

# ROUGE GORGE

## RAPPORT RSE 2022

NousNousElles  
par ROUGE GORGE

AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE



# Édito



## ROUGEGORGE : DES FEMMES ET DES HOMMES ENGAGÉS POUR DES PRODUITS PLUS RESPONSABLES ET PLUS DURABLES....

Bonjour,

Avoir comme ambition de devenir la première Marque de lingerie engagée pour les femmes, nous amène à développer avec exigence et transparence, des preuves métiers et des actes engagés pour rendre concrète cette ambition.

C'est aussi prendre la mesure de nos actions car nous savons que seul ce qui se mesure progresse. Nous avons donc décidé d'évaluer nos engagements à travers un label, celui de Positive Company.

Nous avons choisi cette certification car, au-delà de l'évaluation d'un référentiel sur ce que nous faisons et devons faire, l'ensemble de nos parties prenantes : nos client(e)s, nos fournisseurs et nos collaborateurs.trices ont pu également s'exprimer et évaluer nos actions mais aussi faire des propositions pour continuer à nous améliorer.

Et nous sommes fiers et heureux d'avoir obtenu dès la première année le label RSE Positive Company avec un score de 63 sur 100 et un niveau de 2 étoiles sur 3.

Nous savons que le chemin est long, souvent difficile mais nous sommes aussi convaincus que c'est ensemble que nous devons agir. Car une entreprise engagée, c'est d'abord des collaborateurs et collaboratrices engagés autour d'enjeux clairs et partagés. C'est aussi accompagner les transformations nécessaires de notre métier pour le rendre plus juste et plus respectueux de l'environnement.

Nous sommes donc ravis de vous partager pour la deuxième année, ce que nous faisons pour contribuer à construire ensemble, chaque jour un peu plus, un monde meilleur.

**Catherine Gallais**  
Directrice Générale

## NOS 3 GRANDES FIERTÉS EN 2022

### L'obtention du Label Positive Company

avec la note de 63/100  
et deux étoiles.



### L'obtention de la certification OEKO-TEX Standard 100

avec 80% de la collection  
certifiée en 2022.



STANDARD  
100

### La mise en place de notre programme de mécénat de compétences

avec un don de 70 heures  
en 2022, en partenariat avec le





1.

## NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES

- INTRODUCTION GÉNÉRALE ..... p4
- LA MARQUE ..... p5
- NOTRE HISTOIRE ..... p6
- ROUGEGORGE EN QUELQUES CHIFFRES ..... p7
- NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES ..... p8
- ÉTHIQUE DES AFFAIRES ET GOUVERNANCE RSE ... p9
- UN ÉCOSYSTÈME ACCÉLÉRATEUR ..... p10



2.

## NOS DIAGNOSTICS

- ANALYSE DE MATÉRIALITÉ ..... p11
- NOTRE EMPREINTE CARBONE ..... p12
- NOS 2 PILIERS D'ENGAGEMENT ..... p13

## 3. NOTRE PROGRAMME D'ENGAGEMENT

### NOTRE PROGRAMME SOCIAL ET SOCIÉTAL ..... p14

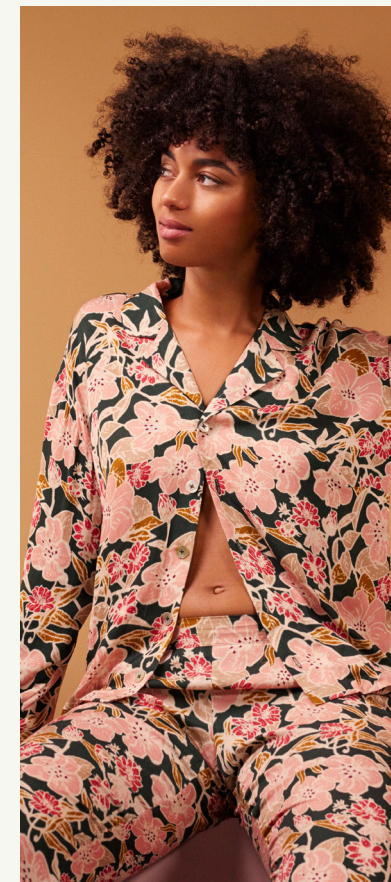
- NOUS ..... p15
- VOUS ..... p22
- ELLES ..... p30

### NOTRE PROGRAMME ENVIRONNEMENTAL ..... p34

- PEOPLE ..... p35
- PRODUCT ..... p38
- PLANET..... p42

### LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE ..... p45

### NOS ENGAGEMENTS POUR 2023...p47



# INTRODUCTION GÉNÉRALE

“**ROUGEGORGE** est une marque créée par des femmes pour toutes les femmes. Notre histoire s’écrit et se vit au féminin.”

**ROUGEGORGE** est une entreprise française, issue de Phildar Lingerie. Depuis plus de 30 ans nous concevons nos produits de lingerie que nous commercialisons dans un réseau de 260 magasins situés en France et en Belgique ainsi que sur notre site web. Nous sommes aujourd’hui l’un des leaders sur le marché de la lingerie. Notre Ambition ?

**Devenir la 1<sup>ère</sup> marque de lingerie engagée pour les Femmes.**

Ce rapport RSE nous permet de présenter notre stratégie RSE qui se décompose en deux grands piliers, que sont :

ENGAGEMENT SOCIAL & SOCIÉTAL

**NousNousElles**  
par ROUGEGORGE

ENGAGEMENT ENVIRONNEMENTAL

AGISSONS AVEC  
**TRANSPARENCE**



En toute transparence, nous allons présenter les actions que nous avons mises en place en 2022 et les engagements forts que nous prenons pour 2023.



## LA MARQUE



### NOTRE VISION : LE FÉMININ EN MAJESTÉ

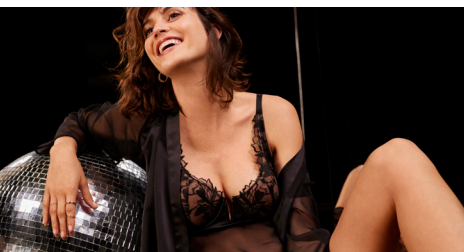
Le regard que les femmes portent sur elles-mêmes a changé. Alimentées par le courant du body positive, par l'acceptation de la diversité des corps, de nouvelles féminités émergent. Elles s'affranchissent du regard des hommes et des diktats de la beauté. Elles expriment leur personnalité avec un soft alliant séduction et confiance.

Body  
positive,  
séduction,  
confiance

### NOTRE MISSION “ CONTRIBUTER CHAQUE JOUR AU BONHEUR D'ÊTRE FEMME ”

Parce que nous croyons que toutes les femmes sont belles, nous nous engageons pour qu'elles puissent vivre et exprimer leur féminité librement et en confiance. Nous trouvons notre identité de marque en faisant l'éloge de la féminité et des valeurs du féminin.

« Contribuer  
chaque jour  
au bonheur  
d'être femme »



## LES VALEURS DE LA MARQUE

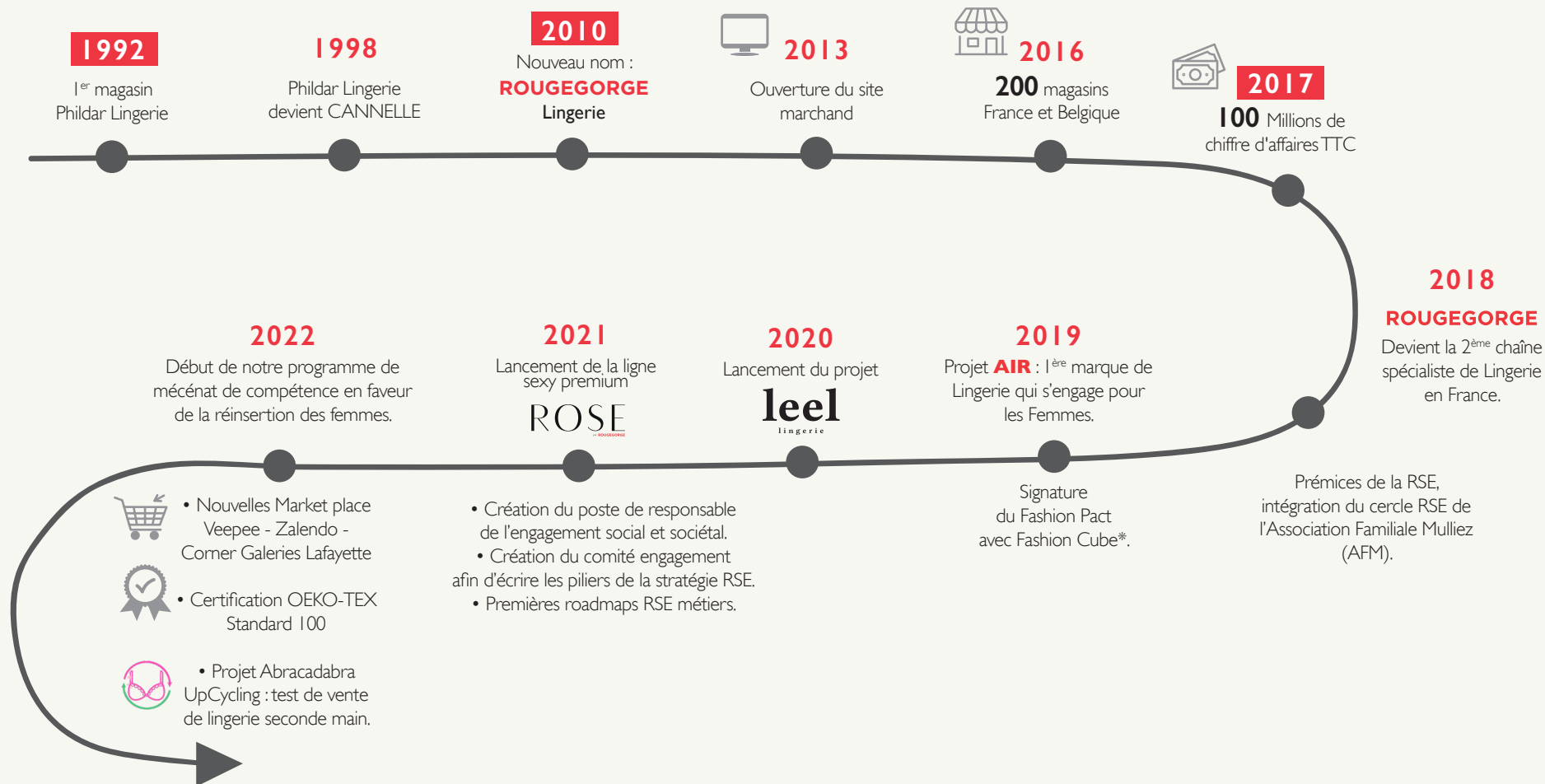
LA FÉMINITÉ

L'ATTENTION

L'UNIVER-  
SALITÉ

L'ENGAGE-  
MENT

# NOTRE HISTOIRE



\* Stoppé en 2022 avec l'arrêt de FASHION CUBE.

**2 PAYS**

FRANCE - BELGIQUE

**260**  
MAGASINS

251 France - 9 Belgique

**1**  
ENTREPÔT

**1**  
SIÈGE SOCIAL

CHIFFRE D'AFFAIRES 2022

**134,8M€**

TTC

PRÈS DE

**6,5M**

D'ARTICLES VENDUS

## ROUGEGORGE EN QUELQUES CHIFFRES



SURFACE MAGASIN  
MOYENNE

**86M<sup>2</sup>**



EFFECTIF CDI  
EN 2021

**692**  
SALARIÉS.ES  
DONT 97% DE FEMMES



TEMPS DE  
FORMATION

**6361 HEURES**  
DE FORMATION



PART DE MARCHÉ 2021  
RETAIL & WEB

**89,8% RETAIL**  
**10,2% WEB**



2 SITES WEB  
ROUGEGORGE & LEEL

**14,2M**  
DE VISITEURS

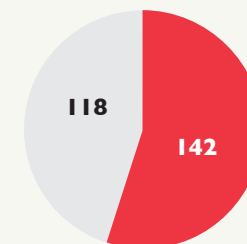
UNE MOYENNE DE  
677 COMMANDES  
WEB PAR JOUR



CA MOYEN  
PAR MAGASIN

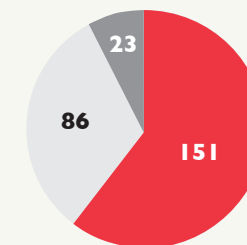
**475k€**

MAGASINS



● SUCCURSALES  
● AFFILIÉS

RÉPARTITION DU  
PARC MAGASINS



● CENTRES COMMERCIAUX  
● CENTRES VILLES  
● RETAIL PARKS

# NOTRE MODÈLE D'AFFAIRES

Notre modèle d'affaires est centré sur le savoir-faire corsetier et l'expertise taille dans une démarche d'excellent rapport qualité/style/prix.



Forte de **30 années de savoir-faire corsetier**, la création des produits **ROUGE GORGE** est pensée et conçue par notre équipe de stylistes et modélistes au sein du siège social à Wasquehal. Cette **expertise taille** est la force de notre business modèle puisqu'elle cherche à répondre à **toutes les morphologies** jusqu'au plus grand bonnet. Tous les produits sont approuvés ici dans le nord de la France. La confection de nos produits est ensuite confiée à des fournisseurs de lingerie en lesquels nous avons une grande confiance, et qui sont soumis à un contrôle régulier des pratiques. Nos produits sont ensuite acheminés principalement en transport maritime, puis distribués dans nos magasins.

**Nos clients.es sont au cœur de nos préoccupations, nous leur apportons une expérience shopping unique, qu'il.elles achètent en magasin ou sur le web.**

## NOS RESSOURCES

### CONSOMMATION



Des produits conçus dans les bureaux français, une consommation maîtrisée de l'énergie.

### PARTENAIRES



Un groupe solide de fournisseurs experts dans le savoir-faire corsetier.

### INFRASTRUCTURES



Un réseau à taille humaine pour accueillir nos clients.es

### WEB



Une communauté de clients.es sur les réseaux sociaux qui relaie nos messages.

### OFFRE



Deux collections par an et des nouvelles marques pour répondre à tous les besoins.

### HUMAIN



Un collectif de collaborateurs.rices motivés.es et formés.es à qui on donne le pouvoir d'agir.

### SOCIÉTAL



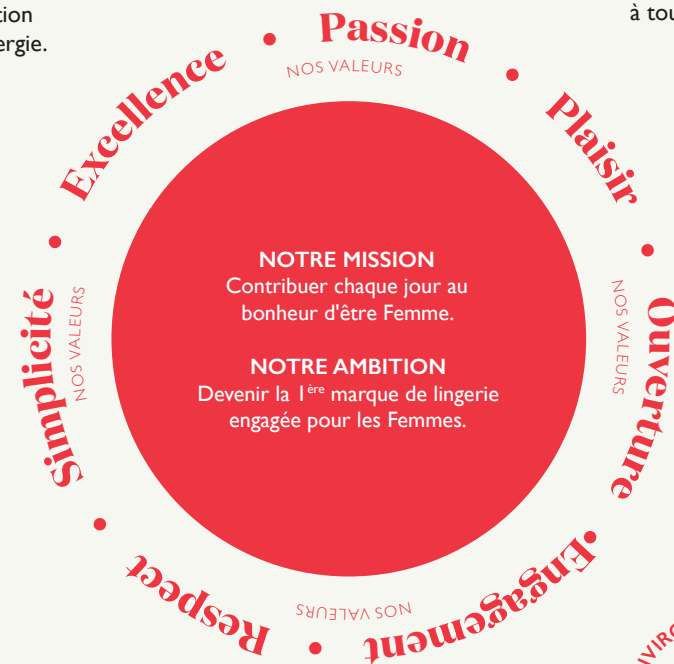
Un engagement envers les Femmes via de nombreuses actions.

### ENVIRONNEMENTAL



Engagement Acts&Facts. Signature du Fashion pact. Amélioration du nombre de références ayant des matières à faible impact.

## NOS CRÉATIONS DE VALEUR







## ÉTHIQUE DES AFFAIRES ET GOUVERNANCE RSE

### 2022, une structuration forte de la gouvernance autour de la RSE.

**Après une année 2021 de premières mesures fortes sur la prise en charge globale de la RSE et de la compliance, nous avons finalisé la structuration de la gouvernance de l'entreprise sur ces sujets.**

Pour plus d'efficacité, le Comité Engagement a été complété par deux comités plus spécialisés qui traitent les sujets lancés et cadrés par le Comité Engagement.

Ainsi le **Comité Environnemental** regroupe les compétences Offre et Finance pour une action coordonnée dans ce domaine ; et le **Comité Social et Sociétal**, abordant régulièrement des points d'image de l'entreprise et/ou de la marque, associe les compétences Ressources Humaines et Marketing. Afin d'embarquer tous les autres sujets RSE

périphériques (énergie des magasins et bureaux, empreinte digitale de l'entreprise, ...) et de sensibiliser tous les métiers à l'action RSE globale de ROUGEGORGE, une animation régulière du sujet a été instaurée sous la forme d'un **Comité RSE métier**.

Cette structuration complète nous a valu l'obtention d'un **award national en 2022 organisé par le label Positive Company** auprès de tous ses clients et partenaires.

Notre action ne s'arrêtera pas là pour autant : notamment en objectif pour 2023, après l'arrêt de l'expérimentation de l'écosystème Fashion<sup>3</sup>, nous devons créer désormais notre propre **Comité Ethique**.



## UN ÉCOSYSTÈME ACCÉLÉRATEUR

**ROUGEGORGE est engagé dans plusieurs mouvements qui permettent d'aller plus vite dans la transformation des pratiques, dans le but de limiter notre impact environnemental.**



**ROUGEGORGE** a rejoint La Fédération de la Maille & de la Lingerie en 2022. Forte de son expertise textile, La Fédération informe, forme et conseille les entreprises du textile et de l'habillement qu'elle regroupe autour des diverses problématiques liées au textile. C'est un lieu d'échange et de concertation.

► En savoir plus : <https://www.la-federation.com/>

**ROUGEGORGE** a participé en 2021 à la création du premier consortium lingerie qui regroupe plusieurs marques du secteur, afin de chercher, trouver et travailler ensemble aux solutions pour réduire notre impact.



Nous faisons également partie de **ICS : Initiative for Compliance and Sustainability**. Il s'agit d'une initiative internationale regroupant plus de 60 marques et distributeurs partageant un standard d'audit social commun pour leur chaîne d'approvisionnement, dans un esprit de partage et d'amélioration continue du respect des droits de l'Homme et de l'Environnement.

► En savoir plus : <https://ics-asso.org>



Refashion est l'éco-organisme de la Filière Textile d'habillement. Il assure pour le compte de plus de 5000 entreprises, la prévention et la gestion de la fin de vie de leurs produits, mis sur le marché grand public. Au cœur de l'écosystème de la Filière Textile d'habillement, linge de maison et chaussure, Refashion propose des outils, des services, des informations qui facilitent et accélèrent la transformation vers l'économie circulaire.

► En savoir plus : <https://refashion.fr/>



**Textile Exchange**

Nous sommes membre de **Textile Exchange**, une plateforme d'échange dédiée aux matières et innovations textile dans une optique d'accélération de l'évolution de l'industrie.

► En savoir plus : <https://textileexchange.org>



« **Acts&Facts** » est un mouvement de femmes, d'hommes et d'entreprises responsables qui mènent ensemble des actions concrètes pour accélérer la transition écologique au travers de 17 chantiers.

► En savoir plus : <https://actsandfacts.org>



Nous faisons partie d'un consortium de marques de mode encadré par la cellule innovation de LECTRA et avons mené un pilote sur la traçabilité de plusieurs de nos produits grâce à la plateforme de traçabilité Textile Genesis.



Nous avons participé à un appel à projet ADEME\* afin d'aider le gouvernement à définir une méthodologie d'affichage environnemental grâce à un outil de calcul d'impact G'Impact.

\*Agence de la transition écologique.

- 1 Traçabilité et transparence concernant la présence de substances toxiques

---

- 2 Éco-conception des produits

---

- 3 Respect des droits de l'Homme par les fournisseurs, et sous-traitants

---

- 4 Accueil et expérience client.e positifs en magasin

---

- 5 Recyclage et réutilisation des articles en fin de vie

---

- 6 Information transparente et fiable pour les clients.es

---

- 7 Satisfaction et fidélité des clients.es

---

- 8 Protection des données personnelles des employés.es, clients.es et partenaires

---

- 9 Conformité aux réglementations et lutte contre la corruption

---

- 10 Traçabilité sur l'origine et la composition des matières premières

---

- 11 Évaluation de la performance sociale et environnementale des fournisseurs

---

- 12 Consommation d'énergie liée à la production et la fabrication des articles

---

- 13 Innovation pour réduire l'impact de la filière textile (matériaux, procédés...)

---

- 14 Santé, sécurité et bien-être des collaborateurs.rices

---

- 15 Attraction et rétention des salariés.es

---

- 16 Pratiques publicitaires responsables

---

- 17 Réduction des impacts sur l'eau (production des articles)

---

- 18 Dialogue social

---

- 19 Relations durables avec les fournisseurs basées sur des partenariats

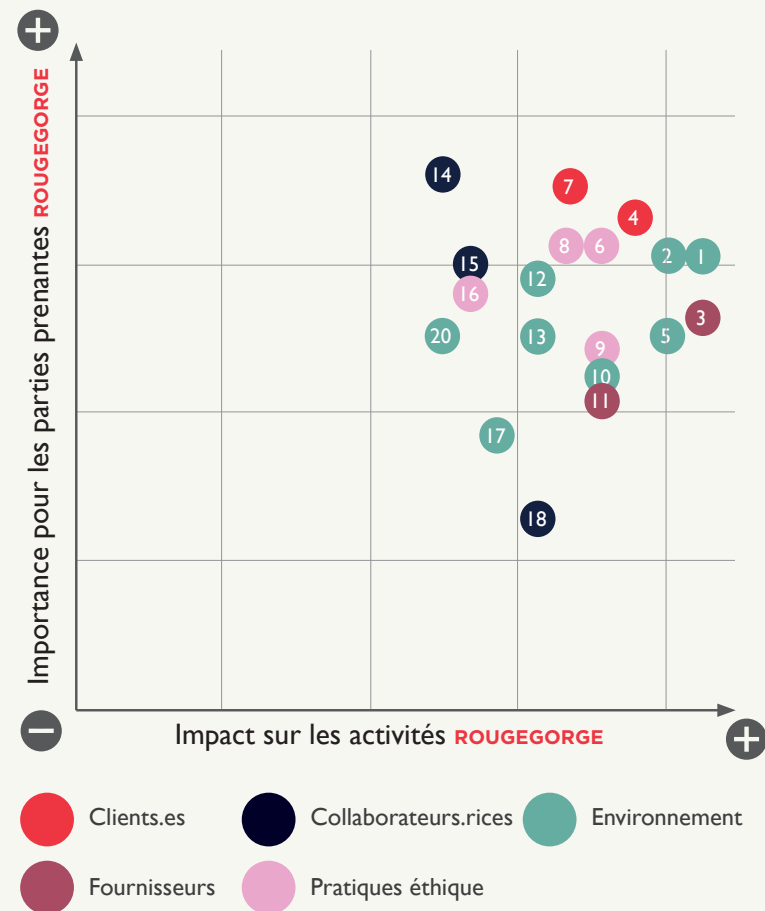
---

- 20 Gestion durable des emballages, y compris le plastique à usage unique

## ANALYSE DE MATÉRIALITÉ

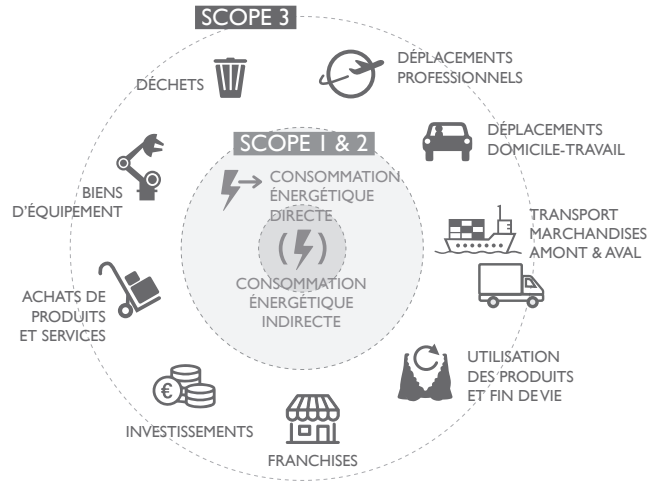
Portant sur un total de 40 enjeux RSE et basée sur les retours de plus de 23 parties prenantes (clients.es, salariés.es, fournisseurs...), l'analyse de matérialité de la marque ROUGEGORGE, amène à l'identification des 20 priorités suivantes :

Cette analyse permet de confirmer la pertinence des enjeux environnementaux, sociaux et sociétaux pilotés dans notre démarche RSE au regard des attentes des parties prenantes et des enjeux business. Elle permet également d'intégrer les enjeux complémentaires identifiés comme clés qui ne seraient pas traités à date.

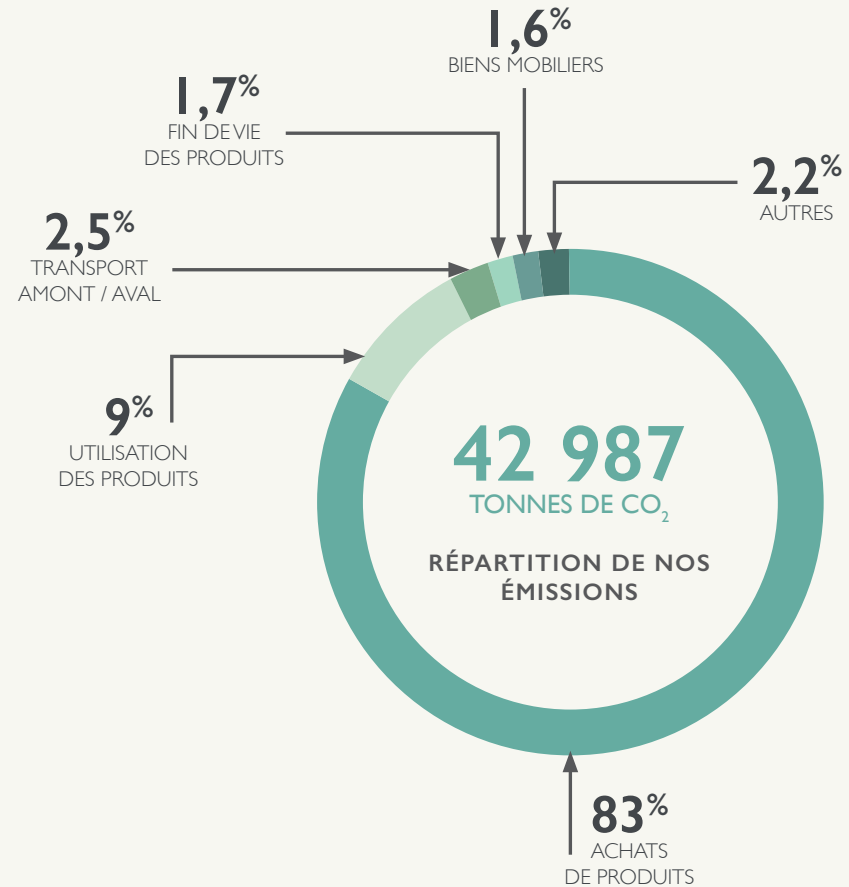


# NOTRE EMPREINTE CARBONE

En 2021, nous avons calculé notre empreinte carbone pour la première fois [année de référence : 2019]. Étudier nos émissions de CO<sub>2</sub> est essentiel pour élaborer un plan d'action et mesurer nos progrès. En 2019, l'activité de ROUGEGORGE a généré **42 987 TONNES de CO<sub>2</sub> eq\***. Nous avons pris en compte dans ce calcul toutes les émissions de CO<sub>2</sub> liées à nos activités directes (Scope 1 & 2) et indirectes (Scope 3).



DÉCOMPOSITION DES PRINCIPAUX POSTES D'ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub>



\* La tonne équivalent CO<sub>2</sub> (eq CO<sub>2</sub>) est un indice introduit dans l' « IPCC First Assessment Report » du GIEC. Cet indice permet de comparer les impacts que les gaz à effet de serre (GES) ont sur l'environnement en simplifiant cette comparaison mais permet également de les cumuler grâce à un unique indice.

## NOS 2 PILIERS D'ENGAGEMENT

SENS

RESPONSABILITÉ SOCIALE & SOCIÉTALE

**NousNousElles**  
par ROUGEGORGE

## DETTE URGENTE

RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE,  
POSITIF IMPACT FASHION

AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE



**S'ENGAGER  
POUR NOS COLLABO-  
RATEURS.RICES ET POUR  
NOS PARTENAIRES**



**S'ENGAGER  
POUR NOS CLIENTS.ES  
PAR NOS PRATIQUES  
VERTUEUSES ET NOS  
PRODUITS**



**S'ENGAGER  
POUR LES FEMMES,  
POUR LA SOCIÉTÉ  
ET POUR LA PLANÈTE**



# Nous Nous Elles.

par **ROUGEGORGE**

## NOTRE PROGRAMME SOCIAL ET SOCIÉTAL

**Nous Vous Elles,**  
**Notre programme sociétal solidaire de toutes les femmes.**

Parce que nous avons besoin les unes des autres pour avancer et parce que donner une place à chaque femme est essentiel.

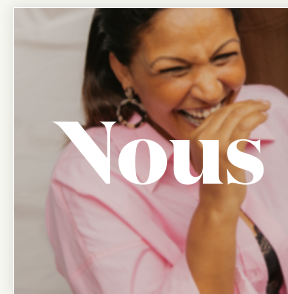
Avec **Nous, Vous, Elles**, ROUGEGORGE s'engage à réaliser de nouvelles actions, pour toutes les femmes et avec chacune d'entre elles.

Nous avons besoin les unes des autres pour surmonter les épreuves de la vie, pour accomplir nos rêves, pour répondre à nos ambitions professionnelles, pour s'aimer telles que nous sommes.

Partager, aider, collaborer, soutenir dans le but de toujours veiller les unes sur les autres. Des femmes bienveillantes et actives entre Elles.



**S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
COLLABORATEURS.  
RICES**



**S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
CLIENTS.ES**



**S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DES FEMMES  
ET DE LA SOCIÉTÉ**

## **RÉALISÉ EN 2022 ?** AVANCEMENT DE NOS OBJECTIFS

### COMITÉ RSE

Lancement de notre Comité RSE METIERS composé de collaborateurs.rices volontaires. Il suit les objectifs RSE fixés annuellement par chaque métier de l'entreprise pour agir dans leur quotidien opérationnel sur des preuves concrètes d'engagements à impacts sociaux, sociétaux et environnementaux.



## **NOTRE HORIZON 2023** CE QUE ROUGEGORGE S'ENGAGE À FAIRE

### RÉCOMPENSER L'ENGAGEMENT

Nous souhaitons mettre en avant les collaborateurs.rices qui s'engagent, par la mise en place des Victoires de l'Engagement.



### S'ENGAGER POUR NOS COLLABORATEURS.RICES ET POUR NOS PARTENAIRES

- Culture de l'Engagement
- Expérience Collaborateur.rices
- Partage de la valeur créée
- Positive Company : ce que pensent nos salariés.ées



**S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
COLLABORATEURS.RICES**

### CULTURE DE L'ENGAGEMENT

Notre conviction est qu'une entreprise engagée, ce sont des collaborateurs.rices engagé.e.s. Il est donc essentiel de mettre à disposition des outils qui facilitent l'engagement ainsi que valoriser les initiatives.

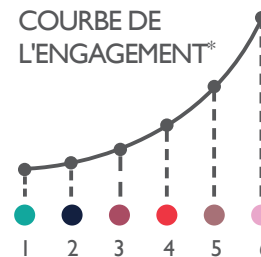
### BUDGET RSE

- Deux nouveaux budgets ont été affectés pour booster les initiatives des métiers en terme de RSE : Un pour le réseau et un pour le siège.
- La gouvernance RSE est partagée avec l'implication des collaborateurs.rices via les comités métiers. (cf gouvernance p9)

### MESURE DE L'ENGAGEMENT

- Mesure de l'engagement afin d'identifier où nous en sommes collectivement et ajuster les dispositifs. Les résultats montrent un climat favorable avec 78% des collaborateurs.rices qui déclarent comprendre les enjeux sociaux,sociétaux et environnementaux et qui souhaitent s'engager en modifiant leur comportement.

COURBE DE  
L'ENGAGEMENT\*



- 1 - 2% J'entends parler des sujets sociétaux et environnementaux
- 2 - 9% Je comprends les impacts sur l'environnement, la société, en général
- 3 - 11% Je comprends les impacts que cela peut avoir sur mon métier
- 4 - 36% Je cherche à mieux comprendre, à en savoir plus
- 5 - 39% Je réponds positivement aux propositions pour m'engager. Je modifie mon comportement. Je cherche des solutions pour aider.
- 6 - 3% Je prends des initiatives, je porte des projets. Je deviens ambassadeur.rice des causes RSE.

\*Outil créé en interne





**S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
COLLABORATEURS.RICES**

## GAZETTE RSE

- Mise en avant des initiatives à impact et des porteurs. euses de projet grâce à La Gazette RSE, un outil puissant de communication interne.



## BILAN SOCIAL



### LES 8 MEMBRES DE NOTRE COMITÉ DE DIRECTION





**S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
COLLABORATEURS.RICES**

## EXPÉRIENCE COLLABORATEURS.RICES

### FORMATION RSE

Nous professionnalisons nos équipes sur les compétences RSE. Notre catalogue de formation continue de s'étoffer en 2022 avec 2 nouvelles thématiques sur les fibres recyclées et la fresque du climat :

- **36** collaborateurs.rices ont assisté à un atelier Fresque du Climat
- **4** collaboratrices ont été formées à l'animation de la Fresque.
- L'objectif est de sensibiliser **100%** de nos managers en 2023 pour déploiement auprès de tous.tes à partir de 2024.



### MOBILITÉ INTERNE

En 2022 ont été pourvus par la mobilité interne :

- **12,5%** de nos recrutements au siège (dont notre Directrice de l'Offre).
- **28,5%** de nos recrutements de Responsables de Magasins (par nos conseillers.ères de vente qui se préparent à la mobilité interne en suivant notre programme PEPIT) dont **20%** de créations de postes de Responsables de Magasins 'Bistore' en charge de deux points de vente (pourvus par nos responsables de magasins en quête de challenges plus intenses).

Au sein du Comité de Direction, **3 Directeurs.rices sur 7** qui entourent notre Directrice Générale sont issu.e.s de la promotion interne.



### PRÉVENTION ET SENSIBILISATION

#### Contre le cancer du sein

• Du 9 au 29 mai, nos collaborateurs.rices ont marché ensemble pour prendre soin de leur santé et être solidaire des femmes touchées par le cancer du sein. **29 623 052 pas on été réalisés ce qui équivaut à 24 000 km, soit un demi tour de la terre ! 2000€ ont été reversés à Mon Bonnet Rose.**

- Un buste d'auto-palpation a été mis à la disposition des collaborateurs.rices du siège durant tout le mois de mai afin d'apprendre les gestes d'auto-palpation.
- Les équipes d'Île-de-France ont suivi un atelier prévention durant leur séminaire. Il a été animé par l'association "Dis Camion".

#### Contre les violences faites aux Femmes

La lutte contre les violences faites aux Femmes est une cause d'engagement de ROUGEGORGE. Nous soutenons financièrement des associations. Nous mobilisons nos parties prenantes. En 2022 nous avons décidé d'aller plus loin : Les Responsables Magasin de 3 régions, les Responsables De Secteur et 23 collaborateurs.rices du siège ont vécu des sessions de sensibilisation au sujet des violences faites aux femmes animées par Solfa et CIDFF. Qu'entendons-nous par violences ? Quels sont les différents types de violence ? Comment reconnaître les signes et comment bien agir ? Le sujet est difficile, et avoir des outils pour mieux vivre des situations complexes nous paraît être essentiel.



**S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
COLLABORATEURS.RICES**

### ÊTRE ENSEMBLE. POINT.

#### Intégration de nos nouvelles responsables de magasins

Après 2 ans d'absence pour raisons sanitaires, nous avons apprécié le retour de nos Responsables de Magasins au siège dans le cadre de leur parcours d'intégration. Nous en avons profité pour organiser notre premier **Afterwork 100% ROUGEGORGE**. C'était aussi l'occasion pour nos nouvelles pépites de dîner avec notre directrice générale.

#### Convention Nationale en mai

Nous avons eu la joie de nous retrouver pour faire le point sur nos grandes avancées et nos objectifs RSE en présence de toutes nos équipes du siège, de nos responsables de magasins et affiliés.



### SQVCT

Pour la toute première fois, ROUGEGORGE a animé la SQVCT : **Semaine de la Qualité de Vie et des Conditions de Travail** du 20 au 24 juin. À cette occasion, nous avons concocté un programme sur mesure qui a permis à l'ensemble des collaborateurs.rices du siège de vivre une semaine riche en animations, challenges et moments de partage, tout en participant activement à la construction de notre politique de QVCT de demain. Pour tous les collaborateurs.rices, des webinaires ont été proposés en live ou en replay sur les thématiques de la déconnexion, de l'équilibre pro/perso, et du développement personnel.





**S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
COLLABORATEURS.RICES**

## **PARTAGE DE LA VALEUR CRÉÉE**

Notre politique de partage récompense toutes les formes de valeurs créées, sur un principe de **performance durable, rentable et responsable** : notre **intéressement trimestriel** a pu atteindre certains trimestres des versements allant jusqu'à **18%** des salaires trimestriels des bénéficiaires. Notre nouvel **intéressement annuel** introduit en 2021 a été versé pour la première fois en 2022 grâce à l'atteinte de nos objectifs fixés, atteignant son plafond de **3%** de notre masse salariale : il a été réparti équitablement et forfaitairement parmi tous nos bénéficiaires (>800 collaborateurs.rices), venant compléter le versement au titre de la participation légale.

Enfin en 2022, nous avons pour la 4<sup>ème</sup> année depuis 2018 versé une **prime de partage** de la valeur (dite Macron) dans un engagement en faveur du pouvoir d'achat, avec un versement d'un montant fixe et unique pour TOUS nos collaborateurs.rices

**Au total, ROUGEGORGE reverse à ses collaborateurs.rices, par le biais de ses dispositifs collectifs (intéressements trimestriels et annuels, participation) et la Prime Macron, l'équivalent de plus 25% de ses gains, soit l'équivalent de 1,5 mois de salaire.**

UN INTÉRESSEMENT  
QUI ATTEINT

**18%**

DES SALAIRES  
TRIMESTRIELS  
DES BÉNÉFICIAIRES.

PREMIER  
INTÉRESSEMENT  
ANNUEL, AVEC ATTEINTE  
DU PLAFOND, SOIT

**3%**

DE NOTRE MASSE  
SALARIALE.

VERSEMENT D'UNE

**PRIME DE  
PARTAGE  
DE LA  
VALEUR**

EN 2022,  
ROUGEGORGE  
A REVERSÉ

**25%**

DE SE GAINS À SES  
SALARIÉS.ES



S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
COLLABORATEURS.RICES



## L'entreprise en un mot par les salariés.ées

Solidarité  
Écoute  
Valeurs  
**Responsable**  
**Bienveillance**  
**Engagée**  
**Humaine**  
Progression  
Femme  
Agréable

“ Pour moi l'entreprise a de bonnes valeurs, je suis fière de travailler pour ROUGEGORGE, je le crie haut et fort !

“ Une entreprise consciente de son impact environnemental et soucieuse du bien-être de son personnel.

“ Je suis fière de travailler pour ROUGEGORGE, car les valeurs me correspondent, et je suis fière de pouvoir les incarner et les transmettre auprès de mes proches et des clients.tes. Les femmes sont bien représentées et la mixité des mannequins rassure vraiment nos clientes.

“ Une entreprise engagée, humaine, proche de ses salariés.

## Ce que pensent nos salariés.es siège/magasins

### TOP 3

#### 100%

Des conseillers.ères de vente sont prêts-es à recommander les produits de ROUGEGORGE.

#### 95%

Des salariés.es ont connaissance des engagements et des actions liés au développement durable de votre entreprise.

#### 94%

Des salariés.es déclarent que leur encadrement leur fait confiance et qu'ils ont des responsabilités dans l'exercice de leurs fonctions.

### AXES DE PROGRESSION ↗

#### 71%

Des conseillers.ères de vente déclarent que ROUGEGORGE les accompagne dans la mise en œuvre de leur démarche de développement durable.

#### 44%

Des salariés.es déclarent que ROUGEGORGE facilite la parentalité (jours de congés supplémentaires, places en crèche, etc.).

#### 43%

Des salariés.es déclarent que ROUGEGORGE contribue à l'attractivité de son territoire grâce à son activité (fournisseurs locaux, non délocalisation, relations avec les collectivités, etc.).

## ✓ RÉALISÉ EN 2022 ? AVANCEMENT DE NOS OBJECTIFS

### DENTELLE FRANÇAISE & SANS ARMATURE

La ligne CELESTE, conçue avec une dentelle française, a été commercialisée avec succès en 2022.

La gamme de soutiens-gorge sans Armatures prévue pour toutes les morphologies a été plébiscitée par nos clients.es, et nous a permis de répondre notamment aux demandes des poitrines plus généreuses.



## NOTRE HORIZON 2023

### CE QUE ROUGEGORGE S'ENGAGE À FAIRE

Pour 2023, nous continuons notre engagement pour une lingerie pour toutes les femmes :

- Nouvelle gamme "Courbes +", pensée techniquement pour les courbes généreuses : choix de style et de formes, déclinées jusqu'au 110G.
- Renouvellement de notre gamme post-opératoire en Jour et Bain, coconstruite avec des femmes concernées.
- Sortie d'une gamme de culottes menstruelles, travail sur la qualité, détails féminins et déclinaison dans différents niveaux d'absorption.



### S'ENGAGER POUR NOS CLIENTS.ES PAR NOS PRATIQUES VERTUEUSES ET NOS PRODUITS

- La santé de nos clients.es notre, priorité
- L'inclusivité, un enjeu majeur
- Nos marques, pour tous.tes
- Permettre à nos clients.es d'agir à nos côtés
- Votre satisfaction : notre priorité
- Positive Company : ce que pensent nos clients.tes



# Nous

S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
CLIENTS.ES

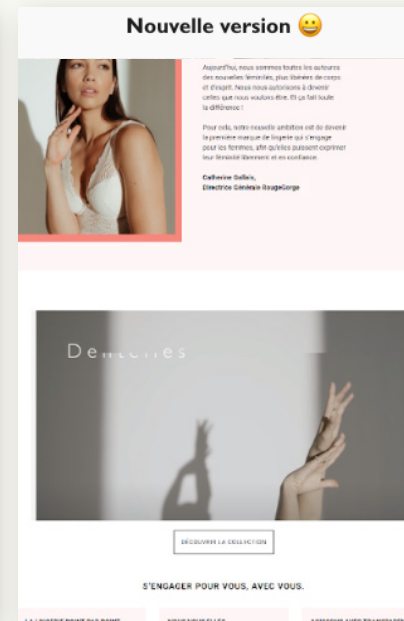
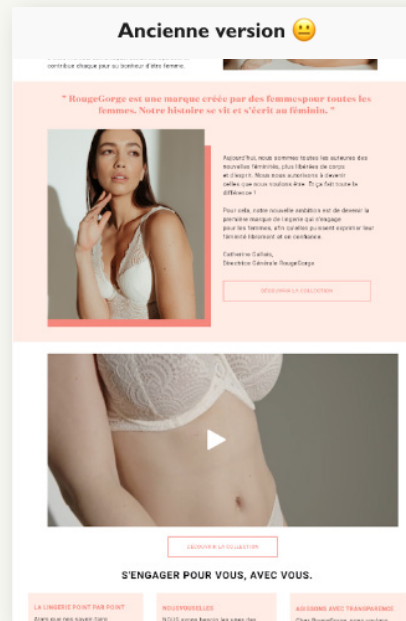
## LA SANTÉ DE NOS CLIENTS.ES : NOTRE PRIORITÉ

### OEKO-TEX STANDARD 100

Pour certifier nos produits nous avons fait appel à **organisme certificateur totalement indépendant** qui a passé au crible tous nos composants pour détecter la présence éventuelle de substances indésirables. En plus de ces tests en laboratoire, des contrôles sont aléatoires effectués par OEKO-TEX. En 2022 **80% de la collection est certifiée OEKO-TEX Standard 100**, puis **90% en 2023**. Notre objectif est 100% en 2024.

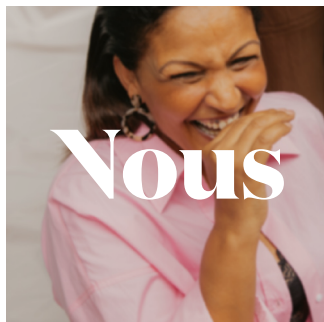


## L'INCLUSIVITE, UN ENJEU MAJEUR



## Un site internet avec un contenu de plus en plus accessible !

Un travail d'accessibilité est en cours sur les contenus landing, HomePage, bandeaux etc... du site pour améliorer l'accessibilité. Grâce à des outils de mesure comme Check Contrast ou encore de performance comme Lighthouse, nous pouvons **vérifier l'accessibilité de nos contenus web et les améliorer** : le but est de se rapprocher des 100% d'accessibilité. Sur la landing page, nous avons optimisé les couleurs de fond par rapport aux couleurs de textes. Des améliorations sont encore possibles.



# Nous

S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
CLIENTS.ES

Innovation, des produits pour toutes via  
la montée en taille !

## BAIN

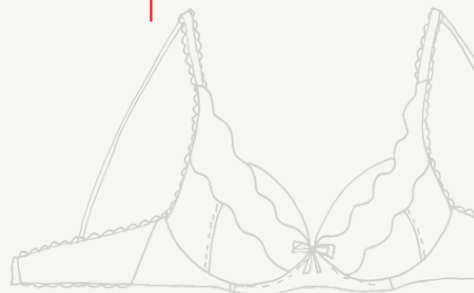
- JAKARTA NON AMPLIFORME
- JAKARTA UNE PIÈCE
- JANKA NON AMPLIFORME
- JOLY NON AMPLIFORME
- JOLY UNE PIÈCE

JUSQU'AU  
I 10G

## JOUR

- AZUR EMBOITANT
- DENTELLE EMBOITANT (8 coloris)
- SYARA EMBOITANT (9 coloris)
- TRINITY EMBOITANT (3 coloris)
- VACARME EMBOITANT

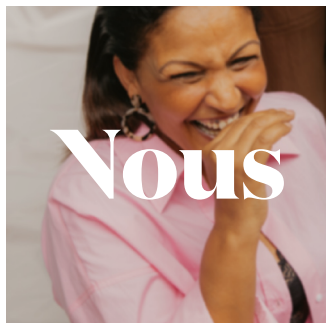
JUSQU'AU  
I 10G



Diversité de corps et de femmes...







S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
CLIENTS.ES

Chez **ROUGEGORGE** nous proposons des collections pour tous les besoins et toutes les envies. Cette offre est complétée par des marques lancées en interne :

- ROSE
- Leel
- SOUTIEN • ROSE
- Jolie Mam'

*Des collections pour tous les moments de vie.*

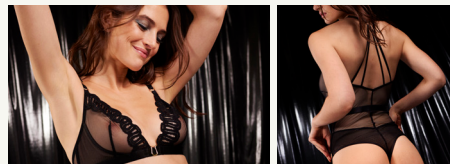
Nous invitons aussi des marques qui mettent leurs expertises au service de nos clients.es :

- EVELYN & BOBBIE
- TRIUMPH
- DIM.

## NOS MARQUES, POUR TOUS.TES



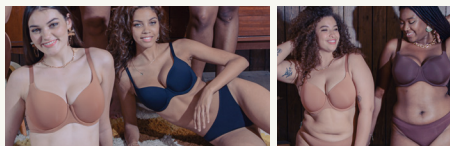
Une lingerie premium, haute-sensualité et accessible, qui suscite l'envie d'être portée au quotidien et habille les femmes d'une force intérieure.



La ligne post-opératoire, **SOUTIEN • ROSE** spécialement étudiée et conçue pour un porté confort, plus que jamais respectueux des peaux fragiles.



Leel encourage au quotidien les jeunes filles aux bonnets C à G à se sentir bien dans leur corps grâce à une lingerie experte, engagée et stylée à prix juste, pour tous leurs besoins et toutes leurs envies.



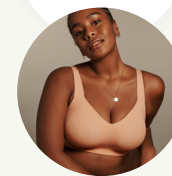
Confort, maintien essentiel, finitions douces et matières naturelles, la collection maternité accompagne la mère dans l'expression de sa tendre féminité.



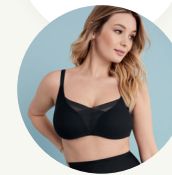
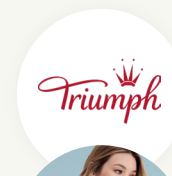
## LES MARQUES INVITÉES



Dim fait partie avec ROUGEGORGE et Etam des trois marques de lingerie préférées des françaises (source Kantar). Une sélection de produits Dim est présente sous forme de corners dans quelques uns de nos magasins et une offre complète est proposée à nos clients.es dans deux magasins "bi-store" Dim / ROUGEGORGE.



Evelyn & Bobbie est une marque innovante américaine "for people with boobs by people with boobs\*". Le "Beyond bra" complète l'assortiment ROUGEGORGE en exclusivité ; il s'agit d'un soutien-gorge léger nouvelle génération à la technologie brevetée, proposant à un large éventail de poitrines un maintien optimal et un confort sans égal.



Incontournable en lingerie, Triumph révolutionne les matières et les styles depuis plus d'un siècle. ROUGEGORGE a sélectionné des produits techniques et innovants de la marque comme la ligne sculptante "Shape Smart" qui assure un confort optimal tout en mettant les formes en valeur ou bien encore « Fit Smart », conçue dans un souci d'adaptabilité et d'ajustement parfait.

*\*pour les personnes à poitrine généreuse par des personnes à poitrine généreuse.*



S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
CLIENTS.ES



### L'EAU ENGAGÉE !

Plus de 9000€ ont été remis à Ruban Rose grâce à la vente de notre Eau Engagée. Cette fragrance a été développée et offerte par notre parfumeur ARTHES qui a lui aussi souhaité contribuer afin de maximiser le don à l'association.



### PERMETTRE À NOS CLIENTS.ES D'AGIR À NOS CÔTÉS

Nous pensons que la mode peut être un vecteur d'engagement et proposons à nos clients.es de soutenir les causes grâce à leurs achats.

### UN T-SHIRT SOLIDAIRE

Dans le cadre du 8 mars, journée mondiale des droits des femmes, nous avons développé avec le collectif Anti Fashion et vendu le tee-shirt Papsyse. L'intégralité des bénéfices a été reversé à notre association partenaire Solfa qui accueille et aide notamment les femmes victimes de violence. Cela a représenté plus de 2000€.

## EN RÉSUMÉ, GRÂCE À NOS CLIENTS.ES ...

En 2022  
**63 000€**  
COLLECTÉS VIA L'ARRONDI EN CAISSE  
EN FAVEUR DE

Merci à nos client.es

Depuis 2017, le dispositif d'arrondi en caisse permet à nos clients.es d'arrondir le montant de leurs achats en faveur d'une association.



S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
CLIENTS.ES

## SENSIBILISER, INFORMER NOS CLIENTS.ES SUR LES SUJETS D'ENGAGEMENT

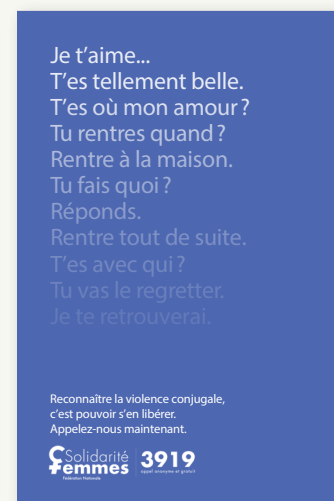
### EN TOUTE TRANSPARENCE

Informers nos clients.es aux enjeux climatiques et surtout leur présenter nos actions est un enjeu majeur. Des étiquettes, des QR codes lui permettent de mieux comprendre nos choix de matières et de consommer en conscience.



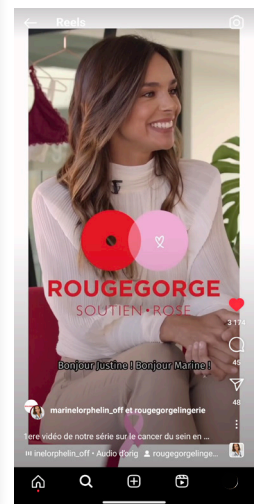
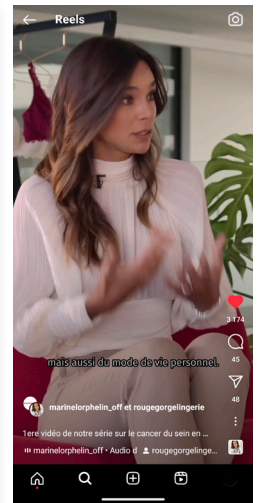
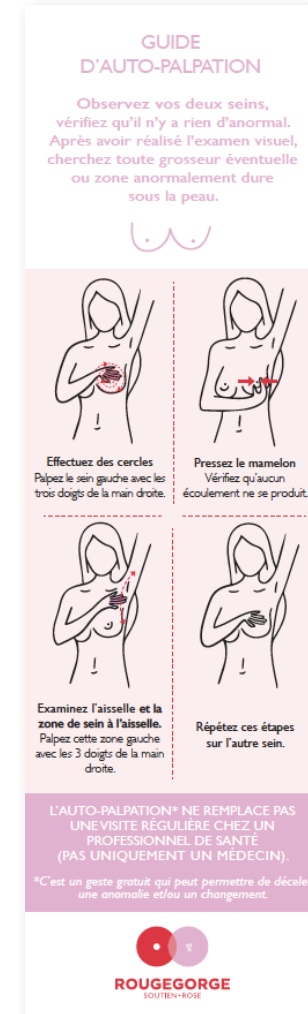
### VIOLENCES FAITES AUX FEMMES

Les violences faites aux femmes touchent 1 femme sur 10. Nos clients.es sont forcément touchés.es de près ou de loin. Durant le mois de mars, dans nos cabines et sur nos réseaux sociaux, des affiches portent les messages de prévention et de soutien. Le bas de nos tickets de caisse rappelle également discrètement le numéro de téléphone du 3919.



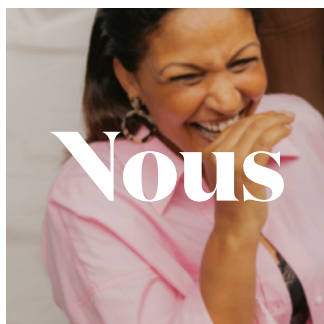
## LA LUTTE CONTRE LE CANCER DU SEIN

C'est la cause historique soutenue par ROUGEGORGE et il est essentiel de passer les messages de prévention auprès de nos clients.es car le cancer du sein touche toutes les femmes.



Installation d'un sticker d'auto-palpation, dans nos cabines.

Entretien avec Marine Lorphelin autour du sujet de la prévention Cancer du Sein.



S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
CLIENTS.ES

Chez **ROUGEGORGE**, l'avis de nos clients.es est essentiel. Nous recueillons avec intérêt et attention leurs retours et commentaires, afin d'ajuster nos produits et nos pratiques.

## VOTRE SATISFACTION : NOTRE PRIORITÉ

Notre NPS\* et tous les indicateurs présentés ci-dessous, sont au-delà des standards du marché.

Nous avons une politique d'écoute du.de la client.e qui prévoit l'envoi de différents questionnaires après chaque achat ou chaque contact avec le service client.e.

L'outil Critizer mis en place en 2021 nous permet de mesurer la satisfaction client de façon globale via 4 items :



**78%** de nos clients.es ont émis un avis positif suite à leur visite dans nos magasins.



### NOTE DE RELATION CLIENT.E

# 4,42/5

Cette note se base sur le taux de réponse, le délais et la qualité de la réponse apportée au.à la client.e.

### NOTE SATISFACTION CLIENT.E

# 4,69/5

À travers cette note qui se mesure entre 0 et 5, nos clients.es jugent leur expérience vécue.

### RECONQUÊTE CLIENT.E INSASTISFAIT.E

# 83%

de ces clients.es ont déclaré être prêts.es à revenir dans notre enseigne, suite à la réponse de nos équipes.

### NOTE SATISFACTION CLIENT.E

# 100%

Des demandes, et des réclamations sont traitées par le service client composé de deux personnes à temps plein. Durant les périodes de forte activité, des renforts complètent le service.



S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DE NOS  
CLIENTS.ES



## L'entreprise en un mot par les clients.es

Jolie  
Féminin  
Beauté  
**Abordable**  
**Qualité**  
**Excellence**  
bien  
Confortable  
Élégance  
Agréable

« Depuis que je connais cette marque, je ne me suis plus acheté d'autres marques de sous-vêtements ailleurs, tant le produit me convient.

« Depuis que dans ma ville il y a votre magasin, j'achète toute ma lingerie chez ROUGEGORGE, je suis satisfaite à 100%.

« J'ai découvert cette marque il y a maintenant quelques années et j'en suis ravie, même ma fille commence à porter cette marque. Je recommande à toutes les femmes.

« La femme est plus belle en ROUGEGORGE.

## Ce que pensent nos Clients.es

### TOP 3

**98%**

De nos clients.es seraient prêts.es à acheter de nouveau les produits de cette marque.

**97%**

De nos clients.es sont satisfaits.es de la marque.

**97%**

De nos clients.es seraient prêts.es à recommander les produits de cette marque.

### AXES DE PROGRESSION ↗

**50%**

De nos clients.es ont sélectionné cette marque en fonction de ses engagements en termes de développement durable.

**61%**

Des clients.es déclarent que ROUGEGORGE leur propose des solutions pour réduire les émissions de gaz à effet de serre de leur achat (commandes groupées, compensation carbone, etc.).

**64%**

Des clients.es déclarent que ROUGEGORGE intègre des engagements sociaux (emploi de personnes en situation de handicap, emploi de personnes en réinsertion, etc.).

## ✓ RÉALISÉ EN 2022 ? AVANCEMENT DE NOS OBJECTIFS

### ACTION POUR LA RÉINSERTION DES FEMMES

Nous nous sommes engagés pour la réinsertion professionnelle des femmes en situation de vulnérabilité en permettant à nos collaborateurs.rices de mettre à disposition leur temps et leurs compétences en partenariat avec le CIDFF de Tourcoing. En quelques chiffres c'est :

• 15 collaboratrices engagées • plus de 50 femmes rencontrées • 70H d'ateliers co-construits avec le CIDFF de Tourcoing • 3 marrainages de femmes.

En magasin le protocole d'accueil a été réalisé avec le CIDFF de Caen pour pouvoir accueillir les premières femmes en mars 2023.



## NOTRE HORIZON 2023 CE QUE ROUGEGORGE S'ENGAGE À FAIRE

### POUR SUIVRE NOTRE ENGAGEMENT

Pour la réinsertion des femmes en situation de vulnérabilité en permettant l'accueil en magasin avec un protocole adapté. La Normandie est notre région test et nous ambitionnons de déployer le dispositif à 2 autres régions courant 2023.



### S'ENGAGER POUR LES FEMMES, POUR LA SOCIÉTÉ ET POUR LA PLANÈTE

- Lutte contre le cancer du sein et soutien aux femmes malades
- Lutte contre les violences faites aux femmes
- Soutien à la réinsertion professionnelle des femmes éloignées de l'emploi



**S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DES FEMMES  
ET DE LA SOCIÉTÉ**

## NOTRE ENGAGEMENT EN QUELQUES CHIFFRES

**43 184€**

REVERSÉS AUX ASSOCIATIONS PARTENAIRES



et bien + encore...



CRÉATION D'UN COLLECTIF DANS LES HAUTS DE FRANCE POUR COLLECTER DES FONDS POUR LA MAISON RÉVÉE MON BONNET ROSE



**42 000€**  
COLLECTÉS

PLUS DE

**50 000 produits**

DONNÉS À DES ASSOCIATIONS,  
SOIT UNE VALEUR DE

**307 317€**



et bien + encore...

**70 heures**

DE MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES  
LORS DES " JEUDIS DE L'EMPLOI " AU CIDFF DE TOURCOING



**10 heures**

DE FORMATION DE SENSIBILISATION  
AUX VIOLENCES FAITES AUX FEMMES PAR SOLFA ET LE CIDFF DESTINÉES  
AUX COLLABORATEURS ROUGE GORGE.





**S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DES FEMMES  
ET DE LA SOCIÉTÉ**

## LA LUTTE CONTRE LE CANCER DU SEIN

### NOUVEAUTÉS 2022



Un partenariat avec Mon Réseau Cancer du sein\* pour mailler nos magasins avec les bénévoles de l'association afin d'apporter des solutions d'aide concrète à nos clientes. Co-organiser des événements en faveur de la sensibilisation dans nos magasins et dans les centres commerciaux.

*\*Le réseau social pour les personnes touchées par un cancer du sein et leurs proches. Pour échanger, se comprendre, se soutenir. Pour retrouver informations et adresses utiles.*



Avec d'autres entreprises des Hauts de France, ROUGEGORGE a créé le collectif Octobre Rose en Nord. Notre objectif ? Mobiliser les nombreuses entreprises de la région autour

d'associations qui agissent localement en faveur de la lutte contre le cancer du sein et des femmes touchées par la maladie. Pour notre première édition, nous sommes heureux d'avoir remis 43 000€ à l'association Mon Bonnet Rose qui ambitionne de construire la Maison Rêvée : un lieu ressource pour les femmes touchées et leurs proches.

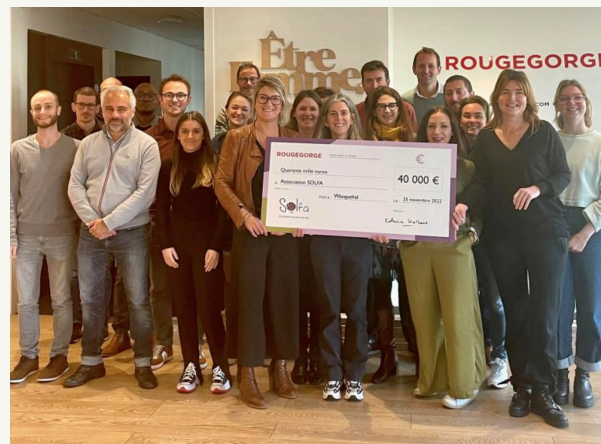


## LA LUTTE CONTRE LES VIOLENCES FAITES AUX FEMMES

### NOUVEAUTÉS 2022

Le fait d'agir contre les violences faites aux femmes via différents dispositifs peut déclencher des émotions voire libérer la parole de nos collaborateurs.rices, et de nos clients.es. Il est essentiel de savoir la recevoir et surtout de savoir quoi faire. Un partenariat avec Solfa et les CIDFF de plusieurs régions a été mis en place afin de sensibiliser nos collaborateurs.rices volontaires.

Quelle joie et quelle fierté d'avoir pu remettre 40 000€ à l'association Solfa. Cet argent, issu de la campagne micro don, des ventes du t-shirt engagé et de notre cotisation annuelle au fond de dotation, finance des nuits d'hébergement d'urgence, des postes d'écoutes au 3919.







**S'ENGAGER  
VIS-À-VIS DES FEMMES  
ET DE LA SOCIÉTÉ**

## SOUTIEN À LA RÉINSERTION PROFESSIONNELLE DES FEMMES ÉLOIGNÉES DE L'EMPLOI

### MÉCÉNAT DE COMPÉTENCES



Afin de permettre à ses collaborateurs.rices de s'engager plus et d'augmenter leur impact social, ROUGE GORGE a mis en place en 2022 son premier programme de mécénat de compétences. La première étape a été de choisir la cause : la réinsertion des femmes en situation de vulnérabilité et éloignées de l'emploi.

Cette cause nous semble être en totale cohérence avec notre ambition et permet

d'impliquer tous les collaborateurs.rices et de mettre à disposition nos équipements et magasins.

Nous avons ensuite cherché le meilleur partenaire avec un maillage national afin de pouvoir déployer en région. Nous avons écrit un partenariat avec le Centre d'Information des Droits des Femmes et des Familles, association présente sur tout le territoire.

Les dispositifs proposés et actifs en 2022 sont le marrainage (accompagnement individuel d'une femme) et les jeudis de l'emploi (atelier de 2h construit en binôme avec le centre sur les sujets liés à l'emploi : lever les freins, identifier les compétences, aborder l'entretien...)

### Ateliers d.i.y pour les ados de SOLFA

Les 19 et 28 décembre, des collaboratrices du siège ont apporté la féerie de Noël aux adolescentes accueillies par Solfa. Elles ont organisé et animé des ateliers de confection de bocaux à cookies et des tableaux.



## ET TANT D'AUTRES ACTIONS MENÉES



### MARAUDE DE NOËL ZONE OUEST

Pour la seconde année consécutive, les Responsables des régions Ouest ont organisé, avec l'association "Rêvons Ultras Grand", une maraude dans les rues de Paris. 70 sacs ont pu être préparés grâce à la générosité des équipes et de marques partenaires. Les sacs étaient garnis de pulls, bonnets écharpes gants chaussettes, tupperwares, produits d'hygiène et chocolats.



### NOUVEAU PARTENARIAT AVEC LES RESTOS DU CŒUR DE WASQUEHAL

#### Septembre 2022

Plus de 1000€ ont été remis sous forme de denrées alimentaires et produits d'hygiène au centre de Wasquehal.

#### Décembre 2022

Don de 712€ suite à la vente au personnel des prototypes.

# ROUGEGORGE

## NOTRE PROGRAMME ENVIRONNEMENTAL

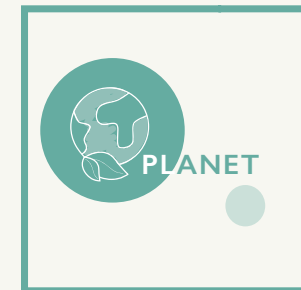
**Devenir la première marque de lingerie engagée pour les Femmes, c'est s'engager à...**

Agir avec et pour tous.tes nos clients.es.  
Proposer une lingerie plus respectueuse de leur santé.  
Progresser en atteignant nos objectifs.  
Réduire notre impact environnemental en ligne avec une limitation du changement climatique à 1,5C°.

### « Agissons avec Transparence »

Avec son programme « Agissons avec Transparence », ROUGEGORGE détaille sans filtre ses engagements et actions qui font de l'enseigne une entreprise responsable. Simplement, en essayant de toujours faire mieux afin de proposer une lingerie toujours moins polluante, plus durable et respectueuse de toutes les morphos.

**Nous n'avons rien à cacher. Point.**



AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE



## RÉALISÉ EN 2022 ? AVANCEMENT DE NOS OBJECTIFS

### TRANSPARENCE

Publication de la liste de nos fournisseurs sur le site internet.

### TRAÇABILITÉ

**80%** de nos partenaires de rang 2 (matières) seront audités avec un niveau de conformité en ligne avec les exigences de ROUGEGORGE.



## NOTRE HORIZON 2023 CE QUE ROUGEGORGE S'ENGAGE À FAIRE

### TRAÇABILITÉ

Travailler avec les principaux teinturiers de matières afin de trouver des solutions pour rendre nos teintures moins polluantes.

### TRANSPARENCE

Pays de tricotage, teinture et confection seront indiqués sur tous nos (fiches) produits.



AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE



- Traçabilité
- Positive Company : ce que pensent nos fournisseurs



AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE

## TRAÇABILITÉ

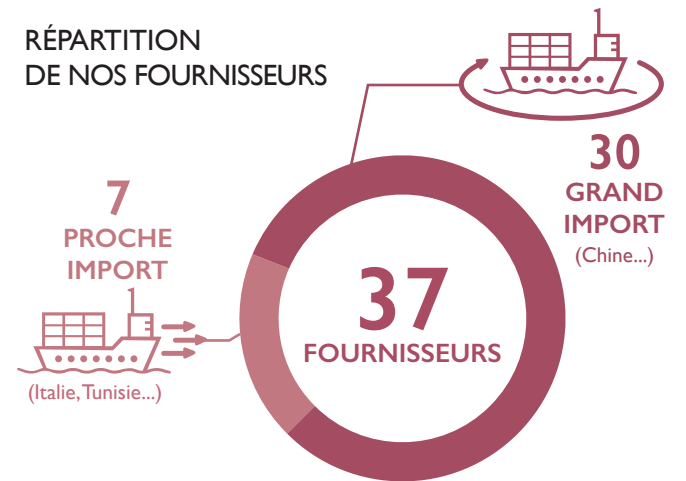
**100%** De nos partenaires de confection ont été audités et ont obtenu un niveau conforme aux exigences ROUGE GORGE. Nos fournisseurs de matières (rang 2) sont également identifiés.

Nous construisons un **PARTENARIAT DURABLE** avec un nombre limité de fournisseurs, ce qui permet de co-construire dans la durée. Nous travaillons avec 37 fournisseurs à travers le monde (30 en grand import et 7 en proche import).

### UNE CONFORMITÉ SOCIALE AU CŒUR DE NOS PRÉOCCUPATIONS

Chez ROUGE GORGE, la **conformité sociale de nos partenaires** est au cœur de nos préoccupations, nous mettons en place une politique rigoureuse **d'audits sociaux réalisés par un organisme indépendant** pour évaluer les conditions de travail, la sécurité et la protection sociale des employés.es qui travaillent pour nos fournisseurs.

Nous **accompagnons nos fournisseurs** pour corriger les non conformités via des plans d'actions correctifs afin de garantir une amélioration continue de leurs pratiques. Notre souhait est d'entretenir des **relations durables** avec nos partenaires, dans une démarche co-construite d'amélioration continue. Pour une plus grande **transparence**, nous allons mettre en place un outil nous permettant de monitorer l'ensemble de notre chaîne d'approvisionnement : lieu de tissage ou tricotage, lieu de teinture, lieu de confection (loi AGEC 2023\*).



### \* LA LOI AGEC, C'EST QUOI ?

L'article 13 de la Loi AGEC impose de fournir certaines informations au moment de l'achat par voie électronique ou par affichage.

- Pays où se déroulent les étapes de production.
- Information sur le rejet des microfibres plastiques
- Matériaux recyclés et taux de recyclabilité
- Substances toxiques présentes dans le produit

Nous serons donc capables de garantir la traçabilité de l'ensemble de nos produits, et de tracer la majorité des composants entrant dans leur composition. De même, les fibres recyclées ou à plus faible impact sont encadrées par des certifications strictes nous permettant de remonter la chaîne de valeur et d'en connaître l'origine.

CONSULTER LA CHARTE ÉTHIQUE DE NOS FOURNISSEURS

<https://rg-media.rougegorge.com:8443/pdf/charte-ethique.pdf>

CONSULTER LA LISTE DE NOS FOURNISSEURS

<https://rg-media.rougegorge.com:8443/pdf/liste-fournisseurs.pdf>



AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE



## L'entreprise en un mot par les Fournisseurs

Agréable  
Dynamique  
Fiable  
Professionnel  
Partenaire  
**Bienveillant**  
Responsable  
Engagé  
Bien  
Super

“ Notre client se comporte de manière très responsable et cherche toujours à s'améliorer, du moins en ce qui concerne notre entreprise.

“ Une entreprise qui a compris la complexité des besoins de sa cible (les femmes) et qui est ancrée dans son temps.

“ Une entreprise avec laquelle il fait bon collaborer : des équipes bienveillantes, réactives, de bonnes conditions de travail, des locaux agréables et un engagement sociétal marqué.

“ Entreprise qui considère ses fournisseurs comme de véritables partenaires désireux de se challenger mutuellement.

## Ce que pensent nos Fournisseurs

### TOP 3

**95%**  
De nos fournisseurs déclarent avoir connaissance des engagements et des actions liés au développement durable de ROUGEGORGE.

**95%**  
Des externes à ROUGEGORGE déclarent qu'un bon accueil est réservé aux nouveaux arrivants dans l'entreprise.

**94%**  
Des externes à ROUGEGORGE déclarent que l'encadrement leur fait confiance et qu'ils ont des responsabilités dans l'exercice de leurs fonctions.

### AXES DE PROGRESSION ↗

**44%**  
Des externes à ROUGEGORGE déclarent que l'entreprise facilite la parentalité (jours de congés supplémentaires, places en crèche, etc.).

**55%**  
Des fournisseurs déclarent que ROUGEGORGE s'assure par un contrôle régulier du non report de leurs obligations environnementales et sociales sur leur propre chaîne de fournisseurs.

**59%**  
Des fournisseurs déclarent que ROUGEGORGE les incite à participer au développement de leur territoire (emploi local, soutien auprès d'associations, interventions dans les écoles, etc.).

## RÉALISÉ EN 2022 ? AVANCEMENT DE NOS OBJECTIFS

### DURABILITÉ & QUALITÉ

**80%** des formes de jour et bain sont standardisées.

### MATIÈRES

Utilisation de fibres recyclées ou à faible impact\* sur :

- **30%** de la collection nuit
- **20%** de la collection bain
- **6%** de la collection jour.
- **15%** de la collection sera produite en proche import dès 2022, **70%** des goussets seront en coton bio.

\* matière qui a moins d'impact sur l'environnement que sa version conventionnelle.



## NOTRE HORIZON 2023

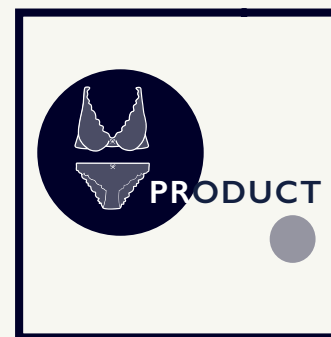
CE QUE ROUGEGORGE S'ENGAGE À FAIRE

### MATIÈRES

• **90%** de notre collection certifiée OEKO-TEX

Utilisation de fibres recyclées ou à faible impact\* sur :

- **50%** de la collection nuit
- **25%** de la collection bain
- **20%** de la collection jour.
- Mesurer/Afficher notre éco-score.



AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE



- Santé
- Durabilité & Qualité
- Matières



AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE



## SANTÉ

Tous nos produits sont conformes au règlement REACH afin de limiter l'usage de certaines substances chimiques, mais nous allons bien au-delà puisque de nos produits sont certifiés OEKO-TEX standard 100 ce qui garantit l'absence de substances nocives dans les textiles. Cette garantie assure donc que le produit n'est dangereux ni pour la peau, ni pour la santé du consommateur et qu'il a été testé pour une centaine de produits chimiques comme les pesticides ou les colorants. Un plan de contrôle est également mis en place par ROUGEGORGE afin de tester certains de nos produits.

\* **89%**

*\* 91% de la lingerie de jour / 90% de la lingerie de nuit / 85% du bain.*



**STANDARD  
100**

## DURABILITÉ & QUALITÉ

Nous allons vers une standardisation de nos formes proposées et de nos composants, avec des matériaux plus qualitatifs et plus durables.



### 1. C'EST BON POUR LA PLANÈTE !

C'est moins d'allers/retours pour valider la forme et les matières.



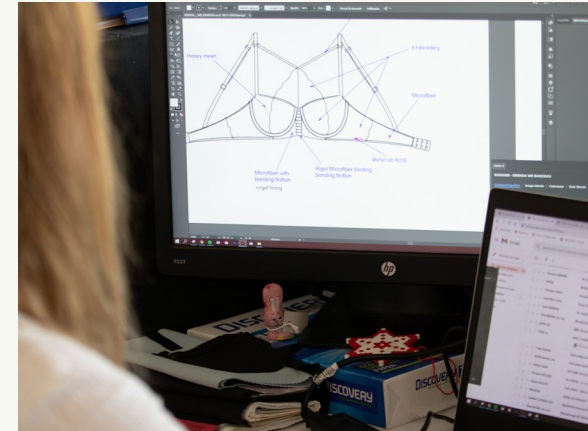
### 2. C'EST BON POUR LA RÉACTIVITÉ

C'est moins d'étapes de prototypage donc une plus grande réactivité.



### 3. C'EST BON POUR LA CLIENTE !

C'est pour le.la client.e la certitude que, quelle que soit la matière, la forme de son soutien-gorge reste la même.



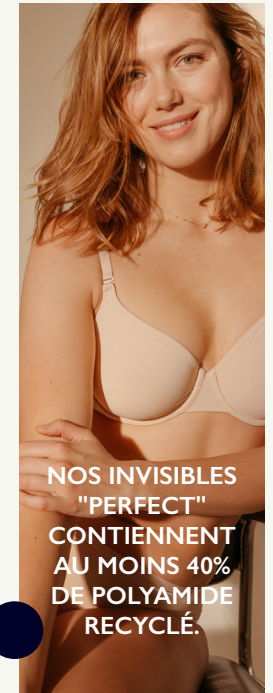
ROUGEGORGE participe, avec d'autres enseignes de textile, à l'élaboration d'une norme française qui a pour but de proposer à l'échéance 2023 une méthode d'évaluation internationale de la durée de vie des produits d'habillement. Les travaux sont en cours et des protocoles de tests sont en cours d'élaboration et d'évaluation au sein des laboratoires tels que l'Institut Français du Textile Habillement (IFTH).



AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE

## MATIÈRES

Chez ROUGEGORGE, nous utilisons des fibres à plus faible impact environnemental et sélectionnons avec attention les standards et labels internationaux les plus exigeants :



\* Global Organic Textile Standard / \*\* Organic Content Standard

### LES MATIÈRES RECYCLÉES

Intégrer des matières dans les collections ROUGEGORGE s'avère être une option intéressante pour réduire notre impact sur l'environnement. Ainsi on limite le gaspillage des ressources naturelles, l'usage des produits chimiques et on diminue notre dépendance au pétrole en valorisant des matières déjà existantes ; c'est par exemple le cas pour des matières comme le polyester et le polyamide par exemple. Ces fibres que l'on revalorise sont issues de chutes de productions textiles, de bouteilles en plastique et peuvent entrer dans la composition de nos produits jusqu'à hauteur de 40% !

### ET POURQUOI PAS 100% RECYCLÉ ?

Aujourd'hui, nous ne sommes pas toujours en mesure d'utiliser des fibres 100% recyclées dans nos matières et garantir la qualité exigée par ROUGEGORGE. Donc ces fibres recyclées peuvent entrer dans la composition de nos vêtements en mélange avec des fibres neuves afin de garantir la qualité du fil et donc la durabilité de vos vêtements. Les fournisseurs travaillent pour augmenter la part de fibres recyclées sans altérer la qualité.





AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE

### QU'EST CE QU'UN PRODUIT ÉCO-RESPONSABLE POUR NOUS ?

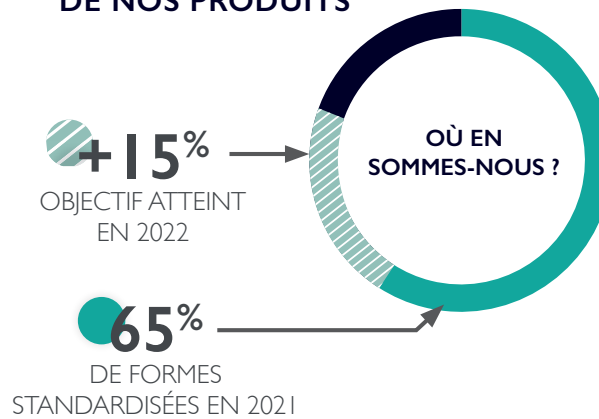
Chez ROUGEGORGE, nous communiquons sur un produit éco-responsable s'il est composé d'au moins

**\*40% DE FIBRES RECYCLÉES  
OU 100% DE FIBRES  
À FAIBLE IMPACT.**

Ce seuil nous permet à la fois d'avoir un impact environnemental réduit tout en garantissant la qualité et la durabilité de nos produits.

*\* 40% correspond à un seuil supérieur aux exigences des labels.*

### LA STANDARDISATION DE NOS PRODUITS



### LES MATIÈRES PROPRES\* DANS NOS COLLECTIONS EN 2022



*\* matière qui a moins d'impact sur l'environnement que sa version conventionnelle*



## NOTRE HORIZON 2030

CE QUE ROUGEGORGE S'ENGAGE À FAIRE

**-46%** d'émission de CO<sub>2</sub> d'ici **2030**, ce qui nous place dans une trajectoire compatible avec une limitation du réchauffement climatique à 1.5C°.



AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE



- En route vers une économie circulaire
- La fin du jetable en magasin



AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE



# EN ROUTE VERS L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE AVEC



La lingerie seconde main est-elle une opportunité pour ROUGEGORGE ? Est ce que nos clients.es seront intéressés.es ? Pour avoir les réponses à nos questions, nous avons choisi de tester en proposant une collection de lingerie upcyclée dans les magasins de Roncq et de Lille.

Pour réaliser ce test, et en lien avec nos valeurs, nous collaborons avec la start up Abracadabra, montée par deux jeunes femmes entrepreneures. Les retours sont bons, la presse ADORE le projet. Rendez-vous dans quelques mois pour les résultats !



Marie et Margaux,  
les fondatrices



## • MAI 2022

Participation à la campagne de crowdfunding Abracadabra.

## • JUIN 2022

Prise de contact avec Marie et Margaux les Fondatrices de Abracadabra pour discuter d'une collaboration potentielle.

## • NOVEMBRE 2022

Implantation des corners abracadabra à Lille et Roncq et des bornes de collecte dans tous les magasins de la métropole Lilloise.

## • OBJECTIF 2023

Mieux comprendre les usages, adapter les concepts magasin et l'offre pour déployer dans plus de boutiques.

## ET EN INTERNE...

### SEMAINE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE

La semaine du Développement Durable a été l'occasion pour nos collaborateurs.rices d'échanger autour de sujets divers : la mobilité douce, l'alimentation plus durable ; c'était aussi l'occasion de partager des ateliers autour du D.I.Y et de participer en équipe au WorldCleanUpDay.

- 4 vélos sont désormais disponibles au siège pour permettre les déplacements de proximité.
- Un repas de rentrée sous le signe du développement durable avec un questionnaire autour de notre consommation de viande et de son impact.
- 1 atelier bouturage et 1 atelier lessive version zéro déchets, ont été animé pas des collaboratrices.
- Les abords du siège de Wasquehal ont été nettoyés en équipe à l'occasion du WorldCleanUp Day.

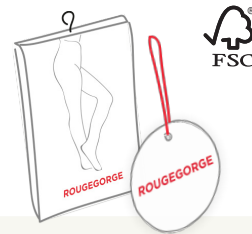
Pour en savoir plus : [abracadabraupcycling.com](http://abracadabraupcycling.com)

# LA FIN DU JETABLE EN MAGASIN

## LE SOURCING DES SUPPORTS EST EXIGEANT

Tous les supports papier pour les décors, les PLV, les flyers sont fabriqués en France sont FSC, encre sans solvant et nous mettons les exigences RSE dans nos appels d'offre.

Tous les supports de packaging produit, et les étiquettes sont FSC, encre sans solvant !



## ON SUPPRIME LE PLASTIQUE

Des supports ont été revus pour un meilleurs recyclage :

- Les cartes cadeaux sont désormais en papier, soit un gain de **0.15 TONNES** de plastique !
- Les PLV vitrine sont, elles aussi désormais en papier.

## ÉLÉMENTS DE VITRINES PÉRENNES

Des éléments de vitrines ont été pérennisés afin d'éviter la production d'éléments neufs. En 2022, le volume des éléments jetables a donc pu être réduit.

## CINTRES RÉUTILISABLES

En 2022, nous avons supprimé les cintres jetables et les avons remplacé par des cintres réutilisables, fabriqués en France et recyclables. Cela représente **35 TONNES** de plastique économisées.

En 2022 **ROUGEGORGE** supprime les cintres en plastique jetables en magasin et propose désormais des **cintres réutilisables et recyclables.**



AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE

## MOINS 27 TONNES DE DÉCHETS PAPIERS

Après avoir économisé jusqu'à **13,65 Tonnes de plastique** en remplaçant nos enveloppes de commandes Web, par des enveloppes en Kraft, nous nous sommes attaqués en 2022 aux sacs caisse. Grâce à leur vente au prix unique de 0,20€ le 1<sup>er</sup> juin 2022, nous avons réduit de **75% la consommation** de sacs, soit environ **27 Tonnes de déchets papier économisés !**



**Pourquoi nos sacs sont devenus payants ?**

AGISSONS AVEC  
TRANSPARENCE

Depuis le 1<sup>er</sup> juin, nos sacs tout formats sont facturés, 0,20€ à chaque passage en caisse

Objectif :

Diminuer nos déchets en vous incitant **À RÉUTILISER** vos sacs shopping

Vous proposer des sacs **100% recyclables**

Réutiliser ses sacs shopping c'est aussi agir pour **LA PLANÈTE**

## LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

## LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



Les Objectifs de Développement Durable de l'ONU ont été fixés en 2017. Ils rassemblent 17 objectifs établis par les états membres des Nations Unies, pour protéger la planète et les populations. Ils doivent être atteints d'ici 2030. En reliant nos agissements à ces objectifs, nous souhaitons observer la contribution de nos actions et volontés au sein d'un cadre plus global et international. Voici le résumé de ces contributions.

## LES OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE



UNDP

## OÙ EN SOMMES-NOUS CHEZ ROUGEGORGE ?



- Nouvel accord d'intéressement (2021).
- Création du fond de solidarité et du don de congés (2021).
- Partage de la valeur (p20)



- Partage de la valeur (p20)
- Charte du télétravail
- Nouvel accord d'intéressement. (2021)
- Mobilité interne (p19)



- Réduction de notre empreinte carbone sur le transport aval de 15% d'ici 2023.



- Depuis 2021 nous sommes inscrits dans une démarche volontaire Fret 21.



- Développement de modes de transport alternatifs train, barge ...
- Fin du jetable en magasin (p44)
- Test de vente de lingerie Upcyclée avec ABRACADABRA (p43)
- Formation RSE (p19)



- Campagne de sensibilisation au dépistage contre le cancer du sein et les violences faites aux femmes pour nos clients.es (p26 et 27) et nos collaborateurs.trices. (p18)
- Collection adaptée post-mastectomie. (p25)
- Labellisation OEKO-TEX (p23)
- Semaine de la QVCT (p19)
- Partenariat avec MRCS (p32)
- Création du collectif Octobre Rose en Nord (p32)



- La traçabilité au cœur de nos préoccupations. (p36)
- Nombre réduit de fournisseurs partenaires. (p36)



- Dialogue social de qualité
- Membre du fond de dotation de l'association Solfa depuis 5 ans.
- Mécénat de compétences (p33)
- Budget RSE (p16)
- Inclusivité (p23,24,25)



- Dialogue social de qualité
- Membre du fond de dotation de l'association Solfa depuis 5 ans.
- Éco-système accélérateur (p10)
- Partenariat avec le CIDFF pour le mécénat de compétences (p33)
- Partenariat avec MRCS (p32)
- Création du collectif Octobre Rose en Nord (p32)



- 100% des collaborateurs formés chaque année. E-learning réalisés en interne.
- Formation RSE (p19)
- Formation aux violences faites aux femmes (p19)
- Promotion interne favorisée. (p19)



- Hausse de la part de matières moins impactantes dans nos collections, en garantissant une traçabilité. (p36 et 40,41)
- Respect des droits de l'homme et de l'éthique dans notre chaîne d'approvisionnement. (p36)
- Acheter uniquement ce que nous sommes capables de vendre pour avoir un taux de résiduel très bas.
- Fin du jetable en magasin (p44)
- Test de vente de lingerie Upcyclée avec ABRACADABRA (p43)



- Membre du fond de dotation de l'association Solfa depuis 5 ans.
- Campagne de sensibilisation sur les numéros d'écoute pour les femmes victimes de violence. (p27)
- Mécénat de compétences (p33)

# NOS ENGAGEMENTS POUR 2023

**Nous** Nous **Elles**  
par ROUGEGORGE



## RÉCOMPENSER L'ENGAGEMENT

Nous souhaitons mettre en avant les collaborateurs.rices qui s'engagent, par la mise en place de Trophées : Les Victoires de l'Engagement.



## POUR 2023, NOUS CONTINUONS NOTRE ENGAGEMENT POUR UNE LINGERIE POUR TOUTES LES FEMMES :

- Nouvelle gamme "Courbes +", pensée techniquement pour les **courbes généreuses** : choix de style et de formes, déclinées jusqu'au 110G.
- Renouvellement de notre **gamme post-opératoire** en Jour et Bain, coconstruite avec des femmes concernées.
- Sortie d'une gamme de **culottes menstruelles**, travail sur la qualité, détails féminins et déclinaison dans différents niveaux d'absorption.



## POURSUIVRE NOTRE ENGAGEMENT

pour les réinsertions des femmes en situation de vulnérabilité en permettant l'accueil en magasin avec un protocole adapté. La Normandie est notre région test et nous ambitionnons de déployer le dispositif à 2 autres régions courant 2023.

## AGISSONS AVEC TRANSPARENCE



### TRAÇABILITÉ

Travailler avec les principaux teinturiers de matières afin de trouver des solutions pour rendre nos teintures moins polluantes.

### TRANSPARENCE

Pays de tricotage, teinture et confection seront indiqués sur tous nos (fiches) produits.



### MATIÈRES

- **90%** de notre collection certifiée OEKO-TEX
- Utilisation de **fibres recyclées** ou à **faible impact\*** sur :
- **50%** de la collection nuit
- **25%** de la collection bain
- **20%** de la collection jour.
- Mesurer/Afficher notre éco-score.



### ÉMISSION

#### DE CO<sub>2</sub>

**-46%** d'émission de CO<sub>2</sub> d'ici **2030**, ce qui nous place dans une trajectoire compatible avec une limitation du réchauffement climatique à 1.5C°.