

# Rapport de responsabilité 2021-22

*ANDY WOLF*

# Contenu

- 4 Intro
- 6 À propos d'Andy Wolf
- 8 Responsabilité chez Andy Wolf
- 10 Rapport de responsabilité 2021-22
- 12 Nos 3 P
- 14 Planète
- 30 Product
- 40 Personnes
- 48 Nos certifications
- 54 Promesse



Andy Wolf est bien plus qu'une simple paire de lunettes.

Andy Wolf est direct, honnête et transparent. Nous disons ce qui est important pour nous ; nous ne faisons pas de promesses que nous ne pouvons pas tenir ; nous parlons haut et fort. Nous agissons de manière durable chaque fois que nous le pouvons. Nous pensons à demain dès aujourd'hui et sommes toujours attentifs – parce que nous nous sentons concernés.



# À propos d'Andy Wolf

Nous ne suivons  
pas les tendances  
– nous les créons.



Andy Wolf Eyewear est une marque de cœur à part entière. Ce qui a commencé modestement en Autriche en 2006, mais avec la grande vision de combiner l'artisanat local et traditionnel de la lunetterie avec un design contemporain et innovant, est aujourd'hui vendu dans le monde entier – et porté et aimé par des stars mondiales.

Pour nous, Heartmade signifie avant tout une chose : l'amour de l'artisanat traditionnel, des gens et de la nature. Chaque paire de lunettes Andy Wolf, qu'il s'agisse de lunettes de soleil ou de montures optiques, est fabriquée à la main dans nos deux usines en Autriche et en France, avec une grande expérience. Les personnes qui se trouvent derrière Andy Wolf (en fait, nous tous !) sont passionnées par la marque.

Et Heartmade est bien plus que cela, Heartmade est la mode. L'Autriche est notre maison, le monde est notre maison. Nous sommes basés dans la petite ville idyllique de Hartberg et pourtant nous rivalisons avec les plus grands noms du monde. Vous pouvez nous reconnaître à notre design expressif et à notre coupe optimale. Nous sommes connus pour notre expérience et notre savoir-faire, pour notre courage et notre personnalité. Nos lunettes surprennent et inspirent – c'est aussi simple que cela.

Nous ne nous qualifions pas de marque durable, mais nous nous efforçons d'être la version la plus responsable de nous-mêmes. Nous ne sommes pas parfaits, mais nous nous engageons à faire de meilleurs choix chaque jour et à minimiser notre impact social et environnemental dans l'ensemble de l'entreprise. Chaque action compte – et c'est ce que nous appelons Heartmade.

# Responsabilité chez Andy Wolf

Chez Andy Wolf, nous voulons être une marque responsable et adopter une approche holistique à cet égard. Qu'il s'agisse de production locale ou de transparence maximale dans la chaîne d'approvisionnement, ce qui compte pour nous, c'est l'impact cumulatif de toutes les décisions que nous prenons chaque jour – petites ou grandes.

Nous mesurons nos impacts afin de mieux comprendre comment nous pouvons les réduire, nous agissons avec prudence tant dans la manière dont nous produisons que dans ce que nous produisons, et nous communiquons honnêtement. Pour nous, c'est la seule façon de provoquer un changement décisif dans notre secteur.

Nous savons que le temps du changement est venu. C'est pourquoi nous nous sommes engagés à réduire nos émissions de dioxyde de carbone de 25 % d'ici à 2025, en fonction de l'empreinte carbone de nos produits.

Nous publions notre rapport de responsabilité pour montrer au public où nous en sommes, quels progrès nous avons déjà accomplis et où nous avons prévu de nouvelles mesures.



# Rapport de responsabilité 2021-22

L'impact d'Andy Wolf est examiné dans les domaines de la planète, des produits et des personnes – nos trois P. Les données quantitatives de ce rapport ont été collectées en 2021 (Product Carbon Footprint – PCF) et en 2022 (Corporate Carbon Footprint – CCF). L'empreinte carbone de l'entreprise est évaluée chaque année et l'empreinte carbone des produits tous les trois ans. Nous avons pris cette décision en toute connaissance de cause. La prochaine évaluation du PCF aura lieu en 2024. Toutes les initiatives signalées ont été mises en œuvre entre la création de l'entreprise et 2022. D'autres conclusions et objectifs ont été formulés et documentés en interne.

Nous nous efforçons de nous améliorer constamment.

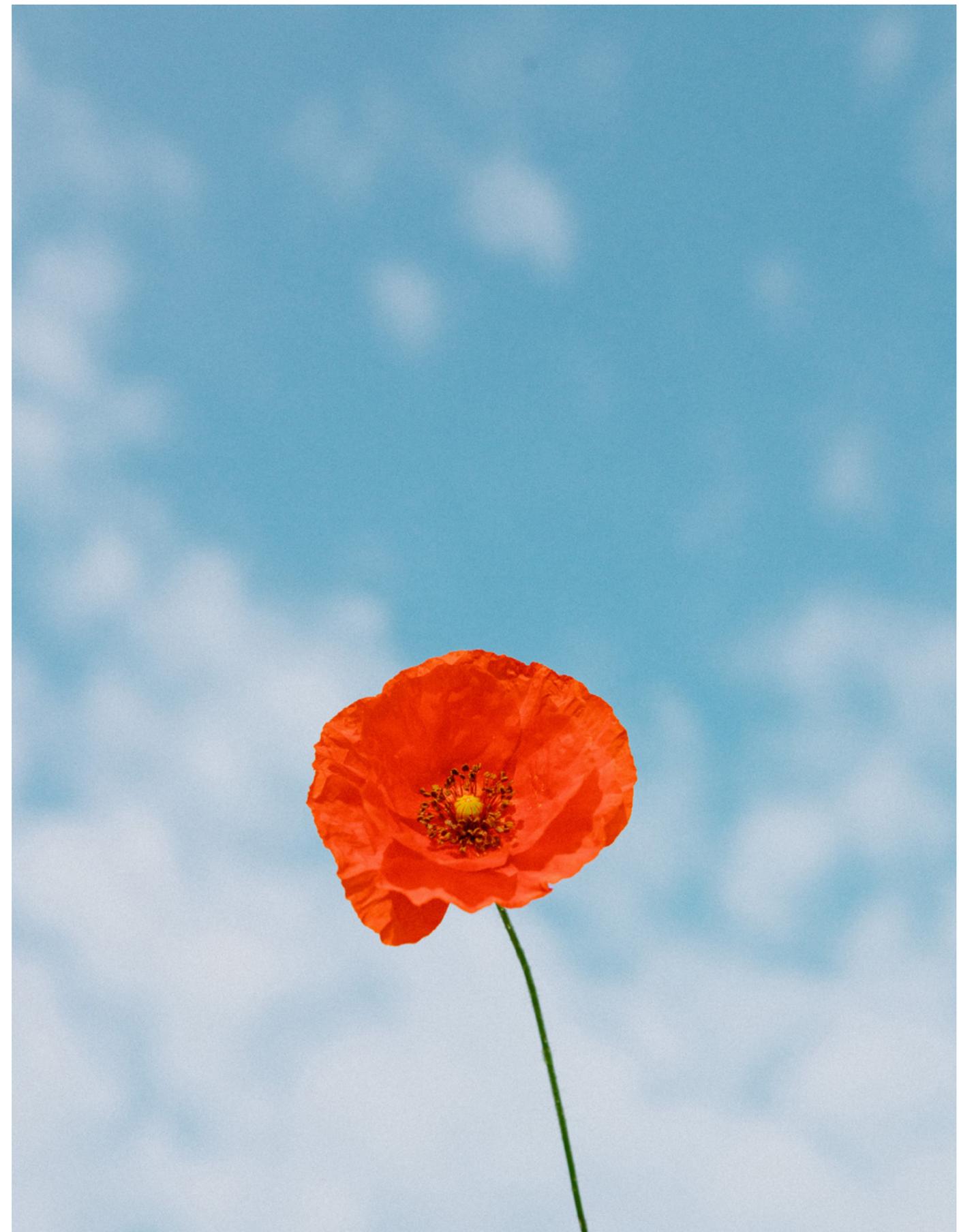


# Rapport de responsabilité 2021-22

L'année dernière, l'impact et les pratiques d'Andy Wolf dans nos trois domaines clés – la planète, les produits et les personnes – ont fait l'objet d'un examen complet pour la première fois. Sur la base de cette évaluation initiale, 35 objectifs ont été formulés en 2021, certains avec des échéances jusqu'en 2023, d'autres jusqu'en 2025, tandis que d'autres encore ont été programmés de manière flexible et placés à l'ordre du jour à long terme. Nous sommes fiers d'avoir déjà atteint 26 de ces objectifs. Les objectifs en suspens ont été intégrés dans le présent rapport, qui fournit un état des lieux complet des 35 objectifs.

C'est dans les domaines où des solutions ou des infrastructures étaient ou sont déjà en place que nous avons obtenu le plus de succès. Lors de la construction de notre siège en 2017/18, nous avons déjà prêté attention aux facteurs qui ont un impact positif sur les émissions de CO2, notamment l'isolation thermique moderne, l'électricité verte et les matériaux naturels. La construction du siège ayant eu lieu il y a un certain temps, nous ne l'incluons pas dans ce rapport.

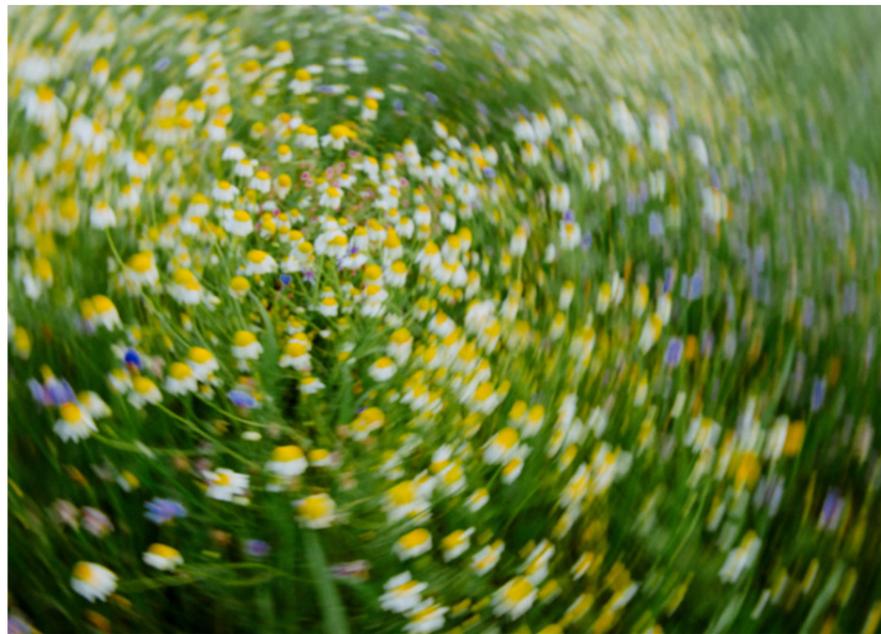
Après un an, nous reconnaissons que de nombreux défis sont dus à des obstacles systémiques qu'aucune marque ne peut surmonter seule. Le travail risque de devenir plus complexe, mais l'impact positif sera d'autant plus grand si nous restons engagés et si nous œuvrons en faveur d'un changement nécessaire – à l'échelle de l'industrie.



# Nos 3 P

## Planète Produit Personnes

De petits  
pas pour notre  
grande planète.



Pour mieux comprendre les priorités des mesures de protection du climat, l'empreinte carbone de notre entreprise a été mesurée et évaluée pour la première fois en 2021. Ces données ont servi de base à l'élaboration d'un plan de décarbonisation complet couvrant le champ d'application 3.

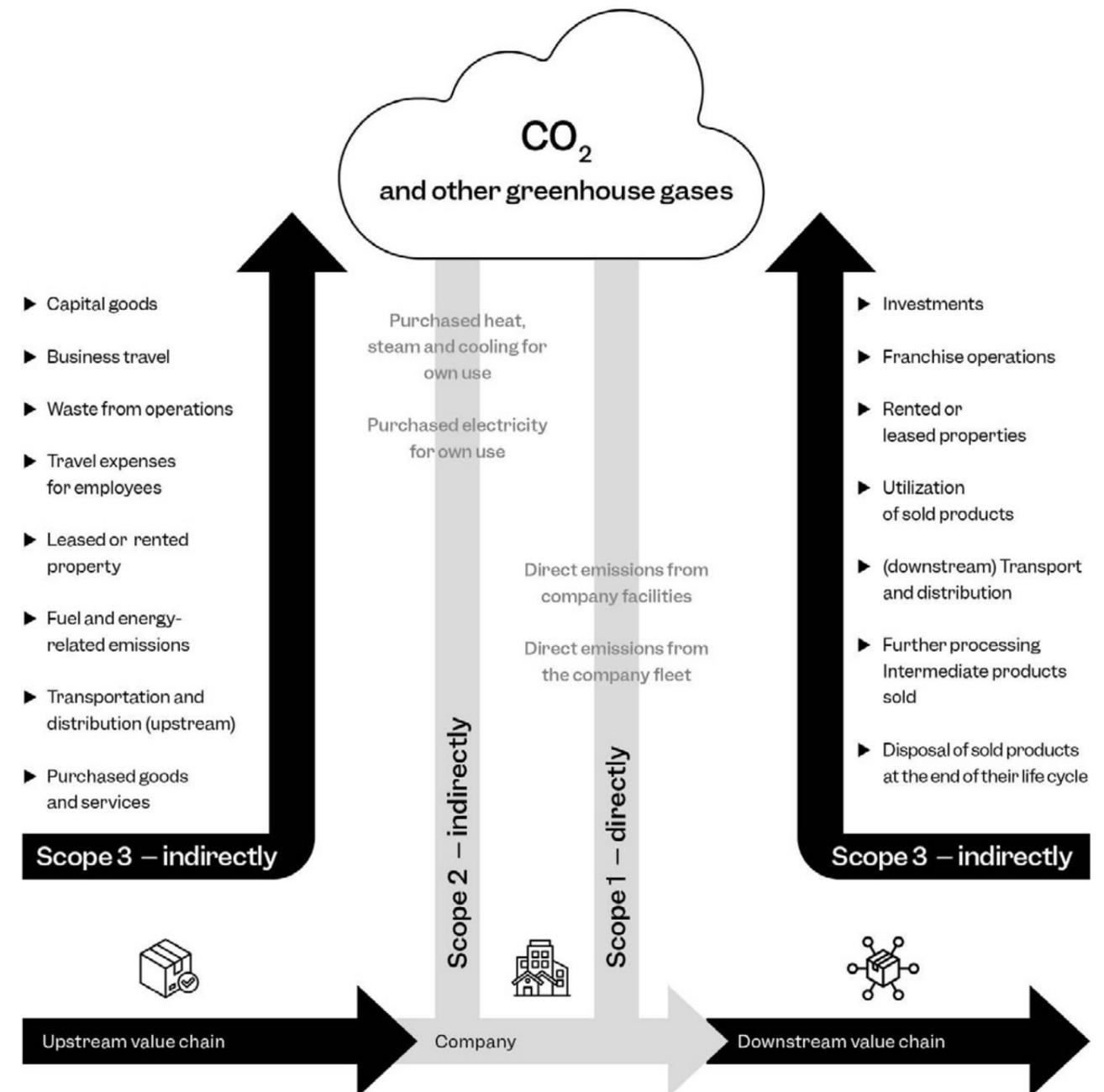
Notre objectif est de décarboniser notre production étape par étape et nous impliquons les deux usines dans ce processus. Nous sommes conscients que cet objectif est très ambitieux – il faudrait un changement à l'échelle de l'industrie pour le réaliser pleinement. Nous essayons de donner le meilleur exemple possible.

# Planète

## Émissions de CO2 CCF 2022

	21/22 Objectifs	Mesures	22/23 Statut
<b>01</b>	Premier calcul de l'empreinte CO2 par Andy Wolf à l'échelle de l'entreprise	Calcul de l'empreinte CO2 de Climate Partner sur la base des données collectées par nous et nos fabricants	Atteint
<b>02</b>	Création d'un plan de décarbonisation à l'échelle de l'entreprise	Formulation de l'objectif sur la base des résultats des deux premiers résultats du CCF	Atteint
<b>03</b>	Rapport sur les progrès réalisés dans le cadre du plan de décarbonisation et des objectifs qu'il contient en 2023	Création de notre premier rapport de responsabilité	Atteint
<b>04</b>	Réduction des émissions du champ d'application 3 par le pourcentage le plus élevé possible d'ici à 2025	Déterminer les principaux émetteurs de CO2 dans le champ d'application 3 et formuler des objectifs d'économie, y compris la mise en œuvre	Dans la planification
<b>05</b>	Nouveau calcul et correction du bilan CO2 du CCF d'Andy Wolf d'Andy Wolf pour 2023	Collecte de données et calculs par Climate Partner en 2024	Dans la planification

Nous vivons une crise climatique et l'industrie de la mode a un rôle clé à jouer – selon le Parlement européen, elle est responsable d'environ 10 % des émissions mondiales de carbone. Réduire ces émissions est un défi incroyable, mais nous reconnaissons notre responsabilité de décarboniser nos opérations et notre chaîne d'approvisionnement autant que possible tout en soutenant la croissance de notre entreprise.



# Planète

## Émissions de CO2 CCF 2022

<b>Scope 1</b>	<b>Émissions de Scope 1</b> > Émissions directes Flotte de l'entreprise	<b>12.5%</b> 12.5%
<b>Scope 2</b>	<b>Émissions de Scope 2</b> > Achat de chaleur, de vapeur, de froid pour usage propre > Achat d'électricité pour usage propre	<b>0.0%</b> 0.0% 0.0%
<b>Scope 3</b>	<b>Émissions de Scope 3</b> > Voyages d'affaires --> Vols > Instructions pour les employés --> Instructions pour les employés --> Bureau à domicile > Émissions liées aux carburants et à l'énergie --> Chaîne amont de la flotte --> Chaîne de chaleur en amont --> Chaîne de l'électricité en amont > Déchets de l'entreprise --> Déchets opérationnels --> Transport pour l'élimination des déchets > Biens et services achetés --> L'eau	<b>87.5%</b> 63.5% 63.5% 20.6% 20.4% 0.2% 3.4% 2.9% 0.3% 0.2% 0.0% 0.0% 0.0% 0.0% 0.0%
<b>Total</b>		<b>100.0%</b>

Le premier bilan carbone de l'entreprise Andy Wolf a été créé en 2021 pendant la pandémie du virus corona. Les déplacements ont été limités pendant cette période. Le deuxième bilan carbone de l'entreprise Andy Wolf a été créé en 2022 (comme indiqué ci-dessus). Il était possible de voyager davantage pendant cette période, même si ce n'était pas comparable à la période précédant la pandémie.

# Répartition des

## émissions de CO2 CCF 2022

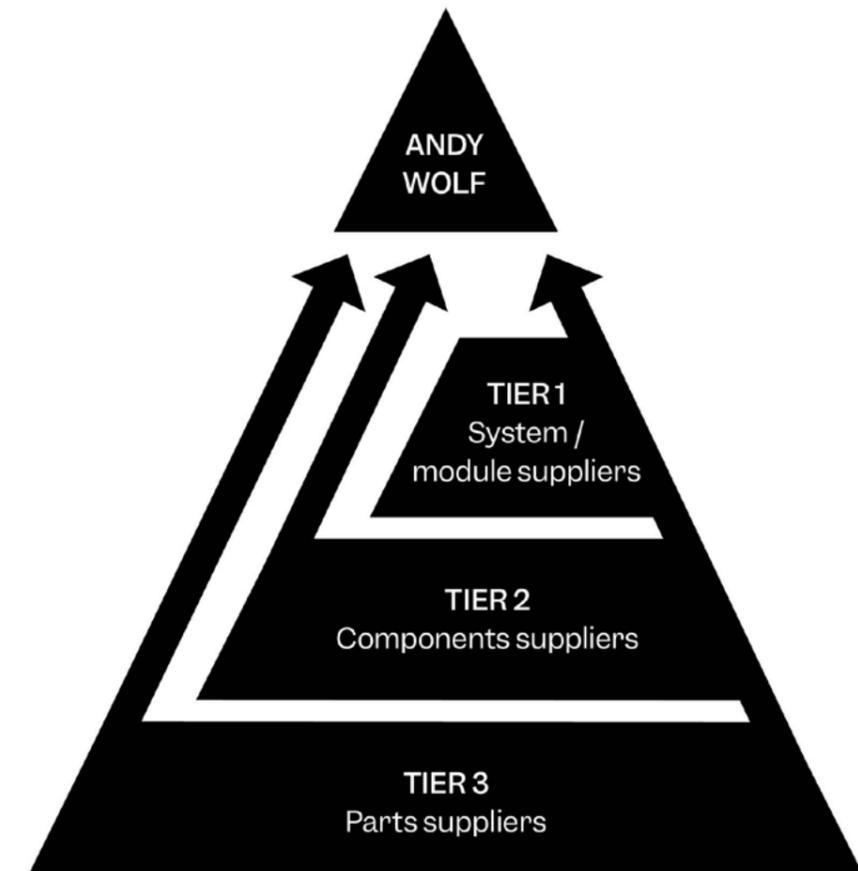
Ich hätte Scope 1 nicht übersetzt - habe es deswegen immer händisch eingefügt, soweit ich es „gefunden“ habe :)

<b>63.5%</b>	<b>des émissions de CO2 du CCF sont causées par Scope 3 voyages d'affaires.</b> Il s'agit des émissions causées notamment par les vols. Dans la recherche des moyens de réduire les émissions, les voyages d'affaires, en particulier les vols, sont le domaine dans lequel il faut agir en priorité. Ils constituent donc l'un des fondements du plan de décarbonisation d'Andy Wolf.
<b>20.6%</b>	<b>des émissions de CO2 sont calculées à partir des déplacements des employés en Scope 3.</b> Le siège d'Andy Wolf est situé dans une zone rurale, avec peu ou pas d'accès aux transports publics locaux. Par conséquent, les employés sont tributaires des transports privés pour se rendre au travail. Depuis 2021, la tendance est au covoiturage. Comme de nombreux employés sont très dispersés dans les villes environnantes, cela n'est possible que dans une mesure très limitée. Toutefois, au bureau de Berlin, nous avons opté pour l'utilisation à 100 % des transports publics et du vélo.
<b>12.5%</b>	<b>des émissions de CO2 en Scope 1 sont dues aux émissions directes des parcs de véhicules de l'entreprise.</b> Les émissions de Scope 1 sont des émissions directes causées par la consommation de carburant des véhicules. Andy Wolf étant une sous-entreprise avec des représentants commerciaux, la réduction complète de la flotte de véhicules ou le passage à l'e-mobilité constitue un défi majeur. <b>L'entreprise pourrait convertir 22 % de sa flotte en véhicules électriques d'ici 2022 et prévoit d'étendre la mobilité électrique à 50 % en 2023 et 60 % en 2024.</b> Il est également prévu de réduire la puissance (hp) des moteurs à combustion restants afin de réduire les émissions dans ce domaine également.
<b>0.0%</b>	<b>des émissions de CO2 proviennent de Scope 2.</b> Scope 2 sont des émissions indirectes causées par l'électricité achetée et l'énergie utilisée pour refroidir ou chauffer les bâtiments. Andy Wolf utilise 100 % d'électricité verte, c'est-à-dire 100 % d'énergie renouvelable. L'hydroélectricité et l'énergie éolienne constituent la majorité des sources d'énergie. Le chauffage du siège est assuré par le chauffage urbain, qui est généré à partir de biogaz et de copeaux de bois produits localement. La prairie de fleurs sauvages d'Andy Wolf est également alimentée par le réseau. Le bureau de Berlin est actuellement chauffé au gaz naturel pour des raisons de construction. Les besoins en chaleur en kWh sont marginaux et n'ont donc pas d'influence sur le plan de décarbonisation.

# Planète

## Émissions de CO2 PCF 2021

	21/22 Objectifs	Mesures	22/23 Statut
<b>06</b>	Premier calcul de l'empreinte CO2 par Andy Wolf sur la base des produits	Calcul de l'empreinte CO2 par Climate Partner sur la base des données fournies par nous et par notre entreprise. fournies par nous et nos fabricants	Atteint
<b>07</b>	Création d'un plan de décarbonisation plan de décarbonisation par produit	Formulation d'objectifs sur la base des résultats du premier résultat du PCF	Atteint
<b>08</b>	Conversion à la neutralité pour 80 % de nos livraisons jusqu'en livraisons jusqu'en 2023	Conversion du fournisseur de services de transport et coordination étroite qui s'ensuit	Dans la mise en œuvre
<b>09</b>	Recalcul et correction du bilan CO2 du PCF d'Andy Wolf pour 2024	Collecte de données et calcul du partenaire climatique en 2025	Dans la planification



La traçabilité est complexe. L'industrie de la mode et de la lunetterie ne rend guère compte de la transparence, en partie à cause de l'opacité des chaînes d'approvisionnement. Nous avons réalisé qu'il nous fallait une compréhension claire de nos chaînes d'approvisionnement si nous voulions parvenir à un changement significatif dans ce domaine également. Depuis notre création en 2006, nous nous appuyons fermement sur notre usine d'acétate en Autriche. À l'occasion de notre 10e anniversaire, nous avons acquis une autre usine de fabrication de montures métalliques en France. Nous sommes en contact étroit avec nos fournisseurs de niveau 1 et nos fournisseurs de niveau 2 bien connus et nous leur rendons régulièrement visite. Nous sommes fiers de ces relations, mais nous sommes également conscients que – du moins à l'heure actuelle – nous ne disposons pas ou ne pouvons pas fournir des informations complètes sur tous les fournisseurs de niveau 2 et de niveau 3. Une chose est sûre : le suivi de notre chaîne d'approvisionnement ne nous rend pas plus ou moins durables, mais il s'agit d'une étape importante dans l'identification de nos impacts les plus importants et de la manière dont nous pouvons les atténuer.

# Planète

## Émissions de CO2 PCF 2021

<b>Acétate</b>	<b>Approvisionnement en matériaux et prétraitement</b>	<b>70.5%</b>
	> Matières premières	66.9%
	> Logistique interne	2.0%
	> Emballage	1.6%
	<b>Production</b>	<b>17.1%</b>
	> Chaleur	13.5%
	> L'électricité	3.6%
	<b>Distribution et stockage</b>	<b>1.1%</b>
	> Logistique sortante	1.1%
	<b>Élimination des déchets</b>	<b>3.7%</b>
> Élimination des déchets	3.7%	
<b>Processus non attribuables</b>	<b>7.5%</b>	
> Problèmes courants	7.5%	

<b>Métal</b>	<b>Approvisionnement en matériaux et prétraitement</b>	<b>70.2%</b>
	> Matières premières	63.1%
	> Logistique interne	5.7%
	> Emballage	1.4%
	<b>Production</b>	<b>17.1%</b>
	> Chaleur	14.7%
	> L'électricité	2.4%
	<b>Distribution et stockage</b>	<b>1.2%</b>
	> Logistique sortante	1.2%
	<b>Élimination des déchets</b>	<b>4.0%</b>
> Élimination des déchets	4.0%	
<b>Processus non attribuables</b>	<b>7.5%</b>	
> Problèmes courants	7.5%	

<b>Total</b>	<b>Acétate ou métal</b>	<b>100.0%</b>
--------------	-------------------------	---------------

# Répartition des

## émissions de CO2 PCF 2021

**66.9% ou 63.1%**

Le calcul des émissions de CO2 de nos produits montre que les matières premières représentent la plus grande part de l'empreinte. Nos matériaux et nos matières premières jouent donc un rôle crucial dans notre plan de décarbonisation. Le facteur le plus important a été la qualification et la mise en œuvre ultérieure d'Acetate Renew pour tous les produits utilisant de l'acétate. Ce matériau se caractérise par des émissions de carbone réduites tout en conservant les mêmes propriétés. Pour en savoir plus sur Acetate Renew, voir page 35.

Outre la réalisation de cet objectif, Andy Wolf continuera à rechercher innovations en matière de matériaux et de technologies qui émettent moins de CO2 et/ou réduisent davantage la charge sur l'environnement.

**17.1%**

La chaleur et l'électricité pendant la production occupent la deuxième place dans l'empreinte. Le poids des produits Andy Wolf ne pouvant être réduit, nous concentrons notre plan de décarbonisation sur l'utilisation d'énergies renouvelables dans la production et sur la production de matériaux à faible teneur en carbone.

Afin de réduire la consommation d'énergie dans la production, nous avons inclus nos installations de production, car elles ont le contrôle de l'énergie qu'elles utilisent. Des systèmes solaires/photovoltaïques ont été installés sur le toit de l'usine de Hartberg en 2015 (100kWh) et 2016 (30kWh), ce qui a eu un impact majeur. L'usine s'approvisionne également en électricité verte pour tous ses autres besoins en électricité. Pour 2023/24, il existe déjà un plan d'expansion complet pour le système photovoltaïque ainsi qu'une amélioration de l'isolation par le biais d'une isolation extensive des façades.

L'usine française prévoit également des mesures de remodelage de grande envergure pour 2024/25 qui non seulement amélioreront l'environnement de travail, mais contribueront aussi directement à la réduction des émissions. Entre autres, la production sera équipée d'une isolation de façade ultra-moderne, un système solaire sur le toit de l'usine contribuera à la production d'électricité et un système de récupération de la chaleur sera installé. De nombreux petits détails complètent les efforts de décarbonisation. Par exemple, l'eau de pluie sera collectée et utilisée pour rincer les toilettes et refroidir les machines. Notre prochain rapport abordera ce sujet plus en détail.



# Répartition des émissions de CO2 PCF 2021

Log. interne

2.0% Acétate

5.7% Métal

Log. sortante

1.1% Acétate

1.2% Métal

**Petit mais puissant – le transport.** Andy Wolf est parti de l'idée de produire localement. Ce qui était une idée ridicule en 2006 est un énorme avantage en 2023. Notre usine locale d'acétate n'est qu'à 1 km du siège. Cela nous permet de bénéficier d'itinéraires de transport très courts. L'usine de métaux se trouve à 1 000 kilomètres, ce qui n'est pas comparable aux distances vers l'Asie, par exemple.

80 % de notre logistique entrante et sortante sera convertie en itinéraire neutre respectueux du climat. Nous prévoyons également un changement d'emballage pour 2024 qui réduira considérablement l'espace vide dans l'emballage. Cela permettra de réduire les volumes et, par conséquent, les émissions.

Certaines de ces options peuvent être mises en œuvre immédiatement, d'autres dépendent des services des partenaires logistiques.

**Le meilleur scénario est celui de l'économie circulaire.** Nous étudions en permanence les moyens d'intégrer davantage de circularité dans nos processus opérationnels. Une partie essentielle, mais non mesurable, de notre philosophie d'entreprise est une initiative d'économie circulaire que nous avons lancée en 2022 avec notre ligne durable AWearness (plus d'informations à la page 39).

Nous mesurons le meilleur produit en fonction des critères suivants : Haute qualité, fonctionnalité, durabilité, réparabilité. Tous les produits Andy Wolf sont conçus pour une utilisation à long terme, ils sont des compagnons fidèles pendant de nombreuses années. Ils peuvent être réparés et remis à neuf par l'opticien et par Andy Wolf en tant que service. C'est l'une des caractéristiques de la haute qualité de l'entreprise. Entre autres, l'opticien reçoit régulièrement des instructions sur l'entretien et la réparation.

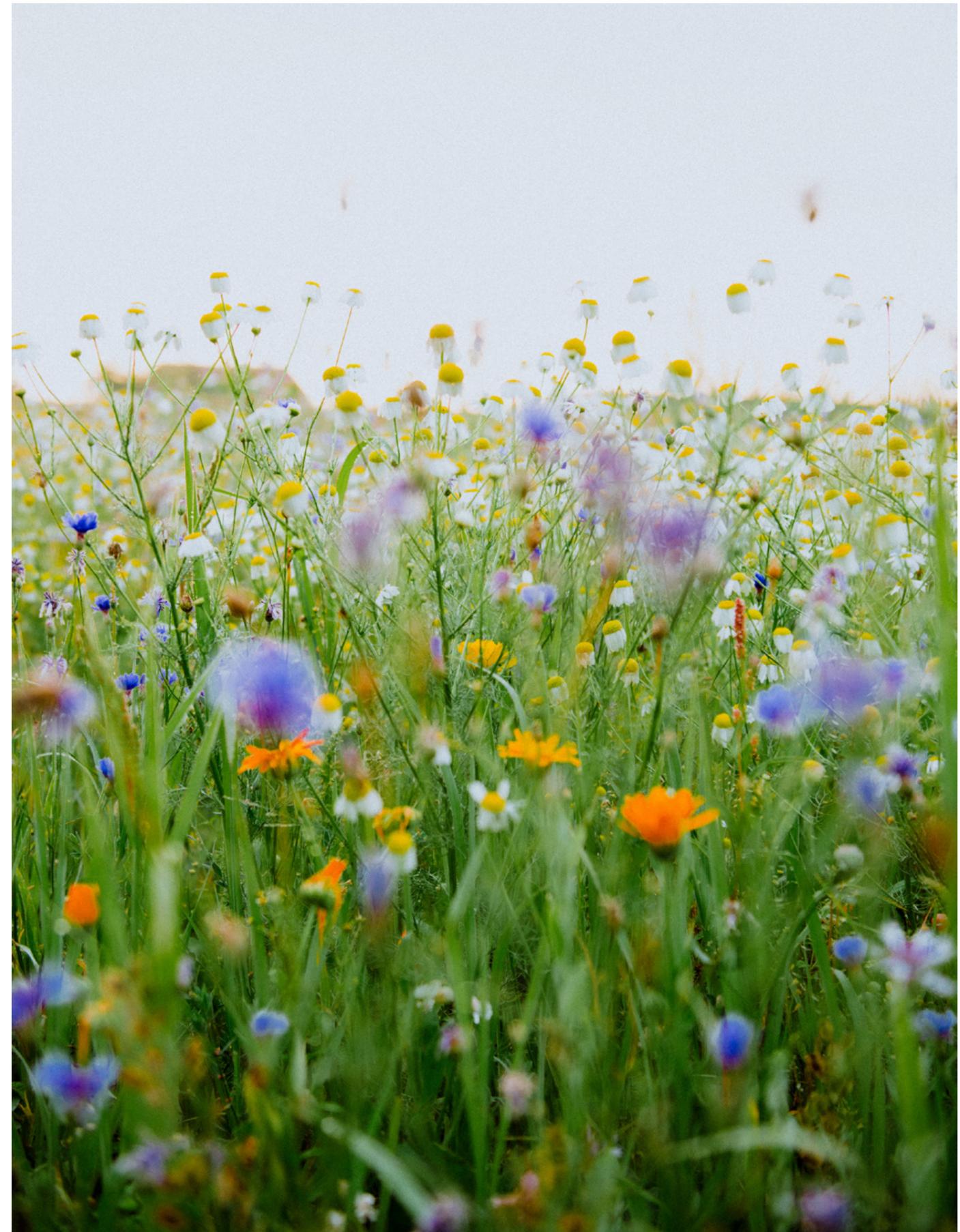
Il n'est pas encore possible de mesurer avec précision les avantages, en termes d'émissions, de l'allongement du cycle de vie des produits Andy Wolf ou de la conservation des matériaux utilisés dans ce cycle. Toutefois, l'importance de ce concept en tant qu'étape vers la décarbonisation est reconnue, et c'est pourquoi il fait partie du plan de décarbonisation global.

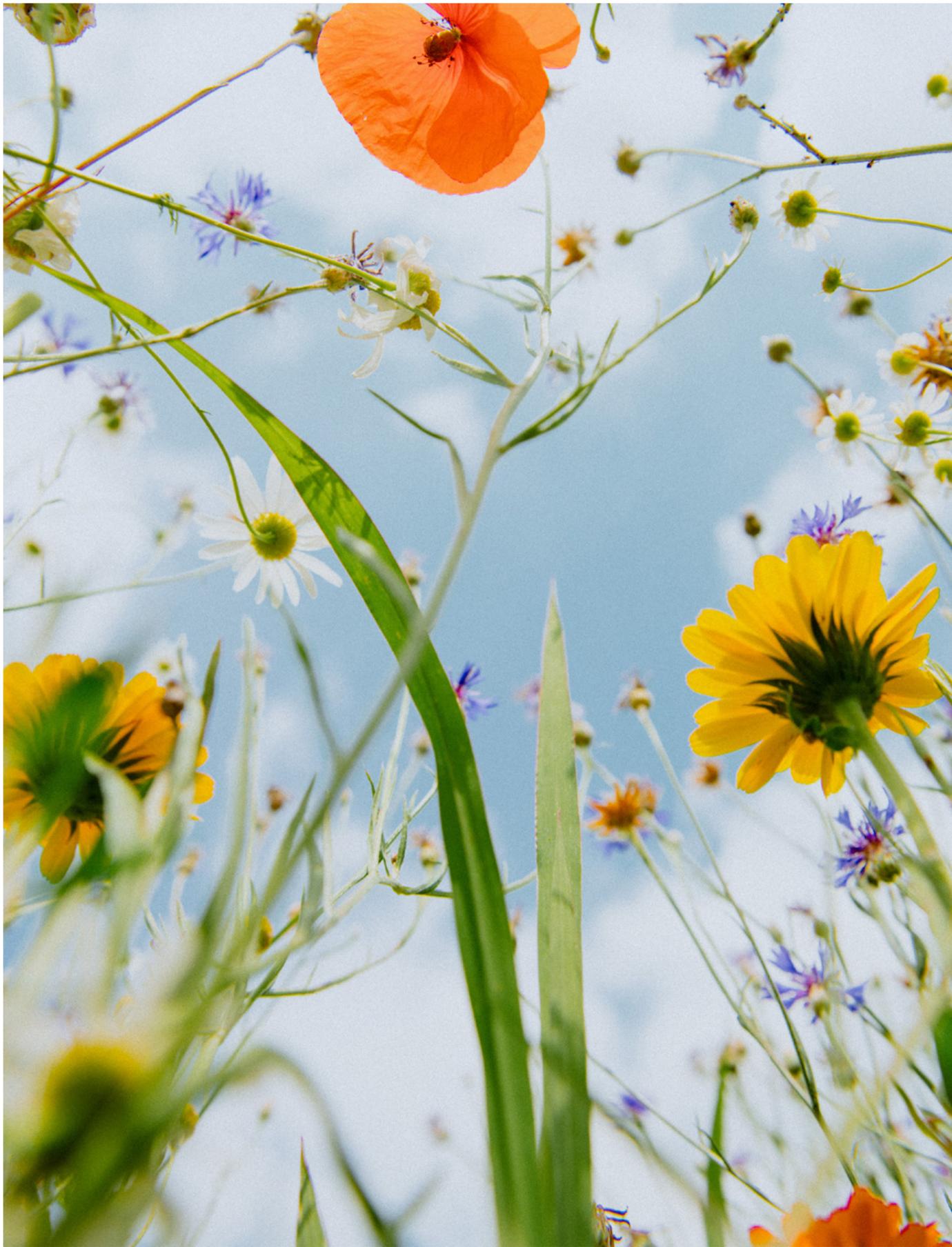
# Planète

## Prairie fleurie

	21/22 Objectifs	Mesures	22/23 Statut
<b>10</b>	Création de prairies pour la revitalisation de l'écosystème local	La location ou le crédit-bail de surfaces voisines ainsi que de surfaces adéquates pour les employés dans les environs	Atteint
<b>11</b>	Ensemencement des zones avec des graines indigènes pour la biodiversité	Avec le soutien de l'entreprise horticole à but non lucratif SöDiB, les zones ont été soigneusement préparées etensemencées d'un mélange de fleurs indigènes	Atteint
<b>12</b>	Remise en culture et entretien de la prairie de fleurs sauvages de 100 000 m <sup>2</sup>	Depuis 2022, la campagne à long terme d'Andy Wolf <i>Grow With Us</i> – entretien de 1 m <sup>2</sup> de prairie pour chaque paire de lunettes Andy Wolf vendue. Des certificats sont envoyés aux clients qui certifient « leurs » mètres carrés	En cours
<b>13</b>	Sensibiliser nos clients	Campagne de distribution de sachets de graines de fleurs et communication sur tous les thèmes environnementaux importants tels que la Journée mondiale de la Terre, la Journée mondiale de l'abeille, etc.	Atteint et en cours
<b>14</b>	Miel de notre propre production	Entretien des 4 ruches d'Andy Wolf par un apiculteur local	Atteint et en cours

Nous avons demandé à une pépinière locale (SöDiB) de semer les prairies fleuries, qui a travaillé exclusivement avec des fleurs et des graminées indigènes. Les différentes zones ont étéensemencées avec différents mélanges de graines – pour une structure de conception et une diversité de couleurs qui forment un habitat naturel pour la flore et la faune.





# Résultats Prairie fleurie

---

**La prairie de fleurs sauvages Andy Wolf – un projet qui nous tient à cœur !** Nous sommes convaincus de l'importance de la transparence. Notre engagement en faveur de la protection des écosystèmes locaux et de la préservation de la biodiversité est d'une grande importance. En entretenant et en remettant en culture des habitats, nous créons des refuges importants pour les insectes, les oiseaux et d'autres animaux indigènes. Avec une superficie totale d'environ 100 000 m<sup>2</sup> de prairies de fleurs sauvages, nous soutenons activement la préservation de la biodiversité. Les zones sont situées en Autriche sur des propriétés adjacentes au siège social, à l'usine et sur les terrains des employés. Outre l'impact de ce projet sur l'empreinte carbone de notre entreprise, la prairie de fleurs sauvages est clairement un projet qui nous tient à cœur.

---

**Laisser la nature être la nature.** Afin de donner à la nature la possibilité de se rétablir et de former un écosystème sain, nous intervenons le moins possible dans le processus, tout en prenant soin de l'environnement, de la biodiversité et de la santé du sol. Les résidus de la fauche semestrielle sont soit utilisés par l'usine de biogaz locale, qui fournit notre électricité, soit mis à la disposition d'un agriculteur de la région pour l'alimentation de son bétail. Nous garantissons ainsi un cycle écologique et économique.

---

**Campagne continue *Grow With Us* depuis 2022.** Sous la devise *Grow with Us*, pour chaque cadre ANDY WOLF vendu, un mètre carré de prairie de fleurs sauvages est remis en culture et entretenu en Autriche. Nous n'utilisons que des semences régionales contenant des fleurs sauvages indigènes qui poussent bien dans le climat local. Nous transmettons également ce mélange de graines à nos clients afin qu'ils puissent semer leur propre prairie de fleurs Andy Wolf – pour une sensibilisation encore plus grande à l'environnement.

---

**Nous hébergeons quatre colonies d'abeilles et récoltons notre propre miel Andy Wolf.** Grâce à nos propres ruches, qui abritent environ 200 000 abeilles en été, tous les employés du siège peuvent observer ces insectes fascinants tous les jours. Les espaces verts accueillants pour les abeilles fournissent une nourriture spéciale à nos colonies d'abeilles, qu'elles peuvent nourrir grâce à des trajectoires de vol très courtes. Les 12 kg de miel produits chaque année par l'entreprise sont récoltés par un apiculteur local et envoyés aux clients d'Andy Wolf, ce qui renforce notre campagne.

# Nos 3 P

## Planète Produit Personnes

Repenser  
les produits et,  
parfois, repenser  
complètement les choses.



La durabilité d'un produit n'est pas uniquement déterminée par ses matériaux, mais ceux-ci jouent un rôle important dans son impact environnemental, notamment en ce qui concerne la consommation d'eau, la pollution et les émissions de gaz à effet de serre. Nous nous efforçons d'utiliser des matériaux naturels et réutilisables de la plus haute qualité. Nous attachons une importance particulière à la durabilité de nos produits, tout en tenant compte des aspects écologiques et sociaux dans nos achats.

# Produit Matériau

	21/22 Objectifs	Mesures	22/23 Statut
<b>15</b>	Certification ISCC Plus pour l'autorisation d'utilisation d'Acetate Renew	Certification ISCC Plus pour la marque Andy Wolf et la production d'acétate en Autriche	Atteint
<b>16</b>	Conversion progressive de l'acétate en acétate Renew, en tenant compte du stock d'acétate existant	Commander de nouveaux acétates et commandes répétées d'acétates acétates en Renew uniquement	Atteint et en cours
<b>17</b>	Réévaluation annuelle de tous les matériaux et normes préférés en fonction des dernières innovations et données afin de s'assurer que nous continuons à travailler avec les matériaux les plus responsables qui soient	Nous sommes en dialogue constant avec nos fournisseurs et sommes pionniers dans l'utilisation de matériaux durables. Nous fabriquons nos lunettes de manière traditionnelle, ce qui doit être pris en compte lors de votre choix	En cours

Nous ne nous décrivons pas comme une marque durable – la mise au monde de nouveaux produits est fondamentalement en contradiction avec la définition de la durabilité, il serait donc erroné de le prétendre. Mais nous nous efforçons d'être plus responsables et sommes toujours à la recherche d'alternatives plus durables pour nos produits, nos emballages et nos processus, que nous examinons minutieusement.





# Résultats Matériel

## oder Matériau ?

**Acetate Renew redéfinit les normes de l'industrie de la lunetterie.** L'acétate, matériau respectueux de l'environnement, est une innovation pionnière d'Eastman. Il est fabriqué à partir de déchets plastiques recyclés, dont 40 % sont contenus dans le produit final, et se caractérise par une réduction significative des émissions de gaz à effet de serre lors de sa production. Andy Wolf est fier d'avoir obtenu la certification ISCC Plus pour Acetate Renew, ce qui constitue une étape importante vers une fabrication de lunettes durable et responsable. Les premiers produits fabriqués à partir d'Acetate Renew seront lancés en 2022. Dans le détail, nous nous sommes fixé les objectifs suivants :

	Objectif	22/23 Statut
<b>2021</b>	ISCC Plus Certification	Atteint
<b>2022</b>	25% Renew en collection	40% Renew en collection
<b>2023</b>	50% Renew en collection	TBA
<b>2024</b>	75% Renew en collection	TBA

Il était important pour nous de démanteler d'abord notre ancien stock afin d'éviter les déchets inutiles. Nous avons donc opté pour une transition en douceur. Nous avons délibérément évité l'étiquetage, car les deux matériaux – Standard Acetate et Acetate Renew – se comportent à 100 % de la même manière dans toutes leurs propriétés.

**La responsabilité ne s'arrête pas non plus à nos lunettes en métal.** Nos lunettes en métal portent le label Origine France Garantie, qui garantit qu'elles sont entièrement produites en France. Les métaux que nous utilisons – monel, maillechort et bronze – contiennent toujours un contenu recyclé, même si celui-ci est variable. Nos plaquettes de nez sont fabriquées à partir du matériau recyclable MEM, synonyme de qualité et de durabilité. Tous les matériaux et pièces, y compris les vis et les charnières, proviennent d'Europe. Dans notre chaîne d'approvisionnement, nous ne travaillons qu'avec des partenaires qui partagent nos valeurs de responsabilité, de transparence et de durabilité.

Eastman est une entreprise chimique américaine spécialisée dans la fourniture de plastiques spéciaux à l'échelle mondiale. En 2019, Eastman est devenue la première entreprise à se lancer dans le recyclage moléculaire d'une large gamme de déchets plastiques à l'échelle commerciale afin de prévenir la pollution et la mise en décharge.

# Produit Emballage

	21/22 Objectifs	Mesures	22/23 Statut
18	Trouver une alternative aux polybags conventionnels et les housses de protection	Recherche et essais de matériaux alternatifs	Dans la mise en oeuvre
19	Remplacer les boîtes d'expédition classiques par des alternatives plus durables	Recherche de matériaux et de manipulations alternatifs, recherche de producteurs locaux	Atteint et en cours
20	Apposer des avis de recyclage sur tous les emballages	Refonte de tous les emballages jetables avec des instructions pour un recyclage actif	Atteint et en cours
21	Développer une alternative durable à l'étui classique Andy Wolf	Recherche de matériaux et de manipulations avec conception ultérieure	Dans la mise en oeuvre

Nous essayons de prendre des mesures petites mais efficaces dans tous les domaines – fidèles à la devise Réutiliser – Réduire – Recycler. Un exemple de réutilisation est celui de nos bannières en microfibre. Dès qu'elles ne sont plus utilisées pour l'habillage des vitrines, nous les découpons pour en faire des chiffons de nettoyage extra-larges. Ils peuvent ainsi être réutilisés pendant de nombreuses années.

# Résultats Emballage

**Ceux qui fabriquent des produits peuvent obtenir de nombreux résultats.** Nos lunettes sont de haute qualité et donc délibérément durables. Nous voulons que les gens en profitent pendant de nombreuses années et qu'ils puissent même les transmettre – ce serait notre rêve. Les lunettes sont accompagnées de nombreux sous-produits, tels que les boîtes de protection et de transport des lunettes, les matériaux d'emballage et les lentilles de support de moulage. Nous suivons de près l'évolution du marché afin de trouver des solutions alternatives pour tous nos produits.

**Notre matériel d'expédition est en train d'être modernisé de fond en comble.** Nous avons commencé en 2021 avec la plus petite boîte et nous avons progressivement révisé toutes les tailles depuis lors. L'objectif est de convertir toutes les boîtes d'ici à 2024, date à laquelle les boîtes d'expédition seront auto-obturantes et ne nécessiteront plus de ruban adhésif supplémentaire. Les boîtes seront également fabriquées localement en Allemagne à partir de carton recyclé certifié FCS. Des informations sur le recyclage figurent sur chaque boîte retravaillée, et les encres d'impression sont à 100 % à base d'eau. L'utilisation de matériaux recyclés permet de préserver les ressources et de réduire la quantité de déchets qui finissent dans les décharges. En outre, les boîtes d'expédition sont disponibles dans des tailles personnalisées, de sorte que l'espace vide dans les colis qui doit être rempli de papier recyclé a été (et est toujours) réduit au minimum.

**L'aluminium de l'étui est notre plus grand coupable.** En calculant notre première empreinte CO2 au niveau des produits, nous avons découvert que l'un de nos plus gros émetteurs de CO2 était l'aluminium de nos étuis. Sur cette base, nous nous sommes fixé pour objectif de trouver une alternative durable et de la lancer sur le marché. Nous sommes actuellement dans la phase de mise en oeuvre et espérons pouvoir publier la caisse finie dans le prochain rapport de responsabilité. Il en va de même pour les polybags conventionnels et les protège-temple, qui sont fabriqués à partir de polyuréthane non respectueux de l'environnement, mais qui sont essentiels pour protéger les lunettes. Nous sommes actuellement à la recherche d'alternatives.

# Produit Collection et POS

	21/22 Objectifs	Mesures	22/23 Statut
<b>22</b>	Concevoir et mettre en œuvre une ligne (plus) durable de verres	Repenser les verres et leur environnement – hors des sentiers battus	Atteint
<b>23</b>	Une solution durable pour les boîtes POS	Combiner le design et la production locale	Atteint
<b>24</b>	Développer un nouveau système d'affichage qui présente notre marque d'une manière (plus) durable	Recherche avec des partenaires locaux pour trouver et mettre en œuvre de nouvelles idées	Dans la mise en œuvre
<b>25</b>	Intégration consciente des panneaux d'acétate existants pour une utilisation durable des ressources	Trouver des idées pour l'acétate en stock qui n'est plus utilisé pour les cadres et les incorporer dans les collections	Atteint et en cours

# Résultats Collection & POS

**Chaque détail de notre collection anniversaire AWearness** reflète notre désir de faire un pas vers un mode de vie plus durable.

Les cadres sont fabriqués à partir de bio-acétate de haute qualité, que nous stockons à l'état naturel pendant plusieurs semaines avant de les traiter, afin de garantir leur stabilité dimensionnelle. Nous avons délibérément évité les raccords fixes afin de pouvoir remplacer chaque pièce individuellement et démonter - et recycler - les montures en matériaux d'origine unique après utilisation. Chaque monture AWearness est livrée avec une pince solaire assortie, afin que la monture puisse être portée autant que possible. L'emballage est également durable : l'étui est fabriqué en Italie à partir de cuir recyclé avec une colle à base d'eau et l'emballage est fabriqué en Allemagne à partir de carton certifié FSC. Avec AWearness, nous avons réuni tout ce que nous attendons d'une collection durable, ni plus ni moins.

**Les boîtes POS vont plus loin.** Quand un produit est-il durable ? Nous répondons spontanément à cette question : lorsqu'il est fabriqué dans le respect de l'environnement et des ressources, et lorsqu'il peut être utilisé de la manière la plus variée possible. L'emballage de nos lunettes AWearness sert également de boîte de base pour nos clip-ons et nos boîtes d'essai. Grâce à l'intérieur interchangeable, les boîtes peuvent être transformées en un rien de temps.

**La réduction des stocks en tant que projet permanent.** L'acétate usagé, qui n'est plus adapté aux montures de lunettes en raison de sa faible quantité, retrouve une nouvelle vie dans une variété de produits Andy Wolf : bijoux, présentoirs ou porte-clés. Chaque pièce rappelle que les matériaux sont trop précieux pour être simplement jetés. En 2022, Andy Wolf a transformé 70 kg de feuilles d'acétate devenues inutiles et de restes de production en pendentifs pour clés et chaînes et en présentoirs.



# Nos 3 P

## Planète Produit Personnes



Pour Andy Wolf, ce ne sont pas les lunettes qui sont au centre de l'attention, mais la personne.

Toutes les personnes ont le droit d'être traitées de manière juste et équitable. Nous voulons nous assurer que notre définition de la durabilité ne concerne pas seulement la planète ou notre produit, mais aussi – et surtout – les personnes. Nous pensons que c'est la seule façon d'apporter un changement significatif.

Pour chaque employé d'Andy Wolf, nous voulons offrir un lieu de travail caractérisé par l'honnêteté, l'intégrité et l'ouverture. Les droits de l'homme et les intérêts de la communauté, y compris des employés, doivent être respectés et soutenus. Nous appliquons également ces valeurs à notre chaîne d'approvisionnement et à toutes les personnes et communautés que nous essayons d'aider par le biais de nos activités caritatives.

# Personnes Employés

	21/22 Objectifs	Mesures	22/23 Statut
26	Le quota de femmes et l'étendre	Processus de recrutement ouvert basé uniquement sur les qualifications respectives	Atteint et en cours
27	Obtenir la qualification de formateur en entreprise	Formation spécialisée pour les employés internes qui se qualifient en tant que formateurs après avoir suivi avec succès les cours suivants	Atteint
28	Soutenir et renforcer le régime de retraite de tous les salariés	Des examens médicaux préventifs gratuits et un programme de vaccination en entreprise sont lancés	Atteint
29	Contribution au maintien de la santé santé des salariés	Fournir gratuitement des fruits et légumes régionaux chaque semaine	Atteint

# Résultats Employés

**Nos employés nous tiennent à cœur.** Chez Andy Wolf, nous sommes particulièrement fiers de notre proportion de femmes. Lors de la création de l'entreprise en 2006, la proportion de femmes dans notre équipe était d'environ 40 %. Aujourd'hui, elle est de 60 %. Cette évolution montre que nous sommes sur la bonne voie et que nous créons un environnement de travail inclusif. Il est essentiel que nous ne recrutions pas en fonction d'un quota de femmes – et nous ne l'avons jamais fait. Le seul facteur décisif est la qualification et non le sexe. Nous sommes fermement convaincus que les meilleurs talents méritent les meilleures opportunités, ce qui se reflète dans la diversité et la compétence de notre équipe.

**Les jeunes nous tiennent à cœur.** C'est précisément la raison pour laquelle nous voulions devenir une entreprise de formation. Nous avons atteint cet objectif en 2021, et notre première apprentie a commencé son apprentissage l'année suivante. Nous pouvons ainsi soutenir les jeunes talents de la région immédiate et les accompagner sur la voie d'un avenir couronné de succès, qui, nous l'espérons, se trouve chez nous.

Une autre priorité est la transmission des compétences à travers nos manufactures. La fabrication de lunettes est un art qui requiert de nombreuses années d'expérience. Les deux sites de production travaillent sur divers programmes visant à enseigner et à former les nouveaux employés à ce savoir et à ce savoir-faire.

**La prévoyance de nos employés nous tient à cœur.** C'est pourquoi nous proposons un programme de vaccination gratuit basé sur les recommandations médicales et les suggestions de santé au travail du personnel spécialisé. En outre, nous fournissons chaque semaine à tous les employés des fruits et légumes frais provenant de la région – et parfois un en-cas complet lors d'occasions spéciales.

# Personnes Société

21/22 Objectifs	Mesures	22/23 Statut
<b>30</b> Créer des initiatives en matière de diversité et d'inclusion dans le cadre de notre stratégie de responsabilité sociale	Campagnes publicitaires et matériel de PLV de portée internationale	Atteint et en cours
<b>31</b> Renforcer la communauté locale	Projets communs et coopérations d'entreprises ainsi que production locale	Atteint et en cours
<b>32</b> Soutien à la formation régionale et formation suprarégionale	Des projets communs avec des centres de formation tels que le FH Joanneum Graz	Atteint

# Résultats Société

---

**Nous fabriquons des lunettes pour les personnalités !** Chez Andy Wolf, il y a une paire de lunettes pour chaque visage, indépendamment de l'origine, de la couleur de peau, du sexe ou de la culture. Nous défendons la diversité et cela se reflète également dans nos campagnes – nous aimons travailler avec des personnes, qu'elles soient jeunes ou âgées, extraverties ou introverties, ou qu'elles appartiennent à des religions différentes.

---

**Depuis notre création en 2006, notre objectif est de renforcer la région.** Grâce à notre production locale, nous créons des emplois et préservons l'artisanat traditionnel. Nous renforçons les entreprises régionales et promouvons la communauté styrienne par le biais de coopérations d'entreprises basées sur le partenariat dans la région et de projets locaux. On pourrait également dire que, grâce à nous et à de nombreuses autres entreprises, organisations et institutions, la région est vivante.

---

**L'avenir, c'est de repenser les traditions.** Nous considérons qu'il est de notre devoir non seulement de former des jeunes à notre siège, mais aussi de transmettre nos connaissances à de nombreuses nouvelles générations. C'est pourquoi nous avons entamé une collaboration avec la FH Joanneum Graz et le programme local de design industriel, entre autres, que nous avons soutenus dans le cadre de divers projets semestriels. Les résultats sont à chaque fois surprenants et impressionnants.

# Personnes Affaires sociales

21/22 Objectifs	Mesures	22/23 Statut
<b>33</b> Poursuite de notre engagement auprès des organisations caritatives locales par des dons en nature et en espèces	Recherche de causes appropriées auxquelles nous pouvons faire des dons	Atteint et en cours
<b>34</b> Poursuite d'un don annuel ou d'une coopération pro bono pour soutenir l'association l'hospice local pour enfants Sterntalerhof	Les coopérations qui débouchent sur des produits et des lots de marchandises, dont les recettes peuvent être reversées.	Atteint et en cours
<b>35</b> Coopération avec les organisations caritatives locales existantes telles que pro mente, Jugend am Werk, SöDiB	Externaliser le travail du siège dans la mesure du possible - et ainsi soutenir les forces de l'organisation concernée	Atteint et en cours

# Résultats Affaires sociales

**Nous avons toujours travaillé avec des organisations caritatives locales** comme pro mente, Lebenshilfe et SöDiB. Notre collaboration de longue date avec l'hospice local pour enfants Sterntalerhof est particulièrement importante pour nous. Des coopérations créatives sur les produits ont été et continuent d'être planifiées ici chaque année afin de générer des dons qui sont régulièrement remis à l'hospice. Il est important pour nous d'être un partenaire cohérent sur lequel vous pouvez compter, même en période d'instabilité.

**La charité est une préoccupation constante pour nous.** Le soutien par le biais de dons de produits s'est poursuivi en 2021 et 2022 en étroite collaboration avec la communauté locale afin d'obtenir un impact durable. En 2022, de nombreux parents d'enfants du Sterntalerhof ont également reçu des lunettes gratuites. Andy Wolf a également facilité le programme gratuit de vacances Gragustl mis en place par Caritas pour soutenir les enfants ukrainiens.



# Nos certifications

Nous voulons agir de la manière la plus transparente possible et attachons donc une grande importance aux certifications. Elles confirment, par le biais d'audits indépendants, que nos processus et nos produits répondent aux normes les plus strictes. Cela accroît notre crédibilité, favorise l'amélioration continue et renforce la confiance de nos clients et partenaires.



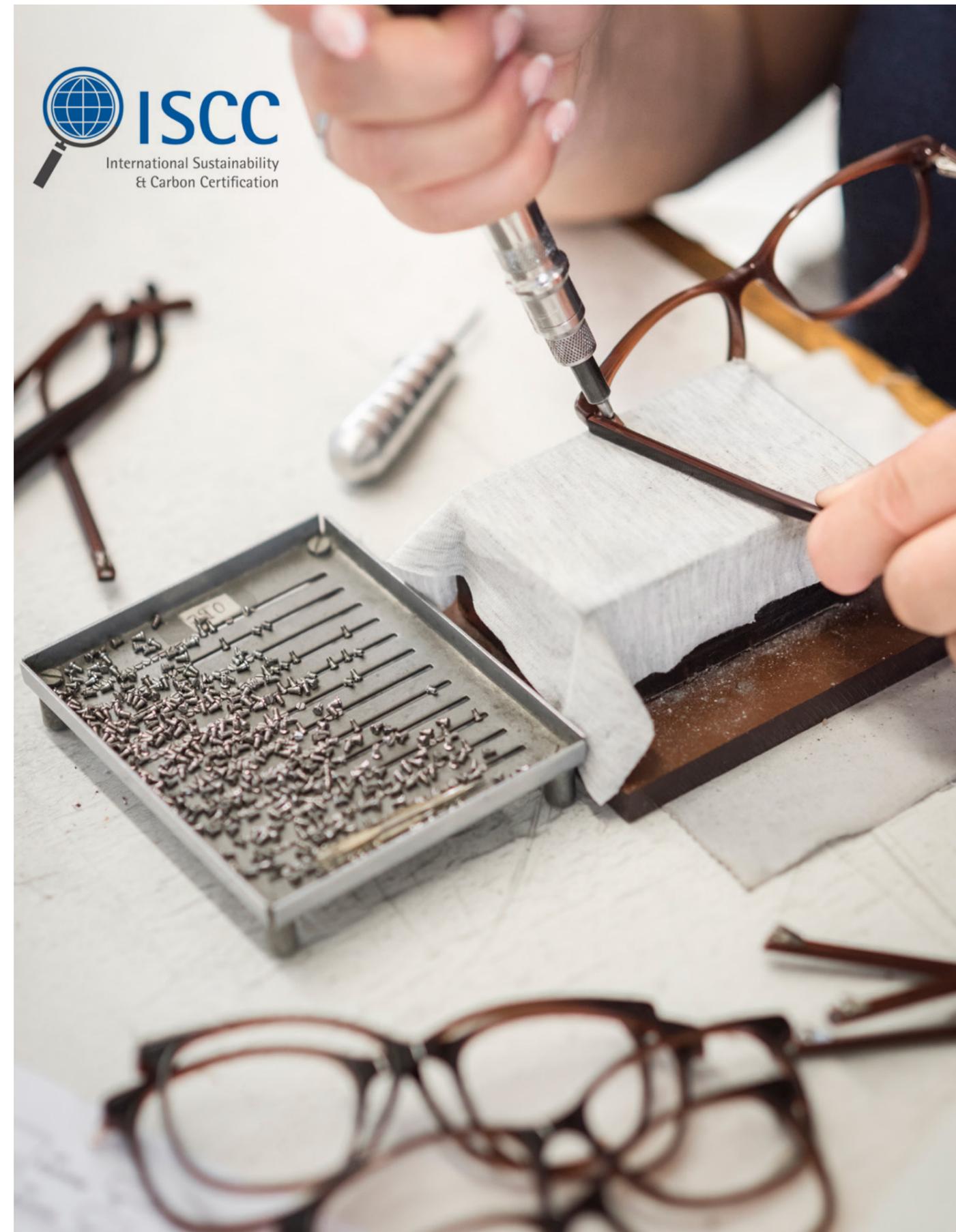
# Nos certifications

## ISCC Plus

Avec la certification ISCC Plus, que nous avons reçue en 2021, nous rejoignons un mouvement mondial qui considère les entreprises comme une force motrice de la positivité. L'obtention du statut ISCC Plus nécessite une évaluation approfondie basée sur six principes fondamentaux. Ces principes couvrent les aspects environnementaux, sociaux, économiques et réglementaires et abordent des questions telles que la protection de la nature, la sauvegarde des droits du travail et la garantie de salaires équitables.

La certification ISCC Plus s'adresse aux entreprises qui souhaitent apporter la preuve de l'existence de sources de matières premières durables. Cette certification permet aux entreprises de faire confirmer par un organisme d'audit indépendant leurs efforts en matière de durabilité des processus, de la production et des chaînes d'approvisionnement. L'accent est mis sur la garantie de conditions de travail sûres grâce à la formation, à la fourniture de vêtements de protection adéquats et au respect des droits de l'homme et des droits du travail. Dans le même temps, il s'agit de garantir des conditions de travail responsables et favorables à la santé. La certification ISCC Plus est une condition préalable à l'utilisation de l'acétate le plus durable de l'industrie optique, Acetate Renew.

Plus d'informations sur Acetate Renew à la page 35.  
Pour plus d'informations sur la certification ICSS Plus, voir [www.iscc-system.org](http://www.iscc-system.org)



# Nos certifications

## Origine France Garantie

En 2016, nous avons repris la gestion d'un fabricant de lunettes en métal renommé dans le Jura français. La décision de réaliser la production de métal exclusivement en France et de la maintenir à l'avenir était notre vision claire dès le départ. L'ensemble du personnel a été repris et, depuis, le nombre d'employés a triplé. Ce n'est pas seulement un indicateur de réussite économique, mais aussi de l'estime que l'on porte à la marque.

La combinaison d'un savoir-faire artisanal élaboré et d'un dévouement à la tradition a conduit à l'obtention du certificat „Origine France Garantie“ en 2019, qui garantit la haute qualité et l'origine des produits. Ce label est décerné par l'association Pro France et confirme l'origine française des produits. Le label garantit la traçabilité des produits grâce à des indications d'origine claires et objectives. L'organisme certificateur indépendant de Pro France garantit l'authenticité et la crédibilité de ce label.

Notre promesse est claire : chaque paire de lunettes en métal est produite avec soin et dévouement en France. Cela souligne non seulement la qualité des produits, mais aussi notre engagement en faveur de l'artisanat traditionnel et de la préservation de valeurs qui se perdent souvent dans le monde d'aujourd'hui, où tout va très vite.

Plus d'informations sur l'OFG à l'adresse suivante  
[www.originefrancegarantie.fr](http://www.originefrancegarantie.fr)



# Andy Wolf fait des promesses pour l'avenir

Pour l'avenir, nous promettons simplement : nous continuerons. Nous garderons les yeux ouverts et examinerons les nouvelles tendances et les nouvelles voies avec notre cœur et notre esprit. Nous continuerons à poursuivre nos objectifs et à en définir de nouveaux. Nous essaierons, nous échouons et nous continuerons à chercher. Comme nous l'avons écrit au début, de nombreux petits pas font une différence pas si petite que cela. Nous avons encore de nombreux pas à faire et nous les attendons avec impatience !



**Andy Wolf Fashion GmbH**  
Am Ökopark 21  
8230 Hartberg, Autriche

**Coordonnées de contact:**

+43 3332 61 352

hello@andy-wolf.com

www.andy-wolf.com

**Enregistrement de la société :**

Inscrit au registre du commerce

Registre du commerce du tribunal régional de Graz

Enregistrement de l'entreprise: FN 282827y

Identification de la TVA: ATU 6284912

Numéro ARA: 15873

**Conception et design :** Andy Wolf Fashion GmbH

**Responsable du contenu :** Andy Wolf Fashion GmbH

**Avis de non-responsabilité :** Andy Wolf Eyewear GmbH met tout en œuvre pour s'assurer que les informations fournies dans le présent rapport de responsabilité sont exactes et à jour. Toutefois, nous ne pouvons pas garantir l'exhaustivité, l'exactitude ou l'actualité des informations. Andy Wolf décline toute responsabilité quant au contenu du rapport.

**Droit d'auteur :** Tout le contenu, y compris les textes, les images, les graphiques et les autres éléments de ce rapport, est protégé par la loi sur les droits d'auteur. Toute reproduction, modification, distribution ou autre utilisation du contenu, en tout ou en partie, nécessite le consentement écrit préalable d'Andy Wolf Eyewear GmbH.