



### **WOLF LINGERIE OBTIENT LE LABEL PME+**

« Aider les femmes à avoir une image positive et Sans Complexe de leur corps et d'elles-mêmes »

Créé en 1947 à Strasbourg, **Wolf Lingerie conçoit et distribue de la lingerie** sous ses marques **Sans Complexe** et **Billet Doux** et dispose d'un vaste réseau de distributeurs et partenaires commerciaux en France et en Europe. Wolf Lingerie s'appuie sur une **expertise industrielle de plus de 35 ans** et pilote l'ensemble de ses activités depuis la France où sont conçues toutes ses collections.

**Aujourd'hui, l'obtention du label PME+** reconnaît les actions concrètes menées par l'entreprise telles que la réduction de son impact sur l'environnement avec l'utilisation progressive de matières écoresponsables, le choix de fournisseurs/sous-traitants offrant des garanties sociales et environnementales de premier plan, l'égalité professionnelle femmes-hommes...

## **Rencontre avec Jean-François MIALON, Président de WOLF LINGERIE**

**PME+ : Pouvez-vous nous présenter votre savoir-faire ?**

**Jean-François Mialon** : Wolf Lingerie maîtrise les processus-clés, de la création à la distribution, en passant par la conception, le sourcing et la contrôle qualité, la logistique. L'entreprise compte c.135 collaborateurs répartis sur 2 sites (son siège social à La Wantzenau près de Strasbourg et un showroom commercial à Paris) et une vingtaine de régions commerciales en France-Italie-Belgique.



Présente depuis plus de 35 ans en Asie, Wolf Lingerie assure le suivi des productions au plus près de ses partenaires grâce à une structure indépendante et des équipes locales hautement qualifiées.

**PME+ : Pourquoi avez-vous choisi le label PME+ ?**

**Jean-François Mialon** : Wolf Lingerie s'est engagée dès le début des années 2000 dans une exigence de responsabilité et d'amélioration continue en obtenant des certifications de premier rang en termes de qualité des produits et des process, et de Responsabilité sociale (Oeko-Tex en 2001 – Iso 9001 en 2002, SA8000 en 2007) pour ses propres usines.

En 2019 Wolf lingerie a finalisé la transformation de sa supply-chain et s'appuie désormais sur des partenaires strictement sélectionnés pour la fabrication de ses collections. L'entreprise a alors décidé de formaliser ses usages et ses engagements et de se faire accompagner pour challenger et mettre en œuvre des actions encore plus ambitieuses. Comment ? **par l'accentuation des garanties sociales et environnementales demandées à ses fournisseurs et sous-traitants ainsi que l'utilisation progressive**

**des matières plus responsables dans son offre produit.** L'adhésion à PME+ permet à l'entreprise d'avoir un regard extérieur et indépendant sur ses actions, de mobiliser encore plus ses équipes et parties prenantes autour de valeurs communes, et de communiquer sur ses engagements dans un cadre adapté à sa taille (PME) et à son environnement économique.

La démarche RSE du Groupe est supervisée par la Direction Générale et animée par une équipe multidisciplinaire représentative des principaux enjeux RSE (marque / filière amont / commerce / RH).

*Une équipe RSE au service des engagements de l'entreprise*



*We Act est le programme de responsabilité sociétale et environnementale du Groupe Wolf*

*« Parce que nos engagements ne valent que par nos actes »*

**PME+ : Pouvez-vous nous expliquer concrètement quelques-unes de vos bonnes pratiques RSE ?**

**Jean-François Mialon :**

**Approvisionnements responsables :** Notre maîtrise de la Filière Amont. L'engagement social et les conditions de travail ont toujours fait partie des préoccupations de Wolf Lingerie avec la certification SA8000 de ses propres usines. La même démarche s'applique aujourd'hui avec **une exigence de suivi et de traçabilité des partenaires fabricants** qui doivent justifier de certifications<sup>1</sup> ou d'audits<sup>2</sup> solides (<sup>1</sup>Wrap – SA8000 ou <sup>2</sup>BSCI) et sont régulièrement évalués et audités tant par nos équipes internes que par des tiers.

**Qualité produit :** L'innocuité, la qualité et la traçabilité des produits est un pilier de cette démarche avec l'adoption du label Oeko-Tex comme référence dès le début des années 2000 et le renforcement de la RSL en 2019 afin d'exclure des composants autorisés mais controversés.

**Engagement sociétal :** La contribution sociétale pour **le bien être des femmes**. Wolf Lingerie s'est engagée avec le lancement de sa marque **Sans Complexe** en 1990 à accompagner les femmes dans l'acceptation de soi et l'affirmation de leur féminité. **Sans Complexe**, **marque pionnière du « body-positive »** partage depuis toujours ses valeurs sur un ton décomplexé et impertinent en proclamant **« La taille mannequin c'est démodé », « J'ai des seins ! Et alors ? » ou plus récemment « Je suis Sans Complexe ! »**.



La marque est par ailleurs partenaire de l'association Ruban Rose engagée dans la lutte contre le cancer du sein et donne une partie de ses excédents à l'Association du Don en Nature (ADN).



« J'ai des seins ! et Alors ? Alors, je les montre ! L'équipe Wolf engagée pour encourager le dépistage précoce »

**Emploi / Qualité de vie au travail :** La politique sociale et l'accompagnement des collaboratrices-teurs. En tant que PME responsable et intégrée sur son territoire, Wolf Lingerie porte une attention particulière à la promotion de la diversité, à l'équité de traitement, la non-discrimination et à l'égalité professionnelle. Wolf est une entreprise qui compte près de 80% d'effectifs féminins et affiche en 2020 **un index d'égalité professionnelle Femmes/Hommes de 93%**.



**PME+ : Dans quelle action souhaitez-vous vous investir demain ?**

**Jean-François Mialon :** A l'horizon 2025, Wolf Lingerie ambitionne de faire évoluer ses collections vers des **matières toujours moins impactantes pour l'environnement, tant sur ses produits** (utilisation majoritaire de fibres recyclées et généralisation des accessoires en matières recyclées...) **que sur ses packagings**, en limitant les matières plastiques et en généralisant l'exigence « recyclé/recyclable ».

En tant qu'entreprise, Wolf a d'ores et déjà engagé diverses actions pour limiter son impact sur l'environnement, parmi lesquelles : la mise en place d'un programme d'audits environnementaux de ses fournisseurs, **la suppression des sous-emballages unitaires (polybags)** qui doivent conduire à une diminution de 80% de ces derniers à horizon 2022 **ou renforcement du recyclage des déchets** au sein du siège social et de ses entrepôts.

## PME+ : Quelle est votre dernière innovation produit ?

**Jean-François Mialon** : En 2021 Wolf utilise **exclusivement du Coton issu de l'agriculture biologique** certifié GOTS et lance des collections utilisant du polyamide recyclé certifié GRS pour ses collections Bain et certaines lignes de lingerie et programmes de bas du corps.

Exemples pour les collections lancées 2021 :

- ✓ Une collection de lingerie Océane en dentelle et microfibre recyclées
- ✓ Des maillots de bain utilisant 80% de polyamide recyclé certifié GRS
- ✓ Des packs de bas du corps en coton issue de l'agriculture biologique (Simplement Coton, Classique Coton...) ou en microfibre (Double Charme...) contenant 83% de polyamide recyclé certifié GRS



## Chiffres clés

- <https://www.wolflingerie.com/fr/>
- Date de création : 1947
- Une conception française
- 2 sites : Siège social à La Wantzenau (67610) et un showroom commercial à Paris
- Effectif : 135 collaborateurs
- CA 2019 : 46,5 €
- Marques principales : Sans Complexe ([www.sanscomplexe.com](http://www.sanscomplexe.com)), Billet Doux ([www.billetdoux.com](http://www.billetdoux.com))
- Circuits de distribution : grande distribution, e-commerce, sélectif (grands magasins, détaillants)