

# Rapport de Responsabilité Sociétale et Environnementale 2022



# Table des matières



## 3 CHIFFRES CLÉS 2022

- Une année d'accélération sur les sujets de RSE
- Périmètre de notre rapport

## 4 EDITO

## 5 WOLF LINGERIE, UN GROUPE FRANÇAIS À TAILLE HUMAINE

- Notre mission
- Nos valeurs
- Nos marques
- La RSE dans le Groupe Wolf Lingerie, une histoire qui dure
- Notre modèle d'affaires

## 10 WE ACT, NOTRE PROGRAMME DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE

- Nos piliers WE ACT
- Nos enjeux de RSE

## 12 GOUVERNANCE & ÉTHIQUE

- La RSE au coeur des instances de gouvernance
- Engager nos parties prenantes
- Respecter l'éthique et lutter contre la corruption
- Choisir la transparence
- Certifier nos engagements avec le label PME+

## 14 ACHATS RESPONSABLES

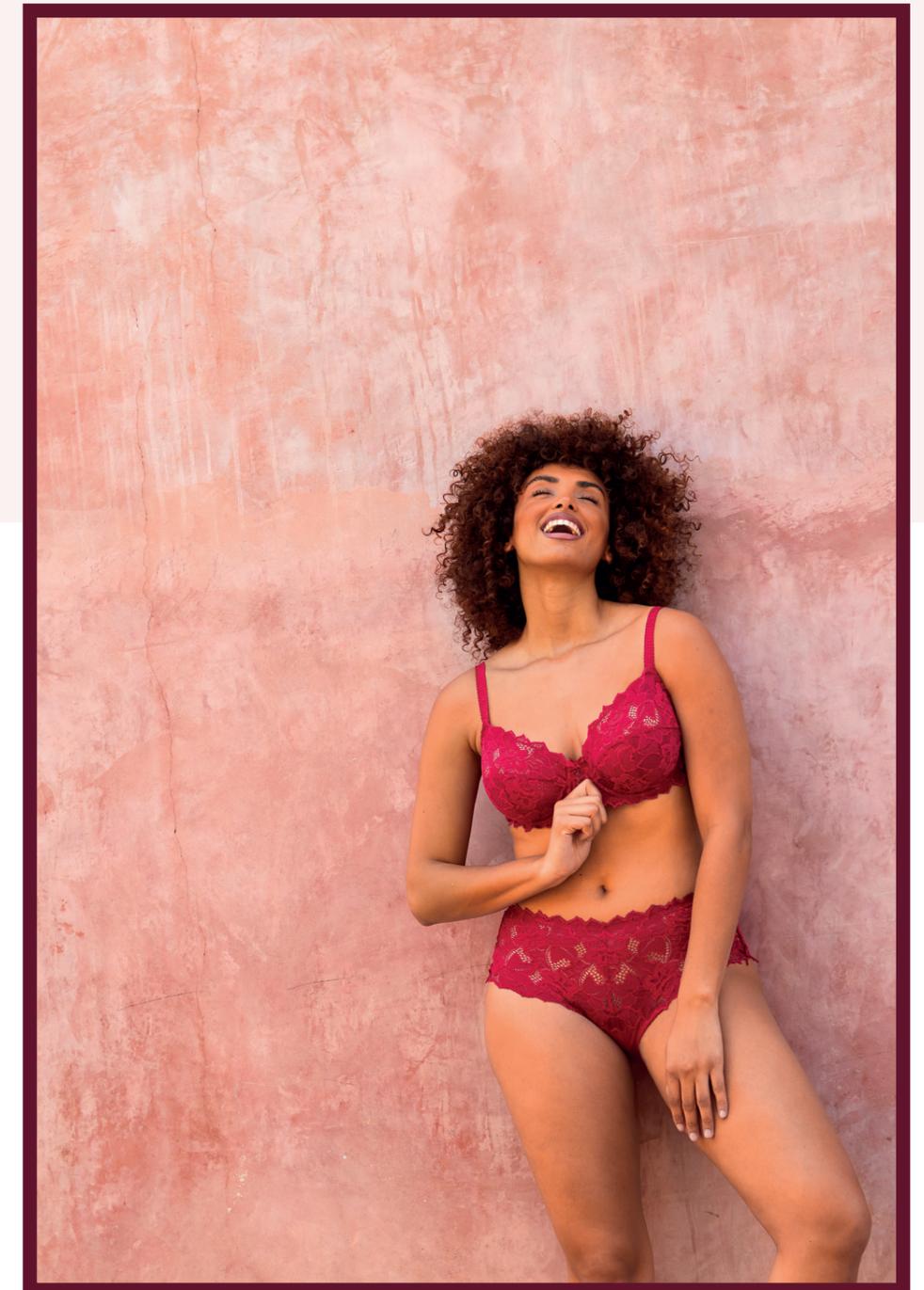
- Un panel de partenaires maîtrisé
- Engagements demandés à nos partenaires
- Traçabilité
- Démarche de conformité des conditions de travail

## 19 ENVIRONNEMENT

- Améliorer nos opérations
- Produits et matières
- Conditionnement et emballages

## 22 ENGAGEMENT SOCIAL ET SOCIÉTAL

- Engagement social
- Engagement sociétal



## 25 NOS AMBITIONS 2025

- PILOTER le changement avec une gouvernance engagée
- ACHETER avec respect et responsabilité
- RÉDUIRE notre empreinte environnementale
- RENFORCER notre marque employeur
- AGIR de manière citoyenne et solidaire

## 27 MERCI

# CHIFFRES CLÉS 2022

## 2022, ANNÉE D'ACCÉLÉRATION SUR LES SUJETS DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE

### Approfondissement de notre démarche RSE

Mise en place d'une équipe RSE dédiée.

Membres du Comité Exécutif objectivés sur la RSE en plus des critères traditionnels de performance.

Renouvellement de notre certification PME+.

### Partenaires et fournisseurs

22 fabricants dans 10 pays

38 % des fournisseurs matières sont nommés par le Groupe Wolf Lingerie.

### Collaborateurs

Europe : 151 personnes

Asie : 28 personnes

Groupe : 179 personnes

100 % des collaborateurs formés à la RSE via des modules de e-learning

Certification HappyIndex®AtWork obtenue pour la 2e année consécutive avec une note globale de 4,12/5

### Produits

100 % des collections Printemps-Eté et Automne-Hiver 2023 Sans Complexe Lingerie et Billet Doux certifiées STANDARD 100 d'OEKOTEX®.

13 % des produits (toutes marques) contenant au moins une matière recyclée (GRS ou RCS)<sup>1</sup>

100 % de coton issu de l'agriculture biologique (OCS ou GOTS)<sup>2</sup> pour les marques Sans Complexe Lingerie et Billet Doux

### Engagement sociétal

Près de 300 000 personnes touchées par la campagne annuelle de sensibilisation au dépistage du cancer du sein sur les réseaux sociaux.

19 166 pièces de lingerie données à des associations.

## PÉRIMÈTRE DE NOTRE DÉCLARATION

Réalisations menées du 1er janvier au 31 décembre 2022.

Périmètre : Groupe Happy Lingerie, qui regroupe les marques Sans Complexe Lingerie, Billet Doux, Girls in Paris, Jardin Secret, Ominem, désigné dans les pages suivantes comme Groupe Wolf Lingerie, sa raison sociale la plus connue, sauf spécifié autrement.

<sup>1</sup> GRS: Global Recycled Standard ; RCS: Recycled Claim Standard (RCS).

<sup>2</sup> OCS: Organic Content Standard ; GOTS: Global Organic Textile Standard.

# ÉDITO

*2022 constitue une étape importante dans l'histoire de notre Groupe, que j'ai l'honneur de marquer avec ce premier rapport de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE).*

*Nous avons accueilli trois nouveaux actionnaires, NextStage AM, BNP Paribas Développement et Bpifrance, qui partagent nos engagements, nos valeurs et nos ambitions sur les enjeux de Responsabilité Sociétale et Environnementale.*

*Ce nouveau chapitre s'accompagne de l'arrivée d'une directrice RSE, afin de poursuivre la transformation de nos activités et de contribuer à celle de notre filière, avec des convictions fortes et des objectifs ambitieux.*

*L'industrie textile a une image de mauvais élève en termes de responsabilité sociale, sociétale et environnementale. Elle doit accélérer sa mutation : c'est pourquoi au sein du Groupe Wolf Lingerie, nous nous engageons, à travers notre démarche de Responsabilité Sociétale et Environnementale WE ACT, pour une lingerie plus responsable, plus soucieuse de l'environnement et respectueuse des personnes.*

*Nos actions s'appuient sur une politique d'achats responsables : peu de fournisseurs, audités régulièrement, et des équipes présentes sur place, au plus près de la production. Nous voulons continuer à proposer le meilleur à toutes les femmes, notamment avec notre marque Sans Complexe Lingerie, pionnière sur le Body Positive. Le respect de l'humain est au cœur de chacune de nos actions, et nous cultivons notre proximité avec nos parties prenantes.*

*Conscients que la transparence est aujourd'hui une nécessité, nous sommes fiers de vous partager ce Rapport RSE, qui témoigne de nos efforts pour assurer un futur durable à notre entreprise et de notre volonté de contribuer à faire évoluer le secteur. Nous savons qu'il nous reste encore beaucoup à faire et à imaginer. Nous nous engageons à poursuivre dans cette voie, dans laquelle nous souhaitons progresser avec la confiance et la collaboration de nos clients, consommatrices, salariés, fournisseurs et actionnaires.*

Jean-François MIALON, Président du Groupe Wolf Lingerie





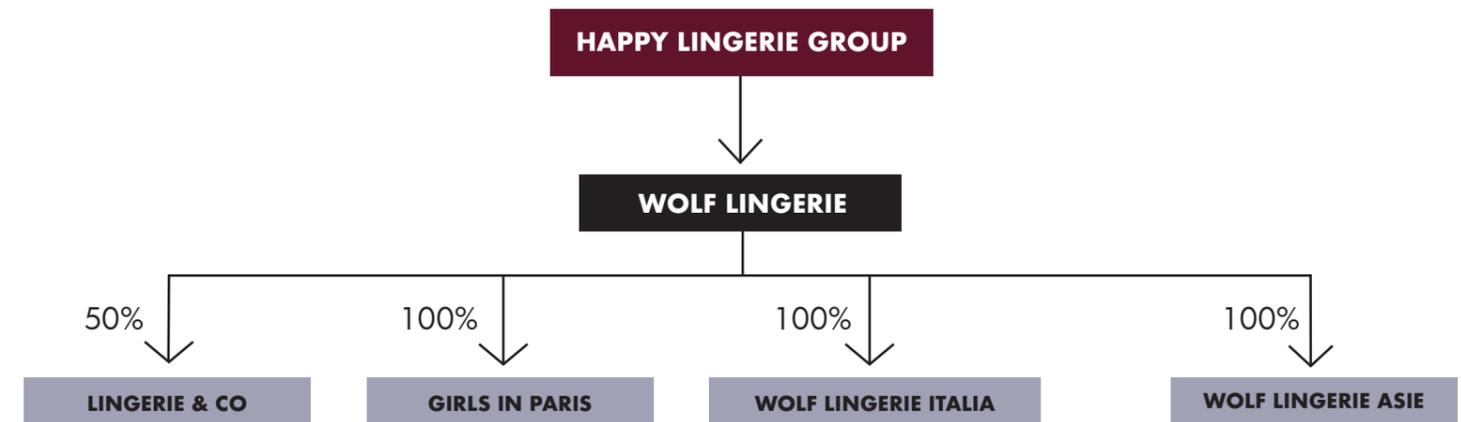
# WOLF LINGERIE, UN GROUPE FRANÇAIS À TAILLE HUMAINE

Fondé en 1947, le Groupe Wolf Lingerie conçoit et distribue depuis Strasbourg, en France, des collections de lingerie. Longtemps spécialisé dans la création et la production de collections de lingerie pour de grands distributeurs et des marques internationales, le Groupe a progressivement, depuis les années 90, lancé ses propres marques qui représentent aujourd’hui l’intégralité de son activité. Le Groupe Wolf Lingerie détient et commercialise aujourd’hui cinq marques : Sans Complexe Lingerie, Billet Doux, Girls In Paris, Jardin Secret et Ominem.

Fort de son passé industriel, le Groupe maîtrise les processus clés, de la création à la distribution, en passant par la conception, les achats, le contrôle qualité, la logistique, et dispose d’un vaste réseau de distributeurs et partenaires commerciaux en France et en Europe.

Le respect des personnes et de l’environnement fait partie de l’ADN du groupe, et se prolonge dans des engagements formalisés en 2020 dans la stratégie de Responsabilité Sociétale et Environnementale WE ACT.

Le Groupe emploie 179 collaborateurs, répartis entre le siège social à La Wantzenau, près de Strasbourg, des bureaux à Paris et en Asie (Hong Kong, Dongguan en Chine, et Dhaka au Bangladesh), et une vingtaine de régions commerciales en France, Italie, Belgique. Présent depuis plus de 35 ans en Asie, le Groupe Wolf Lingerie assure le suivi des productions au plus près de ses partenaires, grâce à une structure indépendante et des équipes locales hautement qualifiées.





## Notre mission

**L'expertise de nos marques est au service de toutes les femmes, pour que chacune puisse s'offrir une lingerie adaptée à ses besoins et ses envies. Nos collections réunissent savoir-faire et modernité, deux tremplins à l'innovation et à la créativité pour imaginer des produits toujours plus inclusifs.**



## Nos valeurs

### ÉTHIQUE

---

Nous plaçons l'éthique au cœur de notre conduite des affaires et de notre stratégie de groupe.

### PASSION

---

Enracinée dans notre culture d'entreprise, la passion suscite la volonté de créer, l'inspiration, et l'innovation. Cette dynamique positive implique tous nos salariés.

### AMBITION

---

Dans un univers très concurrentiel, nous visons l'excellence dans la qualité de nos produits, de nos services et le respect dû à nos partenaires.

### EXIGENCE

---

Nous faisons le choix stratégique du dépassement de soi. Cette exigence, traduite par la fusion des compétences, des talents, et du professionnalisme de toutes et tous, suscite des opportunités de diversification pour occuper tous les segments de la lingerie, en France et à l'international.

# Nos marques

## SANS COMPLEXE LINGERIE

### UNE EXPERTISE ET UN SAVOIR-FAIRE AU SERVICE DES POITRINES GÉNÉREUSES

Depuis plus de 25 ans, Sans Complexe Lingerie sublime toutes les poitrines généreuses jusqu'au bonnet G. Les collections sont conçues pour décomplexer les femmes à la poitrine généreuse, et les aider à se sentir belles et bien dans leur corps.



## BILLET DOUX

### LA LINGERIE MODE

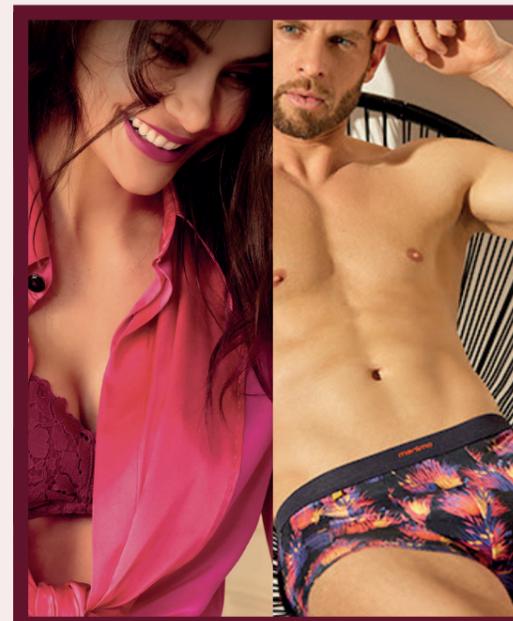
Billet Doux répond aux besoins et envies des jeunes femmes avec une lingerie créative et confortable.



## GIRLS IN PARIS

### LA LINGERIE "EFFORTLESSY SEXY"

Digital native, Girls In Paris crée des collections cool et sexy de lingerie et de maillots de bain depuis 2015.



## Jardin Secret / ominem

### LA LINGERIE LUXE ET CONFORT

Jardin Secret propose des collections de lingerie haut de gamme et confortables. Ominem est son alter ego destiné aux hommes. Le Groupe assure la conception, le développement des produits et leur approvisionnement, tandis que notre partenaire [Akeo](#) gère la logistique et la vente grâce à un vaste réseau de vendeurs à domicile indépendants.

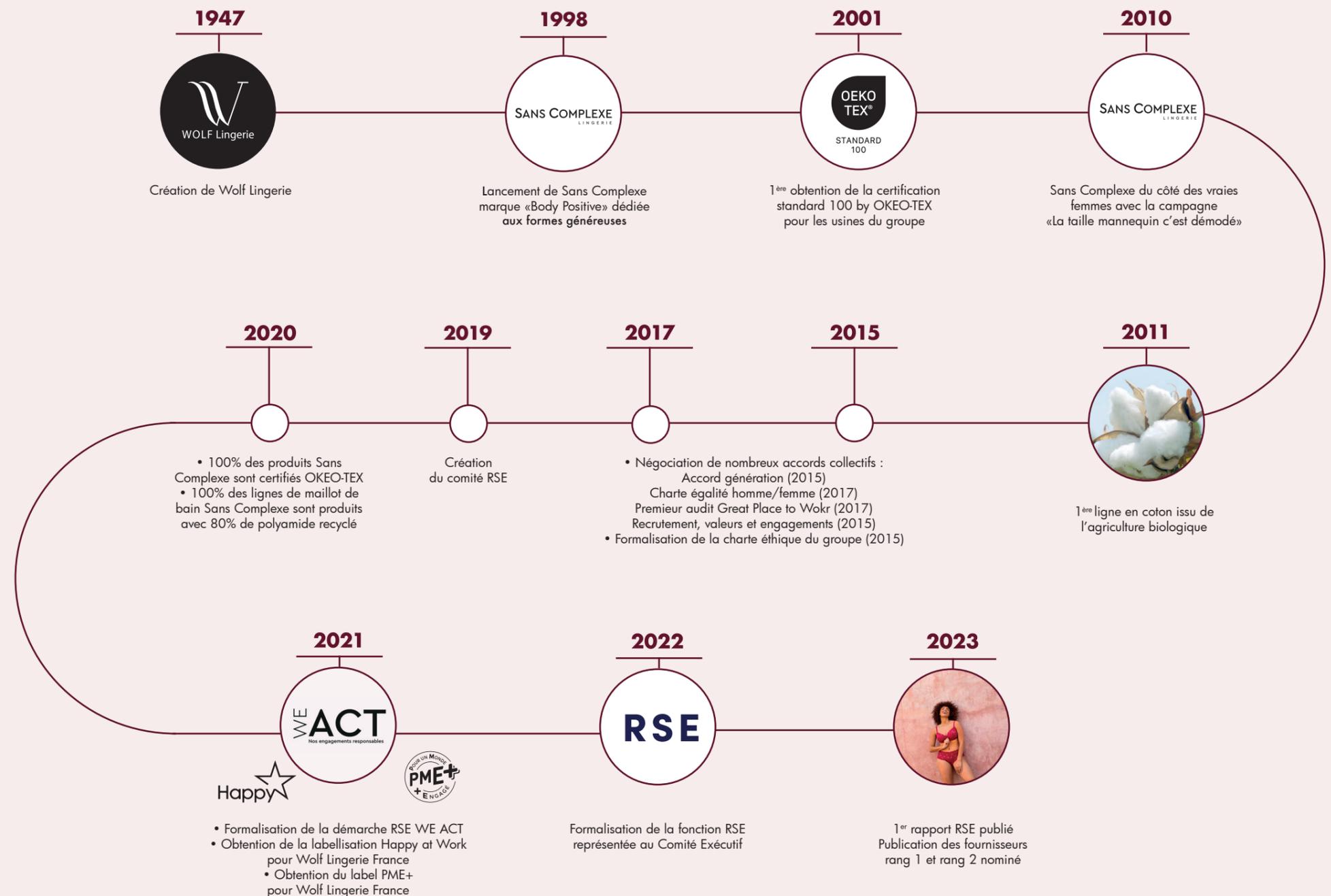


## La Responsabilité Sociétale et Environnementale de l'entreprise dans le Groupe Wolf Lingerie, une histoire qui dure

**Dès le début des années 2000, le Groupe Wolf Lingerie s'est engagé dans une démarche exigeante de responsabilité et d'amélioration continue. Nous avons obtenu des certifications de premier rang, en termes de qualité des produits, des processus, et de conformité sociale pour nos propres usines.**

Fin 2018, notre chaîne d'approvisionnement a achevé sa transformation, initiée quelques années plus tôt avec la volonté de diversifier nos sources d'approvisionnement et de sécuriser notre chaîne de valeur. La fabrication de nos collections s'appuie désormais sur des partenaires strictement sélectionnés - majoritairement en Asie. Dans le même temps, nous avons aussi décidé de formaliser nos engagements et de mettre en oeuvre des actions encore plus ambitieuses. Comment ? Notamment en renforçant les garanties sociales et environnementales demandées à nos fournisseurs, ainsi que par l'utilisation progressive de matières recyclées ou issues de l'agriculture biologique dans notre offre de produits.

## Nos réalisations RSE en dates



## NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES

# Notre groupe ambitionne de répondre aux aspirations de toutes les femmes.

Pour cela, nous continuons de faire grandir notre portefeuille de marques en France et à l'étranger pour élargir notre clientèle, en capitalisant sur notre atout stratégique : l'alliance de notre savoir-faire reconnu, socle de l'innovation et de notre modernité, qui dynamise la créativité.

Nous diffusons nos collections en France et à l'international - principalement en Europe - sur plusieurs canaux de distribution :

- Grande Distribution
- Internet
- Circuits Sélectifs
- Vente à Domicile

### SERVICES SUPPORTS ET ADMINISTRATION



Les services supports gèrent la complexité et apportent à chacun de nos collaborateurs, clients et partenaires le service dont il a besoin.

### LOGISTIQUE



De la gestion des stocks au transport, notre logistique intégrée est garante de la satisfaction des clients.

### DIGITAL



L'équipe web utilise les leviers digitaux pour offrir une expérience multicanale aux clients, satisfaire leurs attentes et les fidéliser.



### CRÉATION

Au sein de notre atelier strasbourgeois, couturières, modélistes et stylistes allient minutie et créativité pour les collections des marques Sans Complexe Lingerie, Billet Doux et Jardin Secret. Les collections de Girls in Paris sont imaginées par l'équipe de la marque à Paris, en lien avec l'équipe strasbourgeoise.



### ACHATS

Nos équipes d'achats identifient et maintiennent nos relations avec nos partenaires de production en confection ou fournisseurs matières et packaging.



### QUALITÉ

Nos standards qualité impliquent des contrôles à chaque étape de la production.

  
**WOLF Lingerie**



### COMMERCE

Au coeur de la relation client, les équipes commerciales s'adaptent à nos différents réseaux de distribution, en passant par le web et le sélectif, en France comme à l'étranger.



### MARKETING

L'équipe marketing développe les produits et les outils de communication qui les valorisent.

WE ACT

# Notre programme de responsabilité sociale et environnementale

Le Groupe Wolf Lingerie a mis en place WE ACT, un programme de Responsabilité Sociétale et Environnementale. WE ACT traduit nos engagements en actions, pour répondre aux enjeux sociétaux et environnementaux de notre temps, tout en prenant en compte les attentes de nos salariés, fournisseurs, clients, consommatrices et actionnaires. Cette démarche s'appuie sur cinq piliers.



NOS PILIERS WE ACT

**01.**  
GOVERNANCE

**02.**  
ACHATS RESPONSABLES

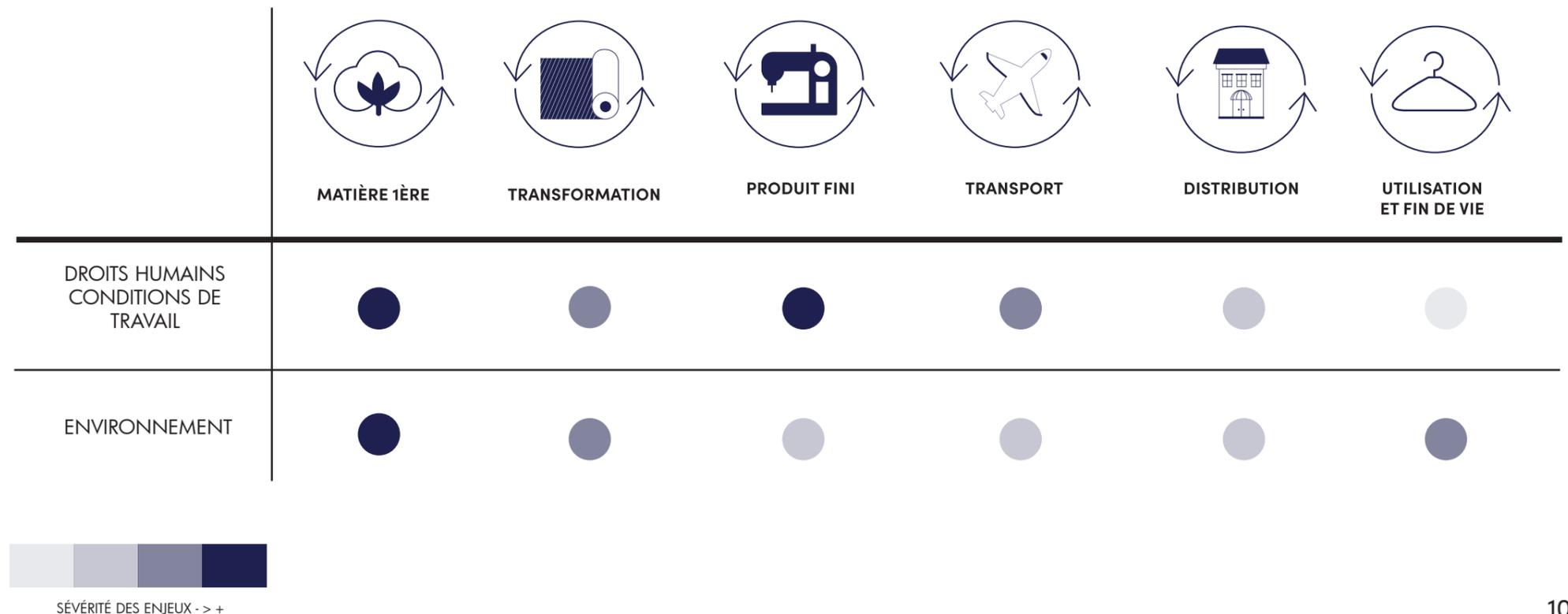
**03.**  
RÉDUIRE NOTRE IMPACT SUR L'ENVIRONNEMENT

**04.**  
ENGAGEMENT SOCIAL

**05.**  
ENGAGEMENT SOCIÉTAL

## NOS ENJEUX DE RESPONSABILITÉ SOCIÉTALE ET ENVIRONNEMENTALE

Nous le savons, la majorité de nos enjeux se trouve dans notre chaîne d'approvisionnement, notamment au moment de la production des matières premières, de la teinture et de la confection des produits finis. Un autre enjeu concerne l'utilisation et la fin de vie de nos produits.



DÉBUT 2023, NOUS AVONS INTERROGÉ  
NOS PRINCIPALES PARTIES PRENANTES  
SUR NOS ENJEUX ET ACTIONS RSE

**103**  
SALARIÉS EN  
FRANCE ET EN ASIE

**6**  
CLIENTS

**41**  
FOURNISSEURS  
DE RANG 1 ET 2

**154**  
RÉPONSES

**4**  
MEMBRES DU CONSEIL  
DE SURVEILLANCE  
(DONT 3 ACTIONNAIRES)



**98 %**

ONT ESTIMÉ ÊTRE BIEN INFORMÉS SUR LES ENJEUX  
ET LES ACTIONS RSE DU GROUPE WOLF LINGERIE

**97 %**

ONT ESTIMÉ QUE NOS ACTIONS RSE RÉPONDENT À  
NOS ENJEUX DE MANIÈRE PERTINENTE

**PLUS DE LA MOITIÉ DE  
NOS PARTIES PRENANTES  
CONSIDÈRE QUE LES ENJEUX  
SUIVANTS SONT LES PLUS  
IMPORTANTES DANS L'INDUSTRIE  
TEXTILE :**

1. La consommation et la pollution des eaux
2. La santé des consommateurs, liée à la sécurité et à la qualité des produits
3. La santé et la sécurité au travail des ouvriers dans les usines
4. L'utilisation de produits chimiques
5. La traçabilité des produits
6. Les droits de l'Homme et du travailleur
7. La communication responsable
8. La gestion des déchets
9. La santé et la sécurité des employés du Groupe Wolf Lingerie
10. Les pratiques d'achat
11. Le salaire (living wage) des travailleurs dans les usines
12. Le dialogue social entre salariés et employeur
13. La transparence
14. Les pratiques de vente
15. L'égalité des genres, l'autonomisation des femmes



## GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE

Placer l'éthique au coeur de notre conduite des affaires et privilégier les relations de proximité pour engager toutes nos parties prenantes.

## La RSE au coeur des instances de gouvernance

La démarche RSE du Groupe Wolf Lingerie est pilotée par un comité intégrant les fonctions clés des enjeux RSE de l'entreprise : Direction Générale (Président et Directrice RSE), Achats, Qualité, Marketing, Ressources Humaines. Le Groupe a renforcé le poids de la vision RSE dans ses prises de décisions en recrutant fin 2022 une directrice RSE, membre du COMEX.

En mars 2022, NextStage AM, Bpifrance et BNP Paribas sont venus renouveler l'actionariat, avec la volonté d'accompagner le déploiement digital et international du Groupe Wolf Lingerie, tout en respectant les valeurs d'inclusivité et de responsabilité des différentes marques. Le comité RSE, le COMEX et le Comité de Surveillance ont travaillé à la mise en place d'un système d'indicateurs de mesure de la performance RSE.

## Engager nos parties prenantes

### ACTIONNAIRES

En 2022, NextStage AM, Bpifrance et BNP Paribas sont entrés au capital du Groupe Wolf Lingerie. Le Conseil de Surveillance, qui inclut les actionnaires, a adopté un ensemble d'indicateurs et d'objectifs Environnementaux, Sociaux et de Gouvernance (ESG) à trois ans pour suivre la performance RSE du groupe. Par ailleurs, nos actionnaires financiers évaluent annuellement la performance ESG du Groupe, fournissant ainsi un accompagnement et un comparatif avec des entreprises de taille similaire.

### FOURNISSEURS

En 2022, nous avons informé nos fournisseurs de rang 1 de notre démarche RSE avec des outils pédagogiques (brochure et webinar). Nous avons également interrogé nos fabricants, fournisseurs de matières, d'accessoires et d'emballages (packagings). 44 ont répondu à nos questions, nous permettant d'établir un riche état des lieux sur leurs politiques et pratiques RSE.

### CLIENTS

Nous avons équipé notre force de vente de brochures RSE afin de partager nos engagements avec nos clients et de faire de la pédagogie sur nos actions entreprises.

### COLLABORATEURS

100 % de nos collaborateurs ont été formés à la RSE via des modules de e-learning. Les salariés français reçoivent une newsletter trimestrielle les informant des actualités RSE du groupe, et nous avons traduit la brochure RSE ainsi qu'une présentation du programme WE ACT, destinées à nos salariés en Asie. En juin 2022, via l'enquête annuelle Impact Index, nous avons interrogé nos collaborateurs sur leur perception des pratiques RSE dans le Groupe, sur trois dimensions : gouvernance, environnement, social.

**84,9 %**

DE RÉPONDANTS (112 SUR 133) CHEZ LES ÉQUIPES FRANÇAISES.

LE SCORE DE

**3,52 / 5**

NOUS A CONFORTÉ DANS NOTRE CHOIX D'INTENSIFIER NOTRE COMMUNICATION ENVERS NOS SALARIÉS AFIN DE MIEUX LES SENSIBILISER À NOTRE STRATÉGIE RSE.

## Respecter l'éthique et lutter contre la corruption

Le Groupe dispose d'une [charte éthique](#), qui rappelle que le respect et l'intégrité sont des valeurs essentielles de l'entreprise. Cette charte est mise à disposition de chaque collaboratrice et collaborateur ; les membres du Management ont le devoir de l'incarner et de veiller à ce que leurs équipes l'appliquent au quotidien. Nous avons aussi mis en place un dispositif de recueil des alertes. Nos équipes ont été formées en 2021 aux bonnes pratiques concurrentielles (55 personnes formées) et à la lutte contre la corruption / Loi Sapin 2 (55 personnes formées).

## Choisir la transparence

Avec la volonté d'offrir une information claire sur nos produits, Sans Complexe Lingerie a participé à l'évaluation de [Clear Fashion](#) en 2022, et a obtenu le score de 61 sur 100. Au premier semestre 2023, nous avons publié la liste de nos fournisseurs de rang 1 et rang 2 nominés sur [Open Supply Hub](#), dessinant ainsi la cartographie de notre chaîne d'approvisionnement.

## Certifier nos engagements avec le label PME+

En 2021, le Groupe Wolf Lingerie a obtenu la [certification PME+](#), le label de la FEEF (Fédération des Entreprises et Entrepreneurs de France) qui sélectionne des entreprises indépendantes françaises à taille humaine aux pratiques éthiques et responsables. Le Groupe a renouvelé sa certification en 2022.



Le label PME+ est attribué après un audit annuel effectué par Ecocert Environnement, selon un référentiel inspiré de la norme RSE ISO 26000, et articulé en six thèmes :

- 1 GOUVERNANCE ET ÉTHIQUE**
- 2 EMPREINTE TERRITOIRE**
- 3 EMPREINTE EMPLOI**
- 4 GESTION ET PRÉSERVATION DE L'ENVIRONNEMENT**
- 5 LOYAUTÉ DES PRATIQUES TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE DE VALEUR**
- 6 PRISE EN COMPTE DES ATTENTES CLIENTS ET CONSOMMATEURS**



## ACHATS RESPONSABLES

Renforcer les liens avec nos partenaires pour accompagner leur transformation vers des pratiques plus responsables, et veiller au bien-être des travailleurs.

## UN PANEL DE PARTENAIRES MAÎTRISÉ

Notre Groupe fait le choix de travailler avec un nombre limité de partenaires de production, avec lesquels nous construisons et entretenons des relations durables. Tous les achats sont gérés par les bureaux à Hong Kong, Dongguan et Dhaka, afin de contrôler et d'accompagner les fournisseurs sans recourir à des intermédiaires.

## Nos fournisseurs en 2022

### RANG 1

**22 FABRICANTS<sup>3</sup>  
DANS 10 PAYS**

Bangladesh, Chine, Vietnam, Indonésie, Laos, Turquie, Tunisie, Ukraine, Portugal, France dont 16 fabricants en Asie  
5 fabricants représentent plus de 84 % des volumes d'achats du Groupe Wolf Lingerie

### RANG 2

**137 FOURNISSEURS<sup>4</sup>  
39 % NOMINÉS  
DANS 12 PAYS**

Chine et Hong Kong, Vietnam, Taiwan, Thaïlande, Bangladesh, France, Italie, Luxembourg, Portugal, Espagne, Suisse, Turquie

Les processus de fabrication matière sont connus et identifiés chez 100 % de nos fournisseurs nominés pour le tricotage, la teinture, l'impression, que ce soit en intégration verticale ou en sous-traitance. Nous avons publié la liste de nos fournisseurs sur [Open Supply Hub](#) en mai 2023.

### État des lieux des démarches de nos fournisseurs

En 2022, nous avons adressé un questionnaire à nos fournisseurs de rang 1 et 2 nominés, afin de connaître leur état d'avancement sur les sujets RSE. Le résultat servira notamment à alimenter notre tableau de bord fournisseurs<sup>5</sup>.

<sup>3</sup> Fournisseurs facturés en 2022, toutes marques, Asie et Europe.

<sup>4</sup> En 2022, pour les collections Printemps-Été et Automne-Hiver 2023, toutes marques, Asie et Europe.

<sup>5</sup> Supplier scorecard.

# Traçabilité

Notre chaîne d'approvisionnement comporte différentes étapes de transformation, ou "rangs". Nous regroupons les fournisseurs par rangs, selon leur rôle dans la production, et travaillons étroitement avec nos fournisseurs de rang 1 et 2. Certains fournisseurs (deux sur les collections Printemps-Eté et Automne-Hiver 2022) sont intégrés, et opèrent sur les rangs 1 et 2, voire 3.



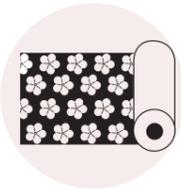
## RANG 01

**Fabricants** (confection) qui fabriquent des produits en coupant, en assemblant et en cousant la matière.



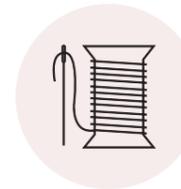
## RANG 02

**Fournisseurs** de tissus (teints et imprimés) et accessoires (élastiques, noeuds, armatures, coques, agrafages, etc.), y compris les usines de tissage, de teinture et d'impression de tissus.



## RANG 03

**Ennoblement** (teinture ou impression).<sup>6</sup>



## RANG 04

**Filatures**, fournisseurs de fils.



## RANG 05

**Fournisseurs de fibres naturelles** (coton) ou de **matière première** pour le fil synthétique.

100 % de traçabilité du rang 2 et 3 (matière et teinture) depuis nos collections Printemps-Eté 2023.<sup>7</sup>

En 2022 nous interdisions le coton en provenance du Xinjiang et d'Ouzbékistan et demandions à nos fournisseurs de déclarer l'origine du coton utilisé dans nos produits.<sup>8</sup>

<sup>6</sup> Étape parfois réalisée en interne du rang 2, ou sous-traitée par des fournisseurs de rang 2.

<sup>7</sup> Hors Girls In Paris.

<sup>8</sup> Levée de l'interdiction du coton provenant d'Ouzbékistan, et ajout de l'interdiction de coton provenant du Turkménistan en 2023.





## Engagements demandés à nos partenaires

### CODE DE CONDUITE

Tous nos fabricants doivent signer un code de conduite, par lequel ils s'engagent à respecter nos principes éthiques en matière de droits de l'Homme, de droit du travail et de respect des normes environnementales. Notre code de conduite s'assure notamment du respect de ces droits fondamentaux :

- Pas de travail forcé
- Pas de travail des enfants
- Protection spéciale pour les jeunes travailleurs
- Droits de liberté d'association et de négociation collective
- Pas de discrimination
- Santé et sécurité des travailleurs
- Sécurité des bâtiments, sécurité incendie et sécurité électrique
- Sécurité chimique
- Heures de travail décentes
- Salaires, avantages sociaux et conditions d'emploi
- Protection de l'environnement



## Démarche de conformité des conditions de travail

L'engagement pour des conditions de travail décentes sur l'ensemble de notre chaîne de production est au cœur de nos préoccupations depuis de nombreuses années. Nos partenaires doivent apporter des garanties et présenter des certifications crédibles. Ils sont régulièrement évalués et audités par nos équipes internes et des tiers. Au-delà de ces évaluations, nous nous inscrivons avec eux dans une dynamique de co-développement sur le long terme, afin de les accompagner dans une démarche d'amélioration continue de leurs pratiques.

### RANG 01

**100 %**  
de nos fabricants en Asie disposent d'une certification ou d'audits de référence.<sup>9</sup>

**67 %**  
de nos fabricants en Proche Europe disposent d'audits (BSCI, Qima, etc.).

### RANG 02

**51 %**  
de nos fournisseurs nommés de matières possèdent une garantie sociale (audit ou certification sociale).<sup>10</sup>

<sup>9</sup> [WRAP](#), [BSCI](#), [SEDEX](#).

<sup>10</sup> En 2022, sur les collections Printemps-Eté et Automne-Hiver 2023, toutes marques, Asie et Europe. WRAP, BSCI ou SEDEX.

## Audits complémentaires

Depuis 2021, pour pallier les difficultés de déplacements liées à la crise sanitaire mondiale, nous avons établi un partenariat avec la société d'audit [QIMA](#). Elle procède à des évaluations complémentaires de la conformité sociale de nos partenaires fabricants (rang 1) et de nos fournisseurs matières (rang 2).

**2021**

**15 SITES CONTRÔLÉS  
SUR 17 PLANIFIÉS**

11 fournisseurs :

12 audits sociaux et 7 audits environnementaux

**2022**

**13 SITES CONTRÔLÉS  
SUR 13 PLANIFIÉS**

8 fournisseurs :

13 audits sociaux et 5 audits environnementaux



### NON-CONFORMITÉS CONSTATÉES LES PLUS FRÉQUENTES

- Salaires, suivi & relevé des heures, non-respect des congés
- Heures supplémentaires
- Couverture sociale insuffisante, ou accordée à une partie des salariés uniquement
- Sécurité : exposition des salariés à des risques au travail (matériel de protection, équipements, extincteurs, sorties de secours non conformes, etc.), problèmes de stockage des produits chimiques.

### QUEL SUIVI ?

**2021**

**3 DÉRÉFÉRENCEMENTS FERMES**

(2 refus d'audit, 1 mauvais résultat)

**2022**

**1 À 3 DÉRÉFÉRENCEMENTS EN COURS**

(mauvais résultats)

Les autres fournisseurs chez qui des non-conformités ont été constatées font l'objet d'actions (nouvel audit, examen sur place) et d'un accompagnement pour améliorer les conditions de travail de leurs employés.



## ENVIRONNEMENT

Minimiser notre empreinte environnementale en transformant nos activités.

Chercher à s'améliorer, c'est chercher à ce que l'empreinte environnementale du Groupe Wolf Lingerie soit la plus légère possible. Conscient de la nécessité de produire de façon toujours plus responsable, notre Groupe s'est concentré sur la recherche de matières et de packagings moins impactant en partenariat avec nos fournisseurs, tout en cherchant à optimiser nos propres opérations.

À terme, des efforts devront être entrepris par l'ensemble de la filière textile, qu'il s'agisse de souplesse en amont (diminution des minimums de production imposés par les fabricants), ou en aval (assouplissement des règles relatives aux saisons et aux obligations de disponibilité des stocks imposées par les clients). Sans changement plus global des habitudes de la filière, la réduction des invendus en fin de saison restera un enjeu majeur difficile à traiter.

# Améliorer nos opérations

## NOTRE SIÈGE

Le diagnostic Eco-Flux réalisé en 2021 a permis d'établir un plan d'actions précis pour notre siège social. En 2022, la mise en oeuvre de ce plan a permis d'obtenir des baisses de consommations significatives au siège. Nous avons par ailleurs déployé de nouvelles solutions pour le recyclage des déchets de notre siège social (bureaux et entrepôt).

Gaz  
- **24 %**



Électricité  
- **8 %**

**70 tonnes**  
de carton données pour réutilisation. Recyclage papier, bouteilles plastique et canettes ayant contribué à 24 heures de travail solidaire via l'association Elise.



**48 %**  
des déchets de notre siège sont recyclés ou réutilisés.

## TRANSPORT

Nous ne recourons au fret aérien qu'en dernier recours. Seulement 1,7 % de nos approvisionnements totaux ont été acheminés par avion en 2022.

## INVENDUS

Notre politique ? Ne jamais détruire les invendus.

Une attention particulière est portée à la diminution des excédents de production (production du juste besoin, amélioration des prévisions de vente, travail sur les délais d'approvisionnement et les volumes de stocks, etc.). En 2022, 19 166 pièces ont été données via l'Agence pour le Don en Nature, soit l'équivalent de 40 979 EUR en COGS<sup>11</sup>.

<sup>11</sup> Cost of Goods Sold, valeur marchande.

# Produits et matières

## CONNAÎTRE NOS FOURNISSEURS

On le sait, l'essentiel des impacts environnementaux dans la chaîne d'approvisionnement se situe à l'étape de la teinture, chez nos fournisseurs de matières. C'est pourquoi nous avons commissionné des audits afin de mieux les accompagner dans leurs pratiques.

En 2021 – 2022 nous avons commissionné 11 audits environnementaux (selon le référentiel ISO 14000) pour accompagner nos partenaires (teinturiers) vers des pratiques plus durables.

À fin 2022, 100 % des fournisseurs de matières principales de notre gamme iconique Arum (marque Sans Complexe Lingerie) ont un audit ou une certification environnementale.

## CHOISIR NOS MATIÈRES

### COTON ISSU DE L'AGRICULTURE BIOLOGIQUE

100 % de notre coton<sup>12</sup> est issu de l'agriculture biologique (certifié OCS ou GOTS<sup>13</sup>).

### MATIÈRES RECYCLÉES

13 % de nos produits, toutes marques confondues, contiennent de la matière recyclée (certifiée GRS ou RCS<sup>14</sup>) pour les collections Printemps-Eté et Automne-Hiver 2023.

## INNOCUITÉ DES PRODUITS

### STANDARD 100 D'OEKO-TEX®

Depuis 2001, les matières principales, notamment pour la marque Sans Complexe Lingerie, sont achetées auprès de fournisseurs certifiés labels OEKO-TEX® STANDARD 100.

En 2022, nous avons obtenu la certification STANDARD 100 d'OEKO-TEX® pour le Groupe Wolf Lingerie (en propre), en complément de celles déjà demandées à nos fabricants et fournisseurs de matières premières.



## DES DILIGENCES QUI VONT AU-DELÀ DES OBLIGATIONS RÉGLEMENTAIRES

Notre liste RSL (Restricted Substances List) est mise à jour annuellement et exclut des composants qui, bien qu'autorisés dans le règlement REACH (Registration, Evaluation, Authorisation and Restriction of Chemicals) sont controversés (par exemple sont des perturbateurs endocriniens suspectés).

Nous réalisons chaque année une dizaine de tests aléatoires sur des produits certifiés STANDARD 100 d'OEKO-TEX® et REACH, afin de vérifier l'absence de toute substance proscrite, et le respect des normes par les fournisseurs et fabricants.

<sup>12</sup> Marques concernées : Sans Complexe Lingerie, Billet Doux, Jardin Secret, Ominem.

<sup>13</sup> OCS: [Organic Content Standard](#) ; GOTS: [Global Organic Textile Standard](#).

<sup>14</sup> GRS: [Global Recycled Standard](#); RCS: [Recycled Claim Standard](#).



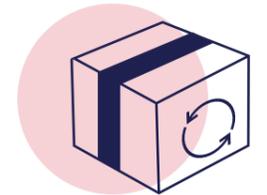
# Conditionnement et emballages



## CONDITIONNEMENT

Nous nous efforçons de réduire l'impact du conditionnement de nos produits en privilégiant des matériaux recyclés, et en optimisant le poids et la taille des emballages:

Les marques Billet Doux et Sans Complexe lingerie utilisent un cintre en plastique noir fait à partir de minimum 80% de matière recyclée en polystyrène (depuis la saison automne-hiver 2021). Tous les swifts de nos étiquettes ainsi que les crevettes qui maintiennent les soutiens-gorge à l'entre sein sont composés de plastique noir recyclé (depuis la saison printemps été 2022). L'ensemble de nos étiquettes latérales et cache cintres sont en papier labellisé FSC 100% recyclé. Toutes nos vignettes internes sont détachables manuellement et en tissu recyclé (depuis la saison printemps été 2022).



## EMBALLAGES

Depuis 2021, 100 % des sachets individuels emballant nos produits sont en plastique recyclé (LDPE).

En 2022, nous avons supprimé les sachets individuels dans les cartons d'importation (sauf pour les soutiens-gorge à coques et les pièces fragiles), soit une baisse de 95 %.



## COLLABORATION FILIÈRE

Nous le savons : notre filière ne deviendra plus vertueuse que par la transformation et l'émergence de solutions collectives. C'est pourquoi nous nous engageons à notre échelle dans cet effort collectif.

En 2022, nous avons participé :

- Au test de la méthode Ecodesign Score d'Ecoeff Lab, sur l'affichage environnemental XTEX ;
- Au projet DURHABI de l'Institut français du textile et de l'habillement (IFTH), en étudiant la durabilité de nos produits ;
- À un groupe de travail Lingerie pour échanger sur des sujets RSE avec nos pairs.

<sup>15</sup> Attaches étiquettes.

## ENGAGEMENT SOCIAL



Acteur de l'économie locale depuis sa création en 1947, le Groupe Wolf Lingerie a toujours prêté une grande attention aux femmes et aux hommes qui font son succès au quotidien. Notre entreprise à taille humaine s'attache à fidéliser nos salariés, et à sécuriser leur parcours professionnel. Nous voulons leur offrir des conditions de travail saines, respectueuses et motivantes, où la qualité et l'engagement sont récompensés. Telle est notre vision de notre mission en tant qu'employeur. Nos salariés constituent notre capital le plus précieux, leur bien-être nous est essentiel.



**98%**  
DE CDI

**96%**  
DE CONTRATS À TEMPS PLEIN

Au 31 décembre 2022 :

EUROPE **151** PERSONNES + ASIE **28** PERSONNES = TOTAL **179** PERSONNES

## Santé, sécurité, qualité de vie et conditions de travail

Nous ne faisons aucun compromis sur le bien-être des collaborateurs, qui a fait l'objet de nombreuses actions en 2022 pour garantir des conditions de travail sécurisées, un bon équilibre entre vie professionnelle et vie personnelle, tout en assurant le développement des compétences et l'employabilité tout au long des carrières. Sur l'année 2022, le budget consacré à la santé, la sécurité, la qualité et les conditions de travail a représenté près de 3 % de la masse salariale du Groupe.

### SANTÉ ET SÉCURITÉ

Dans le cadre de notre démarche d'amélioration continue des conditions de travail, nous avons mis en place, en partenariat avec la CARSAT, un plan de prévention des risques professionnels pour nos équipes basées en France.

Ce plan, établi pour une durée de deux ans, nous permet d'accélérer nos investissements matériels et de développer l'axe Santé Sécurité par le biais de formations adaptées à nos réalités. Les résultats de nos engagements se reflètent dans des taux de fréquence et de gravité globalement inférieurs aux taux nationaux et régionaux français.

### QUALITÉ DE VIE ET CONDITIONS DE TRAVAIL

Le bien-être et la qualité des conditions de vie au travail ont toujours été des enjeux majeurs pour le Groupe Wolf Lingerie, car ils constituent des piliers essentiels de la performance sociale et économique de l'entreprise.

Nous sommes convaincus que la qualité de vie et les conditions de travail (QVCT) sont un facteur de développement du bien-être, tant individuel que collectif, des salariés.

Nous avons diffusé, en 2022, notre première Charte QVCT auprès des équipes françaises du Groupe. L'objet de cette Charte est de promouvoir la QVCT au sein de l'entreprise. Elle présente les actions déjà mises en oeuvre et celles à venir dans le cadre de notre processus d'amélioration continue. Lorsque cela est justifié, des indicateurs chiffrés y sont associés, afin de nous permettre d'atteindre nos objectifs. Notre Charte a pour ambition de communiquer sur des actions et des engagements jusqu'ici peu valorisés en interne.

Pour le Groupe Wolf Lingerie, il était important de concrétiser ces engagements avec des actions concrètes. Lors de la Semaine de la Qualité de Vie au Travail (juin 2022), les salariés français ont bénéficié de différents ateliers (sport, relaxation, coaching alimentaire), ponctués de pauses gustatives fournies par des producteurs locaux.

## ÉQUILIBRE VIE PROFESSIONNELLE / VIE PERSONNELLE

Plusieurs mesures ont été adoptées pour favoriser cet équilibre, comme des accords de télétravail, la possibilité d'aménagements horaires, la sensibilisation régulière des parties prenantes au droit à la déconnexion.

### CERTIFICATION HAPPYINDEX® ATWORK

Pour la deuxième année consécutive, nous avons obtenu en 2022 la Certification HappyIndex® AtWork, en améliorant notre taux de satisfaction globale.

**84%** de participation

**4,12/5** note globale

**70,5%** score de recommandation

Happyindex®  
AtWork

## Développer les compétences

Le Groupe Wolf Lingerie accompagne les collaborateurs tout au long de leur carrière pour développer leur expertise et leur employabilité. Chaque année, l'équipe RH recense les besoins en formation auprès des collaborateurs et des managers, avant d'établir un programme de formation conforme au budget, en augmentation constante depuis 2018. Un des axes prioritaire, pris en compte dans l'élaboration du plan de formation, concerne l'accompagnement des équipes de développement produits sur des sujets, comme les matières innovantes, les allégations produits, la loi AGECE.

Le Groupe Wolf Lingerie accorde une importance particulière à la mobilité interne des salariés : en France, 90 % des offres de recrutement sont diffusées prioritairement au sein du groupe, avant toute diffusion externe. Aujourd'hui, 60 % des managers sont issus de promotion interne et ont bénéficié d'accompagnement pour confirmer leur prise de fonction.



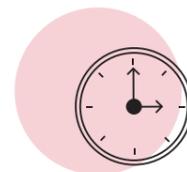
**123**

collaborateurs formés<sup>16</sup>



**100 %**

des collaborateurs formés à la RSE via un module de e-learning développé pour le Groupe Wolf Lingerie



**14H**

en moyenne de formation / collaborateur formé

## Inclusivité

Alors que notre mission est d'accompagner toutes les femmes avec des produits de qualité qui répondent à leurs besoins, nous avons bien sûr à cœur de garantir l'égalité et l'inclusivité dans nos différentes activités. Les principes d'égalité des chances et de non-discrimination, édictés dans une charte, guident nos pratiques de recrutement.

### ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE FEMMES – HOMMES

En France, l'égalité professionnelle est encadrée par un accord négocié régulièrement avec les partenaires sociaux. Un état des lieux annuel et des indicateurs suivis montrent notre volonté de garantir l'égalité entre les femmes et les hommes. Le Groupe s'engage à déployer un plan d'action rapide et efficace si des inégalités étaient ainsi signalées.

**76%**  
Effectifs féminins

**64%**  
Femmes membres du  
Comité de direction

**70%**  
Part de femmes  
parmi les managers

Parité parmi les  
**10+**  
hautes rémunérations

### PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP

Depuis 2018, l'entreprise s'engage en faveur de l'intégration et du maintien dans l'emploi des salariés en situation de handicap. Cela passe en premier lieu par un taux d'emploi de salariés en situation de handicap qui augmente chaque année dans les équipes françaises.

2020  
**3,1%**

2021  
**3,2%**

2022  
**3,6%**

Le Groupe agit aussi en développant des partenariats avec des entreprises adaptées (activités de reconditionnement, tri des déchets du site, campagnes de sensibilisation en interne, etc.). Il ressort de ces actions une contribution AGEFIPH annuelle quasi nulle depuis 2018.

<sup>16</sup> En France.

## ENGAGEMENT SOCIÉTAL



**En tant qu'acteur du secteur de la lingerie, c'est tout naturellement que nous avons à coeur d'agir pour les femmes.**

### Pour toutes les femmes

Depuis 1998, Sans Complexe Lingerie est la marque pionnière du « Body Positive ». Son ambition : accompagner les femmes dans l'expression de leur féminité... sans complexe ! Nous privilégions une image authentique et positive du corps de toutes les femmes dans les photos de la marque en ne pratiquant aucune « retouche corps ».

### Pour la santé des femmes

Le Groupe s'engage pour la santé des femmes au travers de plusieurs initiatives :

- Soutien financier (5 509 EUR en 2022) à l'Association Ruban Rose, qui a pour missions la sensibilisation aux dépistages précoces des cancers du sein et à l'importance du suivi médical régulier, ainsi que le soutien et le financement de la recherche.
- Campagne annuelle de sensibilisation au dépistage du cancer du sein sur les réseaux sociaux "J'ai des seins... alors je les montre à mon médecin !" qui a touché près de 300 000 personnes en 2022.
- Participation de salariés à la course La Haguenauvienne, le 30 septembre 2022, au profit des femmes atteintes du cancer du sein.

### Contre le harcèlement de rue

En novembre 2022, nous avons organisé avec la Fondation des Femmes et STAND UP International la sensibilisation de 150 personnes (100 en interne, 50 en externe) pour apprendre à réagir face au harcèlement de rue.

## Pour l'insertion par le travail, l'entrepreneuriat ou la formation

Nous avons à coeur que chacun et chacune trouve sa place dans la société, et nous croyons que la solidarité, le travail, l'entrepreneuriat et la formation sont des leviers essentiels pour atteindre cet objectif.

En 2022, le Groupe a fait don de 19 166 pièces, soit l'équivalent de 40 979 EUR en COGS à l'Agence<sup>17</sup> pour le Don en Nature. Ce don a bénéficié à 67 associations dans 32 départements :

*« En ce qui concerne les sous-vêtements Wolf, les bénévoles me confirment qu'ils sont partis à toute vitesse. Le fait de pouvoir proposer des grandes tailles a été particulièrement apprécié, ainsi que le confort et la féminité de ces articles. Cette catégorie de produits passe souvent en dernier dans le budget des femmes en situation de précarité car la priorité est donnée aux enfants. D'une manière générale, toute l'équipe tient à vous remercier pour la qualité des produits proposés par ADN.»*

Hermine Rameau,  
Directrice de l'épicerie sociale La Courte Echelle, Paris 19ème.

Pour le recyclage de nos déchets au siège (papiers, cannettes, bouteilles en plastique), nous avons choisi de travailler avec le réseau [ELISE](#), qui emploie des personnes en situation de handicap. En 2022, cela a généré 24h de travail solidaire. Nous faisons don de nos cartons d'importation à des fins de transformation par un établissement ou service d'aide par le travail (ESAT).

Avec le réseau Entreprendre, notre dirigeant s'engage dans l'aide à la création d'entreprise en France en accompagnant de nouveaux chefs d'entreprise.

Nous contribuons à la formation :

- À travers notre partenariat avec l'école de Management de Strasbourg (EM Strasbourg), en offrant des stages à leurs étudiants
- Avec des dons réguliers de tissus et de fournitures à des associations ou des établissements de formation textile de la région.

<sup>17</sup> Cost of Goods Sold, valeur marchande.



## NOS AMBITIONS 2025

**Début 2023, nous avons mis à jour notre stratégie de Responsabilité Sociétale et Environnementale (RSE) pour la période 2023 - 2025. Cette feuille de route fixe le cap du Groupe Wolf Lingerie pour réaliser nos ambitions à l'horizon 2025 : continuer à réduire nos impacts et commencer à nous transformer. Elle se décline en 5 piliers**



### Piloter le changement avec une gouvernance engagée

#### OPÉRER DE MANIÈRE ÉTHIQUE ET RESPONSABLE

- 100 % des salariés soumis à des objectifs ont au moins un objectif RSE
- 100 % des équipes commerce et achats formées à la conduite éthique des affaires

#### PILOTER NOTRE PERFORMANCE RSE ET COMMUNIQUER AVEC TRANSPARENCE ET PÉDAGOGIE

- Revue biannuelle des indicateurs RSE en comité RSE, COMEX et Conseil de Surveillance
- Publication annuelle d'une déclaration de performance extra-financière
- 100 % des équipes impliquées dans la communication formées à la prévention du greenwashing et aux évolutions réglementaires pertinentes

#### DIALOGUER AVEC NOS PARTIES PRENANTES

- Plan et rapport annuel d'engagement parties prenantes
- Conduire une analyse de matérialité
- Obtention de la certification Impact Index (Groupe Wolf Lingerie) en 2023 et maintien d'une note globale supérieure à 3,8/5.

#### RENFORCER L'INTÉGRATION DE LA RSE À LA STRATÉGIE DE L'ENTREPRISE

- Maintien de la Certification PME+
- Transition vers une certification transformante
- Un "relai RSE" pour chaque marque



### Acheter avec respect et responsabilité

#### TRAÇABILITÉ DE NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

- Sans Complexe Lingerie, Billet Doux, Jardin Secret : 95 % de nos fournisseurs - rang 4 (fil) connus
- Girls In Paris : 100 % de nos fournisseurs de rang 2 (matière) connus
- Gamme Arum de Sans Complexe Lingerie : cartographie jusqu'au rang 5 (matières premières textiles)

#### DÉMARCHE DE PARTENARIAT AVEC NOS FOURNISSEURS (RANG 1 & 2)

- Moins de 25 fournisseurs rang 1
- Moins de 100 fournisseurs rang 2
- Au moins 50 % fournisseurs rang 2 nominés
- Pérennisation des relations avec nos fournisseurs
- Consultation de nos fournisseurs rang 1 sur nos pratiques d'achat

#### DROITS HUMAINS ET CONDITIONS DE TRAVAIL

- 100 % de nos fournisseurs de rang 1 et 2 nominés certifiés ou audités
- Tester une approche complémentaire aux audits sociaux pour consulter directement les travailleurs dans notre chaîne d'approvisionnement
- Démarche de conformité sociale étendue à nos fournisseurs de packagings et de goodies
- Alignement du Proche Europe sur nos standards de conformité sociale et de qualité



## Réduire notre empreinte environnementale

### CONTRIBUER À LA NEUTRALITÉ CARBONE

- Établir un bilan d'émissions de gaz à effet de serre
- Adopter un plan de transition visant à réduire nos émissions de gaz à effet de serre

### ÉCO-CONCEVOIR NOS PRODUITS

- Adopter et mettre en œuvre un plan de prévention et d'écoconception
- 100 % de coton issu de l'agriculture biologique
- 50 % de produits contenant au moins une matière recyclée
- 1 collaboration circularité (durabilité, réparabilité, réutilisation, recyclabilité, etc.)

### PRODUIRE AU PLUS PRÈS DES BESOINS

- Moins de 10 % invendus après soldes par rapport au nombre de pièces produites par an
- 20 000 produits donnés annuellement à des associations

### RÉDUIRE LA QUANTITÉ ET AUGMENTER LA RECYCLABILITÉ DE NOS EMBALLAGES

- Adopter et mettre en œuvre un plan de prévention et d'écoconception
- Zéro plastique non recyclable en 2025
- Évaluation RSE 360° de tout changement de packaging



## Renforcer notre marque employeur

### ASSURER LA SÉCURITÉ, LA SANTÉ ET DE BONNES CONDITIONS DE TRAVAIL À TOUS NOS COLLABORATEURS

- Certification du Groupe Wolf Lingerie HappyIndex®AtWork : maintien d'une note globale annuelle minimale de 4,2/5
- Absentéisme inférieur à 4 % (Groupe Wolf Lingerie)
- Moins de 5 accidents du travail par an
- Turnover inférieur à 15 %

### PROMOUVOIR L'INCLUSION ET L'ÉGALITÉ PROFESSIONNELLE

- Au moins 3,5 % de salariés en situation de handicap dans nos équipes France
- Score supérieur à 85 points à l'index d'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes

### VALORISER LES TALENTS

- Plus de 75 % des salariés du Groupe Wolf déclarent avoir l'opportunité d'apprendre et de développer leurs compétences
- Promouvoir et privilégier les promotions et mobilités internes

### MODERNISER L'ORGANISATION DU TRAVAIL

- A travers de nouveaux accords et chartes d'entreprise accords entreprise / chartes etc.
- Au moins 80% des salariés du Groupe Wolf Lingerie déclarant, chaque année, être satisfaits de leur équilibre entre vie personnelle et professionnelle



## Agir de manière citoyenne et solidaire

### POUR LES FEMMES

- Engagement de Sans Complexe Lingerie en France sur les thèmes de l'empowerment (autonomisation des femmes), de l'inclusivité et du bien être
- Engagement local du groupe et auprès des travailleuses chez nos fournisseurs

### POUR L'INSERTION

- Engagement local du groupe pour de l'intégration par le travail, l'entrepreneuriat ou la formation



# Merci

Nous remercions toutes les personnes qui ont participé à l'élaboration de ce Rapport RSE, en particulier : Victoire Boivin, Barbara Cerny, Carine Ebel, Valentine Guy, Carol Level, Cléa Munoz, et Delphine Schwetterle

**Responsable de la publication**  
Jean-François Mialon

**Direction RSE**  
Isabelle Roger

**Rédaction en chef**  
Clémentine Garnier, Plume en Liberté

**Direction artistique / Maquette graphique**  
Sophie Kapin, Studio le paradis

**Crédits photo**  
Sans Complexe Lingerie et Girls in Paris: Alex Jonas  
Billet Doux : Charles Martinon  
Pages 18 et 29 : Tian Hai Lace

Votre avis nous intéresse. Si vous souhaitez partager vos impressions sur ce Rapport, vous pouvez nous contacter à cette adresse : [rse@wolf-sa.fr](mailto:rse@wolf-sa.fr).

**Groupe Wolf Lingerie**  
2 rue Alfred Kastler  
67610 La Wantzenau  
Contact : [info@wolf-lingerie.com](mailto:info@wolf-lingerie.com)  
[www.wolflingerie.com/fr/we-act/](http://www.wolflingerie.com/fr/we-act/)  
[Linkedin](#)



WOLF Lingerie

