

Certified



Corporation

Wild

Rapport

d'impact

2023



Message du directeur général

2023 a été une autre année mouvementée pour Wild

... alors que nous avons continué à étendre rapidement notre empreinte internationale, à plus que doubler notre distribution au détail et à lancer notre deuxième produit rechargeable avec notre gamme de gels douche.

L'augmentation de l'échelle est synonyme de complexité, mais aussi d'une grande opportunité d'étendre notre impact. Après avoir récemment rendu visite à un certain nombre de nos principaux fournisseurs, je suis plus enthousiaste que jamais quant à l'avenir de l'innovation en matière d'emballage. Je suis persuadé que le secteur de l'emballage va changer du tout au tout au cours des cinq prochaines années et je suis déterminé à placer Wild à l'avant-garde des technologies émergentes. En prenant des risques sur les dernières solutions pour un avenir plus durable, tout en aidant à accélérer l'adoption et à faire pression sur les grandes entreprises pour qu'elles suivent notre exemple ou, à tout le moins, qu'elles évitent nos erreurs !



Le lancement d'une bouteille 100% sans plastique a probablement été la chose la plus difficile que nous ayons faite chez Wild. Nous avons testé un grand nombre de matériaux et de prototypes différents, et nous avons dû relever de nombreux défis et essayer de nombreux échecs. Je suis très fier de l'équipe qui a mis ce produit sur le marché, mais je suis aussi très enthousiaste à l'idée des améliorations que nous pouvons encore apporter aux matériaux et à la composition du produit pour lutter contre les bouteilles en plastique à usage unique et faire en sorte que les recharges sans plastique deviennent monnaie courante.

Nos priorités seront, je l'espère, évidentes tout au long de ce rapport. Nous nous attachons à consacrer davantage de ressources à la mise en œuvre de nos normes de durabilité dans nos principaux piliers que sont la réduction des déchets, les chaînes d'approvisionnement éthiques, la réduction des émissions de carbone et l'approvisionnement en ingrédients durables. Nous sommes loin d'être parfaits, mais nous travaillons avec un groupe de partenaires fantastiques qui partagent notre mission d'élever les normes de l'industrie des soins personnels et de repousser les limites pour offrir des produits plus durables sans compromis pour nos clients.

**- FREDDY WARD,
DIRECTEUR GÉNÉRAL
ET COFONDATEUR**

Wild

Sommaire

1 Sommaire

1.1	Le problème du plastique à usage unique	4-5
-----	-----------------------------------------	-----

2 Ce en quoi nous croyons

2.1	Notre objectif	6-7
2.2	Progrès réalisés à ce jour	8

3 Les points forts de 2023

3.1	ON A MISSION	9-10
3.2	Notre projet de reforestation	11
3.3	Plantation de 204 588 arbres	12
3.4	La bouteille en bambou	13-14
3.4	Un nouveau déodorant plus épuré	15-16
3.5	Nouvelles recharges	17

4 Communauté

4.1	Qu'est-ce que Wild a fait ?	18-19
4.2	Partenariat CoppaFeel	20
4.3	Partenariat MANUP?	21
4.4	Journées de bénévolat en équipe	22

5 Ce que l'avenir nous réserve

5.1	Développement durable	23-24
5.2	Piliers du développement durable	25
5.3	Nos 5 principaux objectifs pour 2024	26
5.4	Conclusion	27

Notre mission

Le monde a-t-il un problème de plastique à usage unique?

Une grande question à poser, dont la réponse semble évidente face au front climatique actuel.

Au cours des deux dernières décennies, nous avons assisté à une croissance sans précédent des plastiques à usage unique en raison de leur polyvalence et de leur faible coût.

Une grande partie de ces plastiques sont à usage unique et proviennent entièrement de matières premières vierges. Il faut redoubler d'efforts pour réduire la production de plastique, mais ce n'est pas le seul responsable. Le problème du plastique à usage unique est double. La surproduction de plastique crée un problème tout aussi préoccupant : un problème de gestion des déchets.

4.

L'année 2021 a vu la production d'environ 400 millions de tonnes métriques.

Pensez-y :

Seuls 21% des plastiques sont économiquement recyclables et, sur ce total, seuls 15% sont correctement recyclés.

À l'échelle mondiale, l'infrastructure actuelle est inadéquate et ne peut gérer la quantité de déchets plastiques produits. Elles sont soit inexistantes, soit inaccessibles, soit trop chères.



C'est pourquoi, chez Wild, nous voulons mettre l'industrie au défi de s'éloigner des plastiques à usage unique et de découvrir des matériaux innovants qui, selon nous, révolutionneront le secteur de l'emballage.

Nous sommes optimistes. La société est de plus en plus informée, et les personnes et les entreprises sont plus nombreuses que jamais à prendre l'initiative de créer un avenir plus durable. Beaucoup de choses peuvent être faites en termes de construction et d'amélioration des infrastructures et des efforts de recyclage des plastiques à usage unique. Toutefois, le moyen le plus efficace de s'attaquer à ce problème est sans doute d'inciter les gens à utiliser moins de plastique. C'est ce qui motive notre objectif chez Wild.

Ce en quoi nous croyons

Notre objectif

a toujours été de créer un produit qui soit un appel à l'action, un produit conçu pour s'attaquer à l'un des principaux facteurs du problème du plastique : les déchets de la salle de bains.

L'idée était de lancer une révolution dans le domaine des recharges et de faire en sorte que nos produits soient à la pointe de la durabilité accessible. Nous nous sommes toujours efforcés d'inspirer le changement, tant au sein de l'industrie que dans la vie des gens. Le déodorant n'était que le point de départ.

À mesure que nous nous développons, nous cherchons toujours à être des révolutionnaires, à trouver de nouvelles idées et de nouveaux produits pour susciter le changement dans la salle de bains. Nous essayons d'être aussi respectueux de l'environnement que possible, que ce soit en consacrant des mois à la recherche de matériaux et d'ingrédients durables pour nos produits ou en étant les premiers à mettre sur le marché une bouteille rechargeable compostable. Nous veillons à intégrer des comportements durables dans nos pratiques commerciales, car nous sommes convaincus que nous pouvons changer les choses.

7.



Nos progrès en 2023



Nous avons obtenu la certification B Corp avec 110,8 points !



Nos produits ont permis d'éviter la mise en décharge de plus de 351 000 kg de plastique



Nous avons compensé 24 509 tCO₂, soit l'équivalent de plus de 445 900 arbres



Nous avons remplacé 7 des 13 emballages B2C britanniques par du carton recyclé

Les points forts de 2023

Les clients ont rempli leur étui suffisamment de fois pour détourner environ 226,55 tonnes de plastique des décharges

plus du double du montant de l'année dernière.

Notre mission est d'éradiquer le plastique à usage unique de la salle de bains en proposant des solutions rechargeables qui encouragent l'adoption parce qu'elles sont faciles, efficaces et pratiques à utiliser.

10.



Plus le nombre de personnes qui abandonnent les produits d'hygiène personnelle jetables est élevé, plus l'impact peut être important pour éviter que les déchets plastiques liés à la salle de bains ne finissent dans les décharges. Et ça marche. En 2023, nous avons vendu plus de 9 millions (9 311 118 pour être exact !) de recharges recyclables sans plastique, ce qui signifie que les clients ont rempli leur étui suffisamment de fois pour détourner potentiellement environ 226,55 tonnes de plastique des décharges, soit plus du double de la quantité de l'année dernière.

Ce n'est pas une surprise, étant donné que tant de gens ont décidé d'aimer Wild l'année dernière !

Notre projet de reforestation

Nous sommes conscients que nos activités peuvent avoir un impact sur l'environnement. C'est pourquoi, dès le début, nous avons cherché des moyens de rendre la pareille à une planète dont nous utilisons les ressources pour subvenir à nos besoins.

Compte tenu de la situation environnementale actuelle, nous avons jugé opportun de nous associer à On A Mission, une entreprise qui met l'accent sur la reforestation.



Avec On A Mission, nous avons pu planter 204 588 arbres en 2023.



3. POINTS FORTS

(18 500 arbres rien que pendant le Black Friday !)

ce qui a permis de compenser 13 719 tonnes d'émissions de CO2 provenant de la vente de nos produits.

La reforestation fait partie intégrante de la reconstruction de la santé de notre planète, c'est une chose à laquelle nous croyons fermement. Cependant, nous comprenons que ce n'est pas suffisant, c'est pourquoi 2024 est l'année où nous nous efforçons d'établir une stratégie de réduction nette zéro, et pas seulement de compensation.

La bouteille en bambou

En 2023, après des années d'expérimentation, nous avons finalement lancé notre gel douche rechargeable

qui se compose d'un étui en aluminium réutilisable rempli de recharges compostables 100% végétales contenant un gel douche liquide, ce qui en fait le premier produit de ce type au monde. L'idée d'un gel douche a toujours été présente dans nos esprits, mais comme pour tout ce qui concerne Wild, trouver le moyen de reproduire l'expérience pratique d'un gel douche ordinaire en une expérience durable n'a pu se faire qu'au prix d'essais et d'erreurs. Ces essais et ces erreurs ont permis la naissance de notre bouteille en bambou.

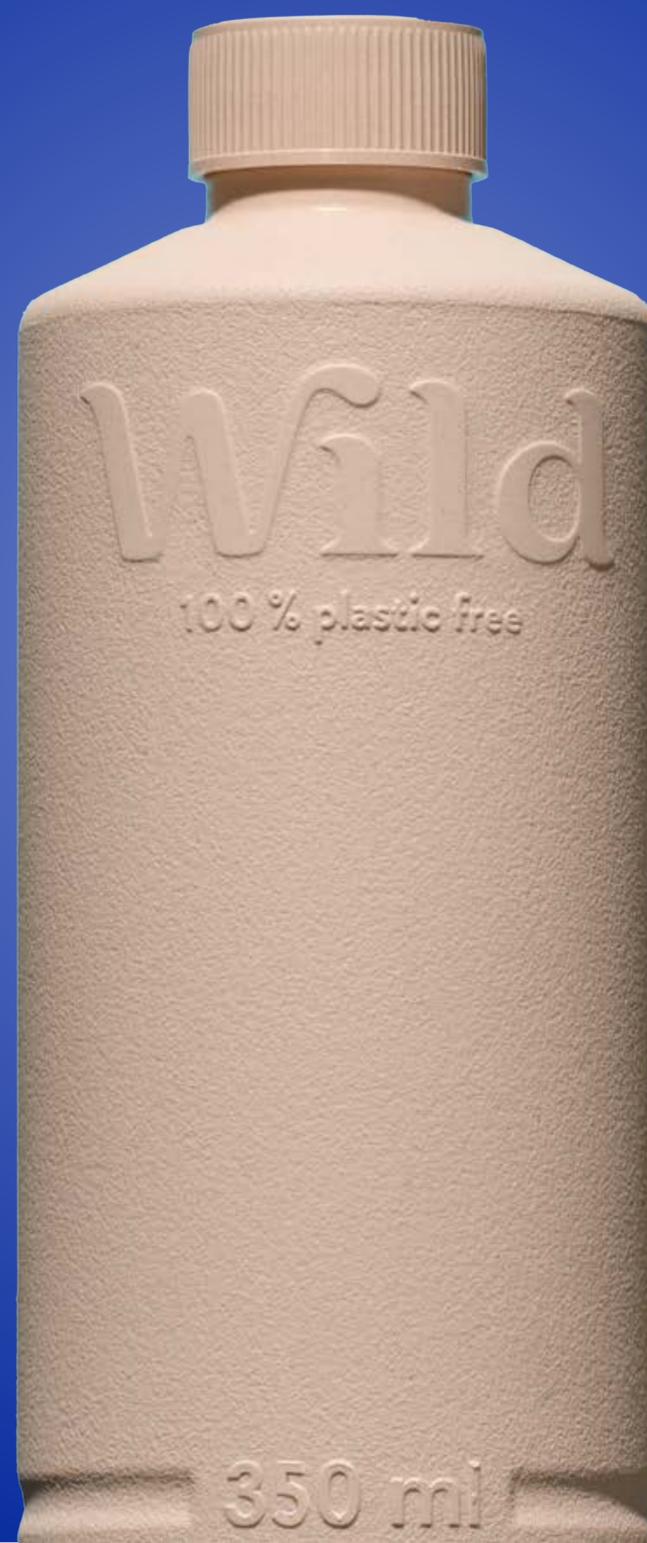
13.



une première mondiale en matière de durabilité !

Le bambou n'est pas un matériau nouveau pour Wild. Nous l'utilisons dans nos recharges de déodorant en raison de ses caractéristiques durables, écologiques et renouvelables. Il est reconnu pour ses qualités environnementales et durables, mais surtout pour sa résistance et sa longévité. Ce qui rend nos bouteilles en bambou spéciales, c'est le fait qu'elles ne produisent aucun déchet, qu'elles sont fabriquées à partir des déchets de l'industrie du bambou et de l'industrie alimentaire, et qu'elles sont moulées ensemble pour former des flacons en bambou.

**un contenant
compostable
100% sans
plastique!**



Contrairement aux autres bouteilles à base de plantes, qui s'appuient sur une fine doublure en plastique pour maintenir l'étanchéité de la bouteille, notre technologie unique nous a permis d'éradiquer complètement le besoin de plastique.

Dans notre quête de transformation de la salle de bains, nous comprenons qu'il faut prendre des risques pour trouver la meilleure récompense. Il y a eu beaucoup de hauts et de bas pour arriver à ce prototype final, certains si importants que nous avons dû retarder son lancement, mais cela démontre notre résilience.

Chez Wild, nous sommes toujours à la recherche du meilleur et nous n'avons pas peur d'échouer, car nous ne nous arrêterons pas avant d'avoir réussi. En créant cette bouteille, nous espérons avoir ouvert la voie à l'adoption généralisée de bouteilles sans plastique. Imaginez un monde où non seulement votre gel douche est conditionné dans une bouteille compostable, mais aussi tout ce qui va de votre ketchup à vos soins de la peau.

Un nouveau déodorant plus épuré

2023 est également l'année de la refonte des produits, et nous sommes à la recherche de solutions respectueuses de l'environnement.

Nos étuis et nos recharges de déodorants avaient besoin d'une mise à jour, et pas seulement en termes d'apparence. Pour notre étui, nous voulions trouver un moyen d'améliorer l'impact environnemental qu'il avait déjà. L'étui 2.0 présente désormais un design plus petit tout en contenant la même quantité de produit, pour une plus grande victoire en matière de durabilité.



Pour y parvenir, nous nous sommes appuyés sur deux éléments. Tout d'abord, en rendant le design plus épuré, nous avons pu utiliser moins de matériaux pour fabriquer l'étui.

Ce nouveau design utilise **20% de plastique en moins et 16,5% d'aluminium en moins.**

Cela signifie que non seulement le nouvel étui est plus compacte et plus portable, mais aussi, et c'est essentiel, qu'avec la réduction de la taille, le poids a diminué de 18,4%. Cela réduit les émissions de gaz à effet de serre nécessaires à son transport.



Deuxièmement, nous voulions aborder la question de la recyclabilité pour ceux qui voudraient se débarrasser d'un vieil étui ou pour ceux qui décident de ne plus utiliser Wild.

Notre étui d'origine est 100% recyclable, mais en raison des matériaux mélangés et de sa composition, il n'était pas possible de le recycler à la maison. Bien que nous ayons proposé des solutions de recyclage en utilisant TerraCycle, ce n'était ni pratique ni accessible et nous savions que nous pouvions faire mieux.

C'est pourquoi l'étui 2.0 a été repensé de manière à pouvoir être démonté sans effort et à ce que les composants en plastique et en aluminium puissent être recyclés dans le confort de votre foyer. Le nouveau design améliore également la convivialité en supprimant les boutons latéraux que certains clients trouvaient difficiles à manipuler lorsqu'ils devaient remplir leur étui.

Nouvelles recharges

Pour compléter le nouvel étui, nous avons également redessiné les recharges.



Sur la base des commentaires des clients selon lesquels il restait toujours un peu de déodorant au fond de la recharge.

Nous avons entendu vos commentaires, nous vous avons écouté et nous avons voulu nous attaquer au problème des déchets de produits. Bien que nos produits soient naturels et que le peu qui reste à la fin ne cause aucun dommage à l'environnement, nous sommes conscients des implications que les déchets de produits peuvent avoir en termes de développement durable. Nos nouvelles recharges ont une nouvelle forme, afin de garantir que nos parfums puissent passer le plus de temps possible à faire sentir bon vos aisselles !



Nos nouvelles conceptions ne réduiront pas seulement de manière significative l'impact de nos produits sur l'environnement, mais elles ont également été conçues dans un souci de fonctionnalité. Nous concevons des produits qui sont des moteurs de changement, et la seule façon de changer les choses, c'est par l'intermédiaire des gens. Nous espérons qu'avec nos nouvelles conceptions qui arriveront sur le marché en 2024, nous pourrons permettre à davantage de personnes de rejoindre la révolution des recharges et offrir à un plus grand nombre de personnes des solutions faciles pour s'éloigner des plastiques à usage unique.

Communauté

Qu'est-ce que Wild a fait ?

La vie au QG de Wild

La durabilité va bien au-delà de l'environnement, elle englobe également tous ceux qui y vivent. L'aspect social de la durabilité est le fondement du changement environnemental, car un véritable changement ne peut être réalisé que par des personnes qui disposent des ressources, des connaissances et de la liberté nécessaires pour y parvenir. C'est pourquoi nous ne nous concentrons pas uniquement sur l'impact environnemental que nous pouvons avoir, mais nous essayons également de laisser notre marque au sein de la communauté et dans le cadre de partenariats caritatifs.



Comité du bénévolat



Comité de la diversité, de l'équité et de l'inclusion



Commission du développement durable

CoppaFeel

Nous avons lancé notre étui Boob emblématique avec l'organisation caritative CoppaFeel, qui lutte contre le cancer du sein !

L'objectif était d'encourager les clientes à mieux connaître leur corps et à détecter tout changement pouvant être un symptôme de cancer du sein en leur rappelant de vérifier leurs poitrines !





MANUP?

men's
mental
health.

MANUP?

**Nous avons lancé
une campagne
dans les magasins
Boots pour soutenir
MANUP?**

qui font campagne pour la
prévention du suicide et pour que
les hommes parlent de leur santé
mentale.

Chaque année, les membres de l'équipe Wild bénéficient de deux journées de bénévolat caritatif et, en outre, nous organisons également des journées d'équipe.



Ce que l'avenir nous réserve

La durabilité est au cœur de Wild

A man with a beard and mustache, wearing a green crew-neck sweater, is smiling broadly. He is holding two ripe peaches, one in each hand, directly in front of his eyes, completely obscuring them. The background is a solid, vibrant green. The overall mood is positive and natural.

Chez Wild, nous nous sommes efforcés d'intégrer le développement durable au cœur de nos valeurs. Nous y pensons lorsque nous prenons des décisions opérationnelles, lorsque nous formulons et reformulons nos produits, et même lorsque nous les concevons. Nous avons toujours essayé de faire notre part, car nous comprenons qu'il y aura toujours un certain niveau de responsabilité que les entreprises devront assumer pour leur impact sur l'environnement.

Nous ne sommes pas une entreprise axée sur la performance et nous croyons sincèrement à l'impact de nos produits. C'est pourquoi nous souhaitons partager nos piliers en matière de développement durable. Le développement durable est au cœur de Wild, et il est présent dans chacune de nos équipes. Nous voulons être plus ouverts avec vous tous et donner des chiffres et des données concrètes qui justifient vraiment ce que nous faisons dans la communauté.

Nous avons divisé nos objectifs de développement durable en quatre piliers : Réduction des déchets, chaîne d'approvisionnement éthique, réduction des émissions de carbone et ingrédients durables.

Réduction des déchets



Notre pilier "réduction des déchets" est notre engagement à réduire les déchets lorsque c'est possible dans le cadre de nos activités et de l'innovation de nos produits. Nous voulons que tout ce que nous produisons ait le moins d'impact possible sur la planète, que ce soit en rendant nos emballages plus recyclables ou en nous assurant que nous obtenons les certifications appropriées pour prouver que nos emballages et nos produits peuvent être recyclés ou compostés.

25.

Chaîne d'approvisionnement éthique



Notre pilier "chaîne d'approvisionnement éthique" montre que nous voulons tenir nos fournisseurs responsables de leur impact sur la planète, comme nous le faisons nous-mêmes. Il est important pour nous que nos produits proviennent de sources durables et équitables et qu'aucune personne ni aucun environnement ne soit lésé directement à cause de nos besoins en ingrédients ou en matériaux.

Réduction des émissions de carbone



Notre pilier "réduction du carbone" est notre engagement à cartographier notre empreinte carbone au-delà de nos seuls produits. Nous voulons réduire nos émissions, à la fois dans nos produits et dans notre chaîne de valeur. Cependant, pour procéder à des réductions, nous devons d'abord connaître nos mesures. Nous pourrions ensuite définir des objectifs tangibles, fondés sur des données scientifiques, que nous savons essentiels pour atteindre l'objectif "zéro émission".

Ingrédients durables.



Notre pilier "ingrédients durables" témoigne de notre volonté de rendre nos produits les plus respectueux possible de l'environnement. Nous ne voulons pas que nos produits laissent une trace désagréable sur la planète, c'est pourquoi nous créons des listes noires, supprimons les ingrédients défavorables et rendons nos formules biodégradables.

Nos 5 principaux objectifs pour 2024 :



1. Mesurer notre niveau de référence et mettre en place un suivi des émissions des scope 1, 2 et 3
2. ACV complètes pour tous les produits
3. Définir des initiatives de réduction basées sur le suivi des émissions et les ACV
4. Renforcer la traçabilité des ingrédients
5. 60% de tous les emballages seront fabriqués à partir de matériaux recyclés

Le voyage sans fin

Wild s'est construit sur les principes de la conception de produits durables. Cette intentionnalité a toujours été au cœur de ce que nous faisons, des personnes auprès desquelles nous nous approvisionnons, de celles en qui nous avons confiance pour manipuler nos produits, et bien plus encore.



Cependant, tout comme le marché est en constante évolution, le développement durable l'est aussi. Avec l'arrivée constante de nouveaux matériaux sur le marché et l'évolution des normes et des certificats environnementaux, nous révisons en permanence nos produits et notre chaîne d'approvisionnement pour répondre aux exigences d'une bataille environnementale en constante évolution.

Nous sommes sur la voie d'une amélioration constante et nous tenons à vous remercier de vous joindre à nous. La confiance que vous accordez à notre mission et à nos produits est très importante. Nous vous remercions d'avoir lu notre rapport d'impact 2023 et nous espérons que vous resterez dans les parages pour le prochain.



Wild

2023