión completa. Mientras, el modelo de franquicias se organiza a través de franquiciados especializados en el sector de la distribución, con amplio conocimiento de sus mercados locales y capacidad para desarrollar sus marcas.

La expansión de la compañía se inició en 1993, pero fue en el periodo comprendido entre 2000 y 2003 cuando se aceleró el proceso, creciendo más del 70% la superficie comercial gestionada por la empresa. Fue a partir de 2005 cuando el negocio de franquicias globales experimentó un fuerte crecimiento.

A lo largo de estos años, Tendam ha consolidado su presencia internacional a través de aperturas de puntos de venta de gestión propia en Europa y México (donde se combinan los dos modelos de gestión comercial). En concreto, más allá de España, la compañía tiene una presencia relevante a través de sus marcas en Portugal, en la región de los Balcanes e Italia, entre otros países europeos. México es el principal mercado en el continente americano.

La presencia en el resto de mercados americanos, asiáticos y africanos es a través de franquicias, siendo los países que configuran el territorio MENA (Oriente Medio y el Norte de África) la región más destacada.

- ◆ Tiendas propias
- ◆ Franquicias
- ◆ Tiendas propias y franquicias



56
Mercados online

1.252
Tiendas de gestión propia

614
Franquicias

Tiendas propias

EUROPA	CTF	PDH	SPF	WS	HI	FF	Total
Bélgica	-	-	9	6	-	-	15
Bosnia	1	-	7	5	-	-	13
Bulgaria	1	-	1	1	-	-	3
Croacia	-	-	8	9	-	1	18
España	127	3	275	289	42	54	790
Francia	-	-	54	1	-	-	55
Hungría	-	-	13	12	-	1	26
Italia	-	-	37	-	-	-	37
Luxemburgo	-	-	4	1	-	-	5
Montenegro	1	-	1	1	-	-	3
Portugal	25	-	63	57	4	10	159
Rusia	-	-	-	30	-	-	30
Serbia	2	-	18	22	-	1	43
Total	157	3	490	434	46	67	1.197

AMÉRICA	CTF	PDH	SPF	WS	FF	Total
México	-	-	25	28	2	55

Franquicias

EUROPA	CTF	PDH	SPF	WS	HI	HS	Total
Albania	1	-	1	2	1	1	6
Andorra	2	1	4	2	1	1	11
Armenia	-	-	1	2	-	1	4
Bielorrusia	-	-	1	4	-	-	5
Bosnia	-	-	1	-	-	-	1
Chipre	8	-	5	6	2	1	22
Croacia	-	-	-	1	-	-	1
Eslovaquia	-	-	1	2	-	-	3
Eslovenia	2	1	3	2	-	-	8
Estonia	2	-	5	4	-	-	11
Georgia	1	-	-	3	-	-	4
Irlanda	-	-	13	4	-	-	17
Italia (Sicilia)	-	-	-	1	-	-	1
Letonia	1	1	1	2	-	-	5
Macedonia	-	-	3	1	-	-	4
Malta	1	-	2	3	1	2	9
Montenegro	-	-	-	1	-	-	1
Reino Unido (Gibraltar)	1	-	1	1	1	-	4
Rusia	-	-	5	-	-	-	5
Serbia	2	-	2	2	-	-	6
Ucrania	-	-	5	12	-	-	17
Total	20	3	54	55	6	6	145



Franquicias

ÁFRICA	CTF	SPF	WS	HS	Total
Angola	4	3	4	-	21
Ghana	-	1	2	-	3
Isla Reunión	-	2	-	-	2
Kenia	8	2	2	1	13
Mauricio	-	1	1	-	2
Total	12	9	9	1	31

AMÉRICA	CTF	PDH	SPF	WS	HS	HI	Total
Bermudas	1	1	-	-	-	-	2
Bolivia	3	1	3	3	2	-	12
Chile	-	-	8	16	-	-	27
Colombia	-	-	-	7	-	-	7
Costa Rica	2	1	6	6	-	1	16
Ecuador	-	-	28	14	-	-	42
Guatemala	1	1	1	-	-	1	4
México	15	-	30	17	-	-	62
Paraguay	-	-	1	2	1	-	4
Perú	10	-	14	4	-	-	28
Puerto Rico	-	-	1	-	-	-	1
Rep. Dominicana	1	-	2	3	1	-	7
Venezuela	2	-	4	4	-	-	10
Total	35	4	98	76	4	5	222

ORIENTE MEDIO Y NORTE DE ÁFRICA	CTF	PDH	SPF	WS	DASH	HS	Total
Arabia Saudí	-	-	11	37	-	-	48
Egipto	3	-	6	3	-	-	12
Emiratos Árabes	-	-	7	14	-	-	23
Irán	4	-	9	6	-	-	19
Iraq	3	1	2	2	-	-	8
Jordania	4	-	2	1	-	-	7
Kuwait	-	-	-	7	-	-	7
Líbano	12	-	13	4	4	-	33
Libia	1	-	-	-	-	-	1
Marruecos	-	-	-	2	-	-	2
Omán	-	-	-	3	-	-	3
Qatar	-	-	-	6	-	-	6
Túnez	-	-	5	4	-	-	9
Turquía	-	-	-	1	-	-	1
Uzbekistán	-	-	-	1	-	-	1
Total	27	1	55	91	4	3	181

ASIA	CTF	PDH	SPF	WS	Total
Filipinas	3	8	7	5	23
Kazajistán	-	-	3	1	4
Pakistán	-	-	-	3	3
Palestina	1	-	2	2	5
Total	4	8	12	11	35



Multimarca

Tendam avanza en la estrategia de potenciar el posicionamiento omnicanal del Grupo, entre otras cosas, con su plataforma multimarca que da lugar a marcas de terceros relevantes y que se encuentran en un posicionamiento similar a las insignias propias a la comercialización a través de las webs de Tendam. Esto refuerza el atractivo de sus tiendas digitales y consolida mayores economías de escala en su rentable operación online.

La plataforma multimarca suma ya más de 150 marcas de terceros tanto internacionales como españoles complementando así la oferta omnicanal de Tendam.

Con más de 150 millones de visitantes al año, las tiendas online de Tendam son uno de los principales destinos para los compradores digitales de moda de España y Portugal.

Tendam cuenta con la mayor plataforma de distribución omnicanal multimarca de la península ibérica, siendo el número uno o dos en cuota de mercado en España por categorías, y cuenta con una red de

tiendas extremadamente capilar (más de 900 establecimientos en España y Portugal) que ofrece un amplio abanico de servicios. Por esta razón, más del 50% de los pedidos online de Tendam son recogidos en las tiendas del Grupo y cerca de un 75% de las devoluciones se realizan por este canal. A la comodidad que esto supone para los clientes se une el ahorro de costes que esta operativa conlleva. Este factor, unido a la extensa base de clientes registrados y la escala de la operación logística, ha hecho que Tendam desarrolle una operación de e-commerce altamente rentable.

400 M

Customer Traffic at DOS
& online



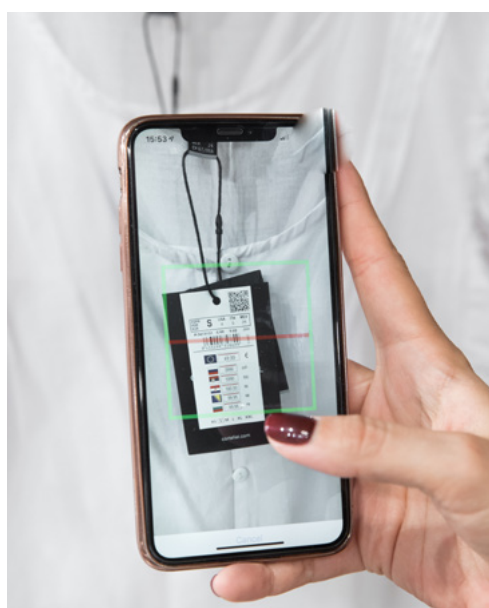
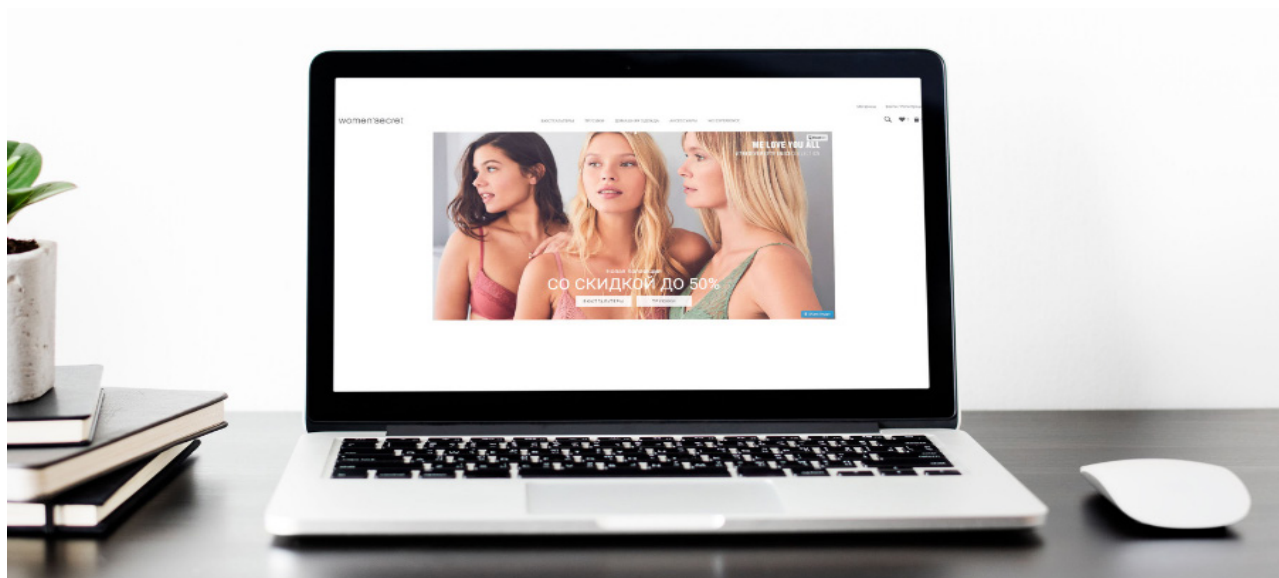
Tendam omnicanal

Tendam configura un ecosistema omnicanal abierto único donde el cliente está en el centro de actuación, asegurando un alto nivel en la calidad del servicio, tanto en la venta offline como en la online.

Con la total integración de los puntos de venta físicos y canales online, la compañía busca nuevas soluciones para mejorar la experiencia omnicanal de compra del cliente, aprovechando la complementariedad de estos canales.

Esta integración está basada en la optimización de la capilaridad de la red de tiendas física con una operación digital eficiente y rentable.

Todas las marcas de la compañía están disponibles en el canal digital desde 2010, siendo Women'secret la primera que abrió la tienda online en 2000. Las ventas en este canal han mantenido un constante crecimiento que se ha incrementado considerablemente para todas las marcas en los últimos ejercicios.



Tendam 5.0

El grupo se define hoy como un ecosistema único que posee segmentos de consumo clave a través de marcas propias, incubadas y de terceros, construido sobre una plataforma común eficiente con la mayor fidelidad del mercado y una experiencia omnicanal completa.

Gestión y conocimiento del cliente



La gestión de los datos, la capacidad de análisis, la innovación en la aplicación de modelos de business intelligence en la operativa, así como los proyectos CRM son piezas clave que la compañía está impulsando a través de diferentes proyectos creando un entorno de diálogo e interacción con el cliente, siempre.

Así, por ejemplo, el programa de Tendam, *Easy shopping* ofrece a sus clientes:

- ◆ Aplicaciones móviles para todas las marcas.
- ◆ Pago con el móvil en todas sus marcas.
- ◆ Opciones de entrega y devolución, tanto en tienda como en domicilio.
- ◆ *Click Shopping* opción de comprar productos que no están disponibles en la tienda utilizando la plataforma web para que lo envíen a su domicilio o recoja en tienda, según prefiera.
- ◆ Reserva en tienda, posibilidad de reservar desde la página web el producto y disponer de 24h para ir a recogerlo en la tienda seleccionada, pagando en el momento de la recogida.
- ◆ Entrega multimarca en tienda, opción que permite comprar desde todas las webs de Cortefiel, Springfield y Women'secret, y recoger o devolver en tienda física de Springfield.
- ◆ Venta asistida con tablet en tienda. Búsqueda por reconocimiento de imágenes. Recomendador de talla online.



Gestión logística

La gestión logística es una pieza clave para lograr la máxima eficiencia y competitividad en el negocio multicanal de Tendam en todo el mundo. Desde su plataforma central y sus centros internacionales en Honk Kong y México se realizan el almacenaje y distribución de la compañía.

La eficiencia logística de Tendam está basada en la distribución multimarca que supone una considerable reducción de los transportes realizándose las entregas a tiendas fuera del horario comercial, para no entorpecer la actividad, minimizar los efectos del tráfico y la contaminación en zonas urbanas.

En España, se ubica el centro logístico principal que actúa como centro de consolidación de franquicias de mercancía de proveedores en la zona euromediterránea, y es el distribuidor único para todas las tiendas propias de Europa.

Este centro logístico, semiautomático de 146.500 m² de espacio para almacenaje, recibe la mercancía de

proveedores de todos los países y desde ahí abastece el 100% de las tiendas propias, el 70% de las tiendas franquiciadas de todas las marcas de Tendam así como a los dos almacenes de e-commerce del grupo en España.

Por otro lado, se dispone de un centro de consolidación multimarca en Hong Kong desde donde se distribuye en cross-dock la mercancía de los proveedores asiáticos a la red de franquicias y tiendas propias en México. Además, en el país centroamericano se dispone de un centro de distribución específico para las entregas a tiendas propias y al franquiciado mexicano.



155.500 m²

Superficie de almacenamiento

Madrid cuenta con certificado de Estatuto Europeo de Operador Económico Autorizado y es depósito aduanero, lo que permite acortar significativamente los plazos de entrega.

Las personas, la diferencia

Tendam está formado por un equipo joven, multidisciplinar, dinámico y exigente de más de 9.900 personas que tienen como principal objetivo hacer llegar el mejor servicio a sus clientes.



5 IGUALDAD DE GÉNERO

Velamos por el cumplimiento del II Plan de Igualdad, visibilizando nuestro compromiso con el desarrollo de relaciones laborales basadas en la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres y la no discriminación, siguiendo las directrices que marca la legislación en la materia.

Impulsamos un ambiente de trabajo de calidad, basado en el respeto, la diversidad, y el crecimiento personal y profesional. El capital humano es clave para nuestro éxito y trabajamos cada día para formar el mejor equipo.

El 86% de la plantilla la componen mujeres. Más del 60% de los puestos directivos son ocupados por mujeres.



8 TRABAJO DECENTE Y CRECIMIENTO ECONÓMICO

Promovemos políticas orientadas al desarrollo que apoyen las actividades productivas, la creación de puestos de trabajo decentes, el emprendimiento, la creatividad y la innovación, y fomentar la formalización y el crecimiento de las microempresas y las pequeñas y medianas empresas, incluso mediante el acceso a servicios financieros.



12 PRODUCCIÓN Y CONSUMO RESPONSABLES

Nuestras marcas siguen apostando por la creación de colecciones con materiales y procesos más respetuosos con el medioambiente.

Uno de los pilares en los que se sustenta la calidad de las prendas de todas nuestras marcas radica en el estricto control de los productos, que asegura el cumplimiento de los estándares requeridos y los niveles de calidad exigidos.



13 ACCIÓN POR EL CLIMA

Fortalecemos la resiliencia y la capacidad de adaptación a los riesgos relacionados con el clima y los desastres naturales en todos los países.

Incorporamos medidas relativas al cambio climático en las políticas, estrategias y planes nacionales.



16 PAZ, JUSTICIA E INSTITUCIONES SÓLIDAS

Somos una compañía comprometida con la lucha contra el fraude, la corrupción, el soborno y el blanqueo de capitales y financiación del terrorismo.

Para garantizar la transparencia y luchar contra prácticas y comportamientos faltos de ética de integridad, la compañía cuenta con distintos procedimientos, medidas y controles.



17 ALIANZAS PARA LOGRAR LOS OBJETIVOS

Nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible se materializa a través de la colaboración con otras entidades para fomentar el trabajo en red, la innovación y la gestión del talento, contribuyendo a la mejora de la sociedad.

Responsabilidad social y negocio responsable

Con nuestro objetivo de guiar la forma en que trabajamos, seguimos firmemente comprometidos con todo lo que nos importa y que importa a nuestros grupos de interés.

La estrategia de Tendam es sostenibilidad se basa en nuestro propósito “Sumamos para multiplicar haciendo moda que importa”.

Esta estrategia inspira transversalmente la actividad de todas las áreas y empresas a través de la Cultura We Care. El Grupo adopta compromisos específicos, que se materializan en las políticas y procedimientos internos, así como en un ambicioso Plan ESG que incluya objetivos mensurables. Este plan representa la hoja de ruta para la sostenibilidad en todos los procesos de toma de decisiones y decisiones estratégicas de la cadena de valor.





Comprometidos con el impacto positivo en el medio ambiente

La lucha contra el cambio climático, la protección de la biodiversidad y el uso responsable de los recursos naturales son algunos de los retos prioritarios de Tendam.

Con la implementación de distintas iniciativas en los últimos años, Tendam ha alcanzado el 79% de compra de energía renovable y reducido un 16% sus emisiones de CO₂ respecto a 2019, con el objetivo de lograr la neutralidad de carbono en 2040.

Este compromiso con la lucha contra el cambio climático ha permitido a Tendam conseguir la valoración A- otorgada por *Carbon Disclosure Project* (CDP).

Tendam forma parte del *Fashion Pact Business*, la coalición de la que forman parte las principales compañías de moda a nivel global que respaldan los objetivos ambientales comunes claves en la protección del clima, la biodiversidad y los océanos.

En 2021 Tendam se unió a *Zero Discharge of Hazardous Chemicals* (ZDHC), para evitar el uso de sustancias restringidas durante la producción y fabricación.

Asimismo, Tendam está adherida al *Fashion Industry Charter for Climate Action*, tutelado por la Oficina de Cambio Climático de las Naciones Unidas, para definir los pasos y las acciones a seguir: reducir las emisiones de GEI en un 30% para 2030 y eliminar de forma gradual fuentes de carbono en las cadenas de suministro, entre otros objetivos concretos.

Con el objetivo de mejorar el rendimiento social y medioambiental de la cadena de suministro está adherida a Amfori, entidad que promueve la visibilidad la producción responsable: *Business Social Compliance Initiative* (BSCI) y *Business Environmental Performance Initiative* (BEPI).

Las marcas, por su parte, desarrollan y avanzan en sus diferentes líneas de productos sostenibles. Así la compañía se ha marcado el objetivo para que las colecciones sostenibles supongan más del 50% en 2030.

Tendam mejora su calificación EcoVadis alcanzando la Medalla Platino que reconoce al 13% de mejores empresas en su desempeño ESG. Este reconocimiento visibiliza los avances de la compañía impulsados con los últimos años en las cuatro áreas que evalúa: ética, derechos humanos y laborales, aprovisionamiento sostenible y medioambiente.

Uno de los recientes hitos de Tendam en la gestión de residuos ha sido la formación de la Asociación para la Gestión del Residuo Textil y Calzado, junto con otros colaboradores del sector Retail (Decathlon, H&M, IKEA, Inditex, Kiabi y Mango), con el objetivo de gestionar los residuos textiles y de calzado que se generen en el mercado español a través de un Sistema Colectivo de Responsabilidad Ampliada del Productor (SCRAP).





Comprometidos con las buenas prácticas de gobierno

En Tendam existe un marco de actuación que sitúa la ética y el cumplimiento normativo en la base de nuestro comportamiento empresaria.

Como piedra angular del Modelo Compliance de Tendam figura el Código de Conducta. Sus principios, compromisos, valores corporativos y pautas de comportamiento quedan recogidos en el Código de Conducta Interno, que todos los empleados de la compañía deben cumplir. Del mismo modo, dispone de un Código de Conducta Externo para proveedores y franquiciados, con el fin de velar por la extensión de la cultura corporativa de la compañía en los distintos eslabones de la cadena de suministro y con terceras partes.

Estos documentos son la espina dorsal de la cultura corporativa de Tendam y recogen los principios éticos que establecen las bases y los mecanismos para actuar de forma responsable en toda la cadena de valor.

La compañía dispone de una Línea Ética que permite a cualquier trabajador o tercero comunicar posibles conductas que vulneren cualquier aspecto establecido en los Códigos de Conducta Interno y/o Externo. Posibilita la realización de comunicaciones anónimas y garantiza la confidencialidad y la seguridad de la información a lo largo de todo el proceso de comunicación.





Comprometidos con el avance de la sociedad

Tendam es consciente del compromiso con las personas y el planeta. Sus marcas desarrollan acciones sociales para colaborar con entidades y organizaciones que velan por las personas más vulnerables.

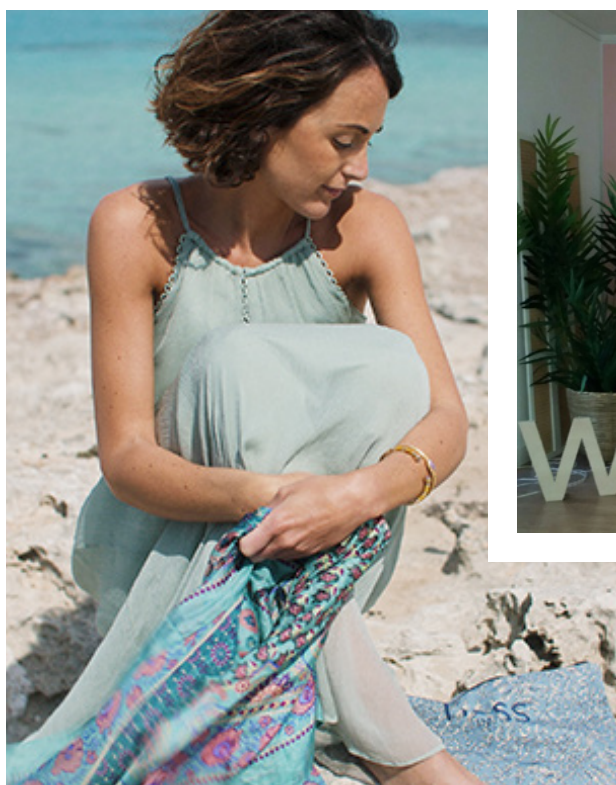
Acciones encaminadas a la inclusividad como el proyecto Perfectos Imperfectos, que Cortefiel ha llevado a cabo junto con la Fundación Cadete con el objetivo de apoyar la inclusión de niños y niñas que han nacido con alguna discapacidad.

La marca Slowlove se une a la Fundación Un Paso Más con motivo del Día Internacional del Cáncer Infantil para recaudar fondos destinados a un programa de investigación oncológica infantil y tratamientos especializados de la Clínica Universidad de Navarra.

Women'ssecret, por su parte, apoyan a las mujeres que han sufrido cáncer de mama con el proyecto 'Sí me importa', que contribuye a normalizar la vida de las mujeres tras una mastectomía y hacer su día a día más fácil.

A continuación, se enumera algunos de los proyectos liderados por el área corporativo y de las marcas.

- ◆ Tendam: Proyecto Involucrados y donaciones directas de prendas
- ◆ Cortefiel: Proyecto Perfectos Imperfectos
- ◆ Pedro del Hierro: Mujeres ByBy
- ◆ Springfield: El bosque Springfield
- ◆ Women'ssecret: #SíMeImporta
- ◆ Hoss Intropia: Save Posidonia Project
- ◆ Slowlove: Fundación un Paso Más



144 años de historia

De Grupo Cortefiel a Tendam



TENDAM

GLOBAL FASHION RETAIL

www.tendam.es