

PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

# COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS

2020-2021

P.03  
**ÉDITO**

P.04  
**ALTAVIA  
EN BREF**

P.09  
**NOTRE  
AMBITION**

P.16  
**OUR LICENSE  
TO OPERATE**

P.24  
**POSITIVE  
FOR HUMANS**

P.38  
**POSITIVE FOR  
THE PLANET**





**C**ollectivement nous n'avons plus qu'une seule voie possible : celle du développement durable.

La pandémie mondiale est venue fragiliser les liens sociaux et creuser les inégalités. Le changement climatique et l'effondrement de la biodiversité sont de plus en plus concrets et inquiétants. Dans ce contexte, le commerce traditionnel et ses métiers doivent se réinventer, en prenant en compte les effets de l'automatisation et de la désintermédiation.

Notre engagement auprès du Global Compact a été un pilier important du Groupe Altavia durant ces 13 dernières années où la RSE s'est intégrée de plus en plus à notre fonctionnement et nos services. Les événements des 18 derniers mois ont renforcé ma résolution à aller plus loin dans notre contribution positive auprès des femmes et des hommes, et de la planète sur laquelle ils vivent. Il y a urgence.

En tant que premier Groupe international indépendant de communication commerciale dédié au retail, nous devons nous préoccuper de notre propre amélioration continue, mais aussi de celle de nos clients. Nous les accompagnons dans leur réflexion vers une communication responsable, en nous adaptant à leurs enjeux et leur temporalité.

Il est rassurant de voir que de plus en plus d'acteurs économiques ou de la société civile agissent, car nous sommes tous dans une course : celle de l'adaptation vers un fonctionnement véritablement durable. Altavia y contribue, à travers ses 5 Objectifs de Développement Durable, liés à nos impacts, mais aussi nos savoir-faire.

Dans un monde où tout va très vite, l'enjeu majeur est de savoir se réinventer

perpétuellement, afin de garantir un strict équilibre entre santé économique, bien-être social et préservation de l'environnement. Nous sommes déterminés à contribuer à un commerce socialement et environnementalement responsable. Par exemple, en favorisant les liens avec des partenaires ayant un impact social particulièrement positif, ou en innovant afin de proposer des supports de communication toujours plus durables. Chez nous, pas d'opposition entre dispositifs physiques et digitaux : chaque support a sa place, si celui-ci est pensé responsablement.

Avec cette COP, nous vous proposons de découvrir ou redécouvrir ce que nous mettons en place au quotidien, grâce à nos équipes partout dans le monde, que je veux remercier chaleureusement pour leur engagement.

Le chemin ne s'arrête pas là. Nous voulons défendre un commerce engagé, vivant, humain, qui contribue au renforcement des liens et au respect des besoins. Nous porterons ces convictions plus vite, plus haut et plus fort.

Ainsi, c'est dans cette logique que le Groupe Altavia vient d'enrichir sa mission qui devient pour nous tous une vocation :

"En prenant le parti du client citoyen, aider au quotidien nos clients commerçants à tisser des liens fructueux avec leurs clients".

Enfin, le Groupe vient aussi de se doter d'une nouvelle signature laquelle va, j'en suis sûr, fidèle à son histoire et aux deux signifiants de notre marque Alta Via, contribuer à le porter plus haut encore tout en prenant une autre voie que celle attendue : Altavia : Retail for Humans

**Raphaël Palti**  
Président Fondateur -  
Directeur Général



# Altavia en bref

# Nos chiffres clés

Altavia est le premier réseau mondial  
dédié au Retail Marketing Service

**2500**

PERSONNES

**45**

PAYS SUR 4 CONTINENTS

**+500**

CLIENTS DANS LE MONDE

CHIFFRE D'AFFAIRES  
CONSOLIDÉ 2020\*

**650**

REVENU BRUT  
2020\*

**147,2**

RÉSULTAT  
D'EXPLOITATION 2020\*

**3,4**

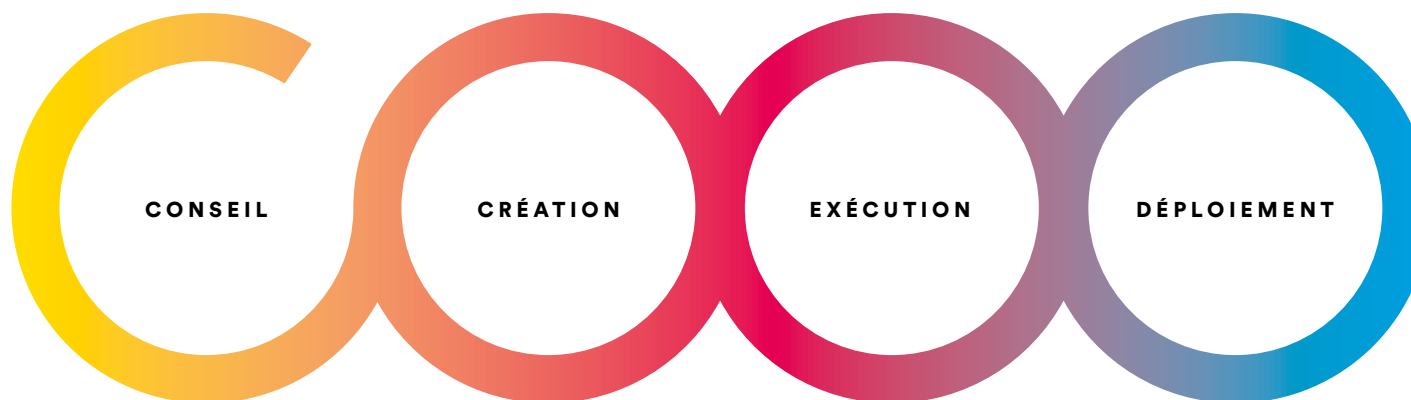


## Notre mission :

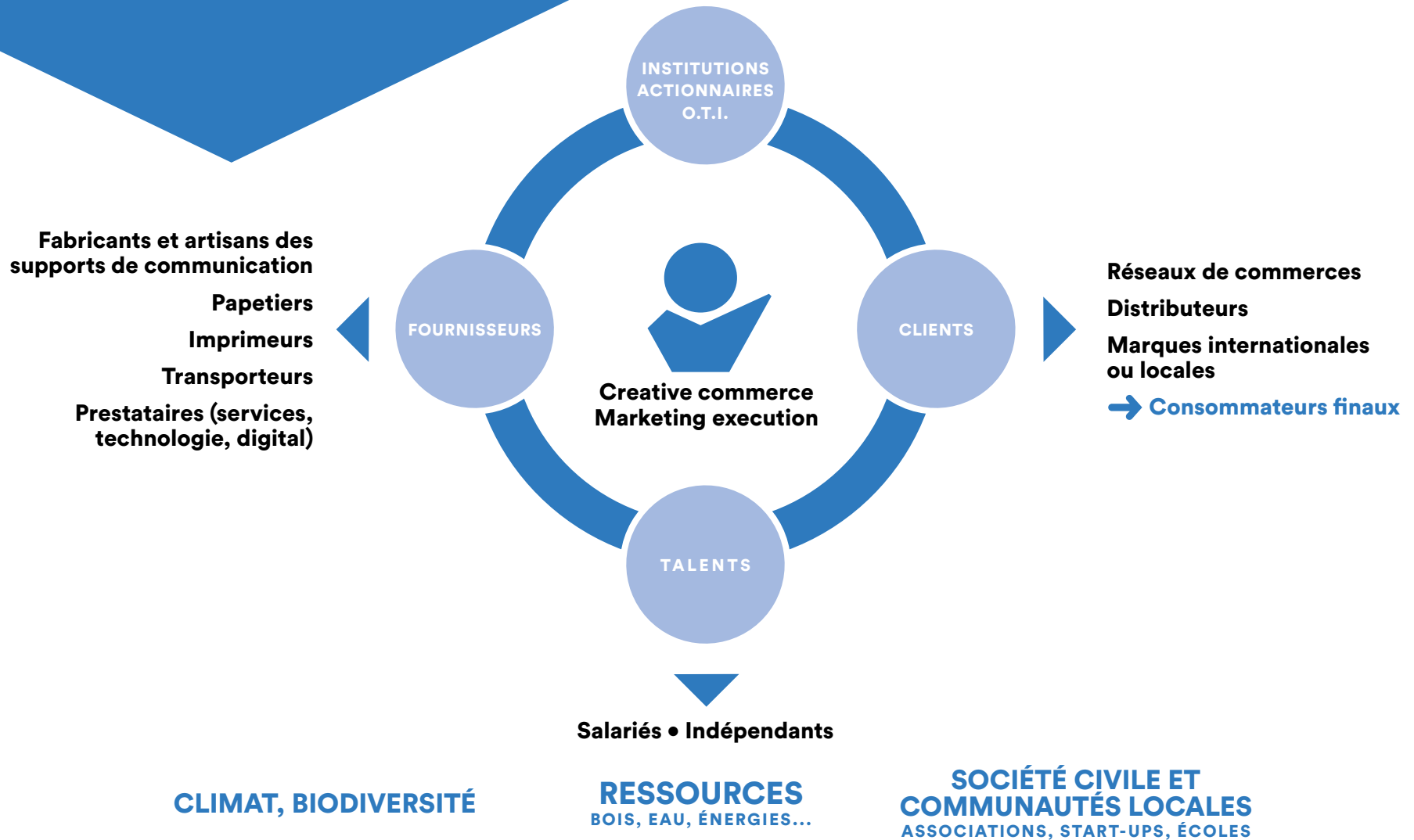
**“En prenant le parti du client citoyen, aider au quotidien nos clients commerçants à tisser des liens fructueux avec leurs clients.”**

Le commerce est bien plus qu'un échange économique. C'est un acte social. Depuis sa création, Altavia défend et promeut un commerce ouvert et vivant, créateur de rencontres, de mélanges et d'opportunités. Un commerce respectueux et conscient, qui assume ses responsabilités envers le monde qui nous entoure. Un commerce radicalement humain. Un commerce fait par des commerçants qui s'engagent au quotidien pour prendre le parti de leurs clients. C'est cette mission qui anime chaque jour nos 2 500 experts de l'activation commerciale au service de +500 enseignes et marques commerçantes leaders dans le monde.

Altavia intervient sur toute la chaîne de valeur de l'activation commerciale, depuis la conception jusqu'à l'exécution des campagnes et de leurs supports, pour une communication efficace et adaptée à chaque enseigne.



# Notre modèle d'affaires





# Nos enjeux et risques environnementaux et sociaux

## Nos partenaires

Altavia travaille avec un **panel large et diversifié de fournisseurs**, allant de la micro-entreprise aux grands groupes de l'industrie papetière européenne. Nous nous engageons dans une **démarche d'achats responsables et de devoir de vigilance** fondée sur le respect des principes fondamentaux (droits humains, normes du travail, préservation des ressources, lutte contre la corruption).

## Nos collaborateurs

Notre Groupe promeut une **politique de diversité et d'égalité**, et attache une grande importance à l'identification et au **développement des talents dans un environnement de travail optimal**. Notre engagement s'est accru alors que la pandémie de Covid-19 creuse les inégalités et exacerbe les fragilités.

## Notre environnement

L'objectif majeur est de maîtriser l'impact environnemental de notre activité en réduisant la consommation de papier, d'eau et d'énergie, les émissions de gaz à effet de serre ainsi que la production de déchets. **Cette démarche vaut pour toute notre chaîne de valeur, de la production à la livraison, en passant par nos bureaux.**



**Déterminés à contribuer  
à un commerce socialement  
et environnementalement  
responsable,  
être la balise de référence  
d'un écosystème retail  
marketing à impact positif**

WE SUPPORT



Cliquez ici

# Notre engagement de longue date auprès du Pacte Mondial des Nations Unies

Le Pacte Mondial des Nations Unies (Global Compact) aide les entreprises à structurer leur démarche de développement durable autour de 10 principes fondamentaux relatifs aux Droits de l'Homme, aux normes internationales du travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

**ALTAVIA FIGURE PARMIS LES 11% DES ENTREPRISES QUI QUALIFIENT LEUR COP AU NIVEAU ADVANCED À L'ÉCHELLE MONDIALE.**





# Un engagement sur 5 ODD

en lien avec nos activités pour un impact positif

**8** TRAVAIL DÉCENT ET CROISSANCE ÉCONOMIQUE



Nous contribuons au développement durable des territoires sur lesquels nous sommes implantés, par notre Capital Humain et nos relations commerciales. Nous favorisons l'inclusion et privilégions les partenariats avec des entreprises locales.

**10** INÉGALITÉS RÉDUITES



Nous avons lancé Altavia Foundation en 2020. Son objectif est d'agir en faveur de l'insertion professionnelle en accompagnant les personnes éloignées de l'emploi dans le lancement de leur propre micro-commerce ou micro-activité.

**12** CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



Nous guidons nos clients, à travers nos offres et nos services, afin de les aider à choisir des alternatives responsables en suivant les principes de l'éco-conception, de l'idée créative à la fin de vie des supports de communication.

**13** MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES



En ligne avec les Accords de Paris, nous nous inscrivons dans une dynamique de transformation qui, avec l'aide de tous nos collaborateurs et partenaires, nous permettra un jour, d'être un Groupe zéro carbone.

**15** VIE TERRESTRE



L'érosion dramatique de la biodiversité favorise les déséquilibres, tels que l'apparition de zoonoses ou de la Covid-19. Nous voulons préserver les forêts, notamment en renforçant les exigences vis-à-vis de nos approvisionnements en matières issues du bois.

# Les 3 piliers de notre ambition

**Un commerce vivant, humain, responsable et vecteur de lien social**

## LICENSE TO OPERATE

### Acheter de manière responsable

- matières certifiées (FSC® ; PEFC) ou recyclées
- code de conduite fournisseurs

### Valoriser la démarche RSE de toutes nos business units à travers le monde avec Ecovadis

### Agir de manière éthique

- lutter contre la corruption
- maintenir et assurer la sécurité de l'information

## POSITIVE FOR HUMANS

### Développer notre Capital Humain

- développer les talents
- encourager la diversité et favoriser l'égalité professionnelle
- garantir la sécurité et la qualité de vie au travail

### Agir pour l'inclusion avec le Positive Sourcing

### Soutenir le micro-commerce avec Altavia Foundation

## POSITIVE FOR THE PLANET

### Améliorer notre empreinte environnementale

- calculer l'impact climat de notre business
- adopter des pratiques responsables
- contribuer à la neutralité carbone

### Progresser avec nos clients et nos fournisseurs sur le chemin de l'éco-conception

### Sensibiliser notre écosystème à la RSE

**POUR UNE PERFORMANCE DURABLE À IMPACT POSITIF**

# Une gouvernance engagée

à tous les niveaux de l'entreprise



**Société anonyme, le Groupe Altavia opère par le biais de différents organes directeurs :**

**Le Conseil d'administration** fournit des orientations stratégiques, assure un suivi des performances, participe à l'évaluation des risques et préconise des actions pour les réduire. Il valide également la nomination des cadres dirigeants. Il opère par le biais de différents comités (audit, investissement, nominations & rémunérations, etc.).

**Le Comité d'Orientaion Stratégique (COS)** se compose des membres du Comité exécutif et du Conseil d'administration, de dirigeants d'entreprises, d'analystes financiers et d'experts.

Le Président Fondateur d'Altavia convoque le COS une fois par an afin de partager en toute transparence les orientations stratégiques de l'entreprise et d'échanger par le biais de groupes de travail sur le futur des activités.

**Le Steering** est composé des directrices et directeurs des business units et des responsables des expertises et services partagés (RSE, Communication, Capital Humain, Finance, etc.). Le Steering orchestre les opérations en lien avec les orientations stratégiques définies, après validation par le Comité Exécutif (Comex). Chacune des business units possède son propre Comité de direction chargé de piloter ses activités.

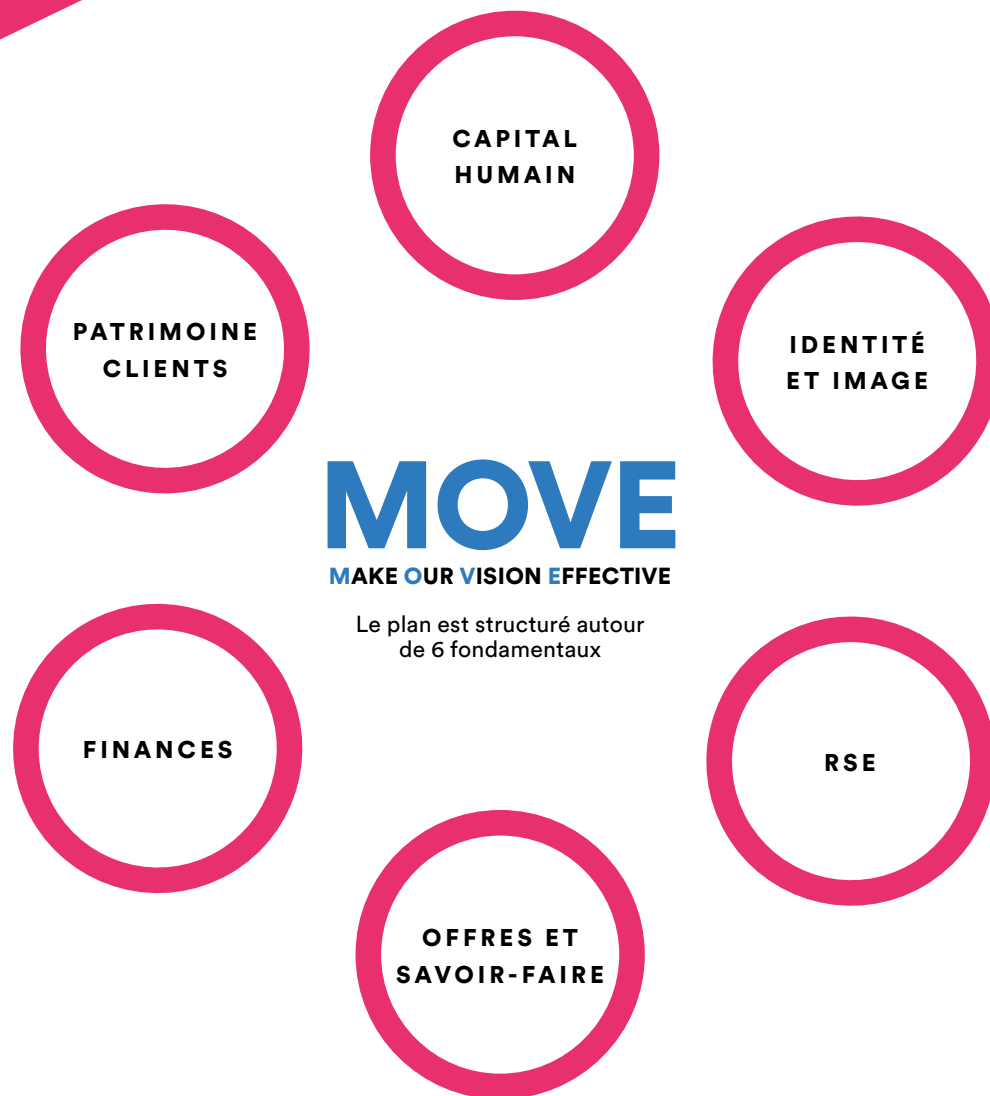
# Le progrès permanent

au service de notre ambition

Tous les quatre ans, les orientations à moyen terme des activités d'Altavia sont définies par chaque business unit à travers un plan stratégique appelé **MOVE (Make Our Vision Effective)**. Le plan est structuré autour de 6 fondamentaux : Capital Humain, Patrimoine clients, Finances, Offres et savoir-faire, Identité et Image, RSE. Le MOVE du Groupe Altavia est issu de l'agrégation des MOVE des business units.

Le MOVE est adopté par le Conseil d'administration. Au préalable, les business units travaillent sur leur feuille de route et définissent leurs objectifs. En 2019, elles ont donc pu se projeter sur un nouveau MOVE, dont le cadre, les thématiques et les objectifs sont adoptés pour 2023.

Le MOVE comprend notamment une projection d'évolution des principaux indicateurs RSE, opérationnels et financiers d'Altavia. Le Président Directeur Général présente un projet de budget annuel dans le cadre de ces orientations au Conseil d'administration qui l'approuve.



# Déployer et animer la RSE

à tous les niveaux de l'entreprise



PLUS DE

40

AMBASSADRICES  
ET AMBASSADEURS  
RSE SUR TOUS LES  
CONTINENTS



PLUS DE

5

COMMUNAUTÉS  
D'INTÉRÊT



1

COMITÉ RSE  
MENSUEL

Les enjeux RSE sont représentés et portés au niveau du Comité exécutif. La direction RSE Corporate est en effet directement rattachée au Secrétariat Général du Groupe, avec pour objectif de définir la stratégie RSE du Groupe, de piloter le déploiement des actions, et de mobiliser le management autour d'une ambition commune.

**Le Groupe Altavia** a depuis plusieurs années constitué un réseau de collaborateurs mobilisés dans tous les pays au sein des business units afin d'engager un dialogue permanent et interactif. Il s'agit notamment de favoriser la diffusion des bonnes pratiques, d'apporter les expertises nécessaires ainsi que d'animer le réseau des ambassadeurs RSE à travers des communautés d'intérêt (Capital Humain, Positive Sourcing, l'éco-conception ou les certifications FSC® et PEFC).

La communauté des ambassadeurs RSE, constituée d'une quarantaine de collaborateurs présents partout où le Groupe est implanté, est le relais des initiatives sociales et environnementales locales. Leur implication est essentielle dans la démarche d'amélioration continue en participant activement à la collecte des indicateurs de performance durable et en pilotant les évaluations Ecovadis.

Toujours dans cet esprit de co-construction, un comité RSE composé des sponsors actifs sur ces sujets se réunit tous les mois afin de piloter les différentes initiatives au plus près des problématiques opérationnelles et de garantir l'atteinte des objectifs fixés.



# Our license to operate





# Acheter de façon responsable

Les achats du Groupe ont un rôle essentiel à jouer dans la réalisation de notre approvisionnement responsable. Ils traduisent notre volonté de garantir la durabilité environnementale et sociale tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

En tant qu'acheteur majeur de matières premières (papier, carton), le Groupe Altavia est extrêmement vigilant quant à son mode d'approvisionnement. Les certifications FSC® et PEFC, que nous détenons depuis 2010, garantissent que les supports de communication de nos clients sont issus d'un approvisionnement responsable. En 2020, 93% de nos achats de papier et carton sont certifiés FSC® ou PEFC. En 2021, nous accélérons le suivi et le contrôle de l'empreinte environnementale de nos activités marketing auprès de nos clients grâce aux améliorations de nos systèmes technologiques.

Notre intérêt pour la durabilité va au-delà de la sphère environnementale. Depuis 2020, Altavia a particulièrement renforcé le dialogue avec ses fournisseurs sur les principes fondamentaux institués par notre "Responsible Business Partner Policy" :

le respect de la loi, des Droits de l'Homme, y compris les normes internationales du travail de l'OIT, la lutte contre la corruption et la protection de l'environnement.

Maintenir un dialogue régulier avec nos fournisseurs sur ces sujets est essentiel, nous permettant ainsi d'évaluer leur maturité et d'identifier les entreprises potentiellement à risque. Cette approche permet également aux fournisseurs de mettre en avant leur expertise et à Altavia de s'appuyer sur leurs atouts pour préserver l'environnement et garantir la protection des Droits de l'Homme tout au long de la chaîne d'approvisionnement.

D'un point de vue social, le Groupe Altavia a développé un programme Positive Sourcing® qui vise à promouvoir l'inclusion professionnelle. Grâce à ce programme, Altavia agit pour une chaîne d'approvisionnement plus équitable et plus inclusive et soutient la diversité, les petites entreprises et la création d'emplois dans les territoires où sont implantées nos activités.

**Laurence Bosshard**  
Directeur des achats

# OBJECTIFS 2023

## INDICATEURS DE SUIVI

## RÉSULTATS ET ACTIONS PHARES 2020-2021

Viser  
**100%**  
d'achat de papier/carton  
d'origine  
responsable

Part de papier  
certifié  
FSC® ou PEFC  
Part de papier  
recyclé  
ou labellisé

**93%**  
du papier acheté  
par les BUs est certifié  
FSC® ou PEFC  
(99% en France)

Faire signer notre code  
de conduite par  
**100%**  
de nos  
fournisseurs

Montants d'achats  
attribués aux  
fournisseurs  
signataires

Plus de  
**99%**  
des fournisseurs ayant  
répondu au questionnaire RSE  
ont signé notre code  
de conduite

**Cartographier  
nos fournisseurs**  
(certifications & labels  
RSE ; maîtrise de  
l'empreinte carbone)  
& renforcer  
leur suivi

Part des fournisseurs  
ayant répondu au  
questionnaire RSE



# Notre engagement

pour la gestion durable des forêts

15 VIE TERRESTRE



La marque de la gestion forestière responsable



**Les forêts constituent des écosystèmes riches d'une biodiversité végétale et animale qu'il faut préserver. Une gestion responsable des forêts dans le respect du vivant s'impose.**

Ainsi, la mission des organisations non lucratives FSC® (Forest Stewardship Council) et PEFC (Programme for the Endorsement of Forest Certification) garantit une utilisation raisonnée de la ressource en bois à travers leurs schémas respectifs de certification.

Groupe certifié FSC® et PEFC depuis 2010, Altavia contribue à l'atteinte de l'ODD 15 en proposant à ses clients des supports de communication imprimés sur du papier ou du carton issu de forêts gérées durablement.

ACHATS AU PREMIER SEMESTRE 2021 REPRÉSENTÉS PAR LA VENTE DE PRODUITS CERTIFIÉS :

**182 M€**

SOIT :

**63%**

DES ACHATS PRINT

**16**

BUSINESS UNITS CERTIFIÉES EN EUROPE ET EN ASIE

UN AUDIT ANNUEL ASSURÉ PAR UN ORGANISME ACCRÉDITÉ





## Valoriser notre engagement pour une performance durable

Les événements récents nous font prendre conscience que notre économie fait face à une exigence croissante de contribuer à la préservation du bien commun. Membre du Global Compact depuis 2008 et ayant atteint le niveau Advanced en 2018, Altavia a renouvelé cette année son engagement et souhaite le faire perdurer pour une performance durable dans une logique de progrès permanent. Nous agissons en tant qu'acteur de la communication en nous engageant dans la réalisation des ODD 8, 10, 12, 13 et 15 en lien avec nos démarches Positive for Humans et Positive for the Planet.

Agir implique d'ajuster notre modèle d'affaires pour répondre aux besoins d'une économie durable, tout en tenant compte des risques induits, sociaux et environnementaux, pour l'ensemble des acteurs avec lesquels nous travaillons. L'intégration des critères ESG dans la mesure de notre performance et nos prises de décision est essentielle à la durabilité de notre activité. Notre reporting, réalisé dans le cadre de la DPEF, contribue à cela. Il s'agit d'un dispositif que nous tenons à améliorer et à enrichir pour en faire un outil de mesure et d'aide à la décision stratégique et opérationnelle.

**Katia Ruet**  
Secrétaire Générale

2021	2022	2023
<p>Mettre en place dans</p> <p><b>100%</b></p> <p>de nos activités un processus clair de suivi des indicateurs ESG</p>	<p>Enrichir notre reporting en intégrant notre stratégie de mesure et de compensation de nos émissions de GES</p>	<p>Atteindre</p> <p><b>100%</b></p> <p>des BUs évaluées par Ecovadis avec</p>
<p>Atteindre</p> <p><b>20 BUs</b></p> <p>certifiées</p> <p><b>Ecovadis</b></p> <p>représentant 90% du Groupe</p>	<p>Atteindre</p> <p><b>30 BUs</b></p> <p>certifiées</p> <p><b>Ecovadis</b></p> <p>représentant 95% du Groupe</p>	<p><b>médaille d'or</b></p> <p>(niveau minimum attendu)</p>
<p>Obtenir</p> <p><b>2 médailles</b></p> <p>de platine</p>	<p>Obtenir</p> <p><b>5 médailles</b></p> <p>de platine</p>	<p>Obtenir</p> <p><b>8 médailles</b></p> <p>de platine</p>

# Valoriser

les démarches responsables  
locales

Depuis 2016, Altavia s'appuie sur le programme de notation international Ecovadis pour mesurer la maturité RSE de nos activités et **valoriser ainsi les démarches responsables locales**. Nous avons en effet choisi volontairement de réaliser cet exercice au sein de toutes nos entités. **L'évaluation business unit par business unit témoigne de notre volonté de progresser au plus près de nos clients, de nos partenaires et de notre Capital Humain.**



**6 médailles  
de platine**



**8 médailles  
d'or**



**9 médailles  
d'argent**



**23 business units évaluées  
par Ecovadis soit 86% du chiffre  
d'affaires en 2020**

ALTAVIA ACT • ALTAVIA AURA • ALTAVIA BALTICS • ALTAVIA CESKÁ  
ALTAVIA CHINA • ALTAVIA COSMIC • ALTAVIA DEUTSCHLAND • ALTAVIA DISKO  
ALTAVIA FIL ROUGE • ALTAVIA HRG • ALTAVIA HTT • ALTAVIA IBÉRICA  
ALTAVIA ITALIA • ALTAVIA JAPAN • ALTAVIA JETPULP • ALTAVIA KAMIKAZE  
ALTAVIA KOREA • ALTAVIA LILLE • ALTAVIA MIDDLE EAST • ALTAVIA NANTES  
ALTAVIA PARIS • ALTAVIA ROMÂNIA • ALTAVIA UNITE



# Agir de manière éthique

partout où nous sommes

**Conformément aux exigences de la loi relative à la transparence, à la lutte contre la corruption et à la modernisation de la vie économique, dite Sapin 2, les mesures anti-corruption ont été mises en œuvre dans l'ensemble de nos entités. Ces mesures sont explicitées et diffusées à travers notre politique Capital Humain "L'art et la manière d'Altavia". Leur application est contrôlée régulièrement lors des audits internes menés sur site. Depuis 2017, aucun incident n'a été remonté via le dispositif d'alerte interne mis en place.**

Suite à la publication de nouvelles recommandations en 2021, le Groupe a effectué une analyse permettant de mettre en évidence les zones sur lesquelles Altavia doit renforcer son dispositif. Une roadmap de mise en conformité a été définie et présentée au Comité d'Audit.

Au-delà du contexte réglementaire, Altavia sensibilise ses fournisseurs à l'anti-corruption et exige de leur part de s'engager à respecter le code de conduite "Responsible Business Partner Policy". L'identification de risques enclenche une procédure d'audit pour les entreprises concernées.

Pour assurer à ses employés un niveau de protection aussi élevé que pour ses clients, Altavia a mis en œuvre une approche globale de protection des données, renforcée en 2019 conformément au nouveau Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD).

## Responsible Business Partner Policy





# Positive for Humans





# Faire de l'Humain le cœur de notre capital

**C**omme partout ailleurs, la crise sanitaire de la Covid-19 a bouleversé notre façon de travailler et les collaborateurs d'Altavia ont dû s'adapter très vite à de nouveaux modes de fonctionnement. Isolement, anxiété, stress, décloisonnement entre vie personnelle et vie professionnelle... autant de maux qui peuvent toucher nos collaborateurs et que nous avons cherché à prévenir à travers un dialogue renforcé en cultivant la proximité qui nous est chère, une cellule psychologique dédiée et une vigilance accrue grâce à la formation de 300 managers sur le management à distance ainsi que la détection des risques psycho-sociaux.

Être un Groupe à impact positif, c'est donc d'abord prendre soin de notre Capital Humain en préservant la santé physique et mentale de nos collaborateurs. En effet, proposer un environnement de travail sûr et sain en menant des actions concrètes en faveur de la qualité de vie au travail, dans le respect des principes de l'Organisation Internationale du Travail, est la première brique de notre politique Capital Humain, "l'Art et la manière d'Altavia".

Avoir un impact positif, c'est aussi mettre notre énergie et notre enthousiasme au profit du développement de nos talents partout où nous sommes implantés.

Fort de cette multi-culturalité et de la diversité des métiers qui le caractérisent, le Groupe Altavia a l'ambition d'accueillir les meilleurs profils et de leur proposer un environnement de travail optimal et propice au développement des compétences et à l'épanouissement professionnel. Après avoir amélioré et harmonisé le suivi des carrières en 2020, le Groupe a lancé en 2021 un programme inclusif dédié à l'identification et l'émergence de talents visant la transmission réciproque et le partage interculturel accessible à tous les niveaux d'expérience.

C'est l'engagement que nous prenons envers nos collaborateurs. Notre Capital Humain est notre première richesse et nous avons à cœur de promouvoir une culture et des valeurs communes tout en cultivant notre diversité. Cela fait sens pour un Groupe international comme Altavia, où toutes les générations sont représentées, et où les effectifs comptent autant de femmes que d'hommes dans 45 pays.

Notre claim "Retail for Humans" est le reflet de l'esprit de notre politique Capital Humain : depuis sa création, Altavia défend et promeut un commerce ouvert et vivant, créateur de rencontres, de mélanges et d'opportunités. Un commerce radicalement humain.

**Karine Mittelette**  
Directrice Capital Humain

# OBJECTIFS 2023

**DÉVELOPPER  
LES TALENTS**

**Lancement du  
programme Talents**

**Renforcement de  
la formation et du suivi  
des collaborateurs**

**PROMOUVOIR  
LA DIVERSITÉ**

**Une multitude de profils  
répartis sur 4 continents**

**Dispositif interne pour  
signaler les cas  
de discrimination  
ou de harcèlement  
(aucune alerte  
en 2020 et 2021)**

**GARANTIR  
L'ÉGALITÉ  
SALARIALE  
ENTRE LES  
FEMMES ET  
LES HOMMES**

**Déploiement du reporting  
extra-financier à l'échelle  
du Groupe pour identifier  
les potentiels écarts  
de traitement entre  
les collaboratrices  
et les collaborateurs**

**PROPOSER UN  
ENVIRONNEMENT  
DE TRAVAIL  
OPTIMAL**

**Agilité et adaptation  
de nos modes de travail  
depuis le début de la  
pandémie de la Covid-19**

**Notre priorité : la santé  
et la sécurité de  
nos collaborateurs**



# Développer nos talents



**90%**  
en contrat à durée  
indéterminée ou équivalent

**60%**  
de Talents reviews  
réalisés

**85%**  
des entretiens  
de progrès réalisés

L'ambition du **programme Talents** est de favoriser le développement des collaborateurs de façon plus structurée, inclusive et agile en cassant les silos et en favorisant la mobilité interne.

La première phase consiste à déployer de septembre 2021 à juin 2022 un programme de mentoring qui bénéficiera à 23 binômes de collaborateurs. Il s'agit de promouvoir des jeunes talents, accompagnés par des collaborateurs plus expérimentés d'horizon différent au sein de notre organisation.

Ce programme vise à optimiser les échanges entre générations, partager l'expertise et les connaissances, et faciliter la mise en commun des compétences.

Nous renforçons également notre **politique de formation** en adéquation avec nos enjeux opérationnels et les besoins exprimés des collaborateurs :

- Développer les **performances commerciales** par la maîtrise de la relation client et prospect
- S'adapter aux changements en **anticipant les évolutions techniques et métiers**
- Renforcer l'**efficacité professionnelle** par des moyens adaptés
- **Répondre à des enjeux futurs** et au développement de nouvelles compétences



\*Inclus dans les 2 500 personnes travaillant dans la sphère Altavia (dont de nombreux indépendants).

# Promouvoir la diversité

Hommes **46%** Femmes **54%**



Répartition des effectifs

**49%**  
en France

**40%**  
reste de l'Europe

**11%**  
en Asie et en  
Amérique du Nord

**1,2%**  
de collaborateurs en  
situation de handicap

Altavia valorise la diversité, exprimée notamment par la multiplicité des parcours des collaborateurs, la représentativité et la valorisation de toutes les générations.

Via notre reporting, des indicateurs de suivi de l'égalité entre les femmes et les hommes ont été étudiés depuis 2020. Ces indicateurs sont fondés sur l'indice français d'égalité professionnelle. **Notre objectif est d'effacer tout écart de traitement (rémunérations, avantages, responsabilités) non justifié entre une femme et un homme à poste égal d'ici 2023.**


## Des business units engagées pour la diversité des talents en entreprise

**Altavia en France** participe chaque année à la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées. Les équipes se mobilisent pour sensibiliser les collaborateurs et améliorer les dispositifs d'intégration. En 2020, un point d'actualité sur la réforme de l'OETH (Obligation d'Emploi des Travailleurs Handicapés), un quiz, et le témoignage d'un ESAT ont été organisés en distanciel.

**Altavia Canada** laisse la parole aux collaborateurs pour s'exprimer à travers des sondages et des discussions mensuelles. Dans ce contexte marqué par le mouvement Black Lives Matter, la business unit a revu sa politique diversité afin de renforcer son dispositif de prévention du harcèlement.

## Soyoung Choi,

**DIRECTRICE GÉNÉRALE D'ALTAVIA KOREA**

 *Depuis la fin d'année 2018, une personne à temps partiel en situation de handicap a rejoint l'équipe, et la cohésion est forte. Les confinements ont limité nos retrouvailles, mais 2020 aura été l'occasion de réaliser une formation en ligne pour améliorer notre conscience du handicap."*

# Préserver le bien-être

de nos collaborateurs

Face à la crise sanitaire sans commune mesure, dès mars 2020, des actions de prévention et d'accompagnement ont été mises en place au niveau de toutes les entités du Groupe :

- Mise en place d'une **cellule quotidienne de gestion de crise**, composée des membres du Comité Exécutif.
- **Généralisation du télétravail** et mesures spécifiques en cas de travail sur site (contraintes de production).
- **Formation de 150 managers au management à distance, et 150 à la détection des risques psycho-sociaux.** En France, déploiement de formations dans le cadre du Fonds National de l'Emploi.
- Compensation des bas salaires placés en activité partielle, en fonction du contexte du pays. En France, les salaires inférieurs à 28k euros bruts annuels ont été compensés à 100% en région parisienne (25k euros en province).
- **Mise en place d'une cellule psychologique accessible à tous.**
- Désignation d'un **réfèrent Covid par site.**
- Mise en place des **protocoles sanitaires adaptés** et validés par un tiers dans chaque BU.
- **Échanges réguliers** en visioconférence, moments de détente et séances de sport.



**Stuart Becker,**

**DIRECTEUR GÉNÉRAL DE ALTVIA HRG**

« Nous encourageons les équipes à s'exprimer ouvertement et à partager leurs expériences, afin qu'elles se sentent bien dans leur environnement de travail. Nous avons renforcé nos actions dès le premier confinement : réunions d'agence fréquentes en visioconférence, des activités comme des séances de yoga et de méditation, création d'une liste des règles d'or pour notre bien-être... Tout est fait pour maintenir la convivialité et les interactions sociales. J'ai aussi tenu à garder personnellement le lien avec chaque collaborateur en les appelant régulièrement, pour prendre de leurs nouvelles. »



# Approfondir le dialogue

avec nos collaborateurs

Des enquêtes de satisfaction et des baromètres Capital Humain sont régulièrement mis en œuvre au sein des équipes, permettant d'apprécier anonymement la satisfaction et les risques potentiels.

Une plateforme permettant une mesure du niveau de satisfaction et de stress, ainsi que le recueil de propositions d'amélioration, est en test. Elle a été déployée pour **Altavia Paris** et **Altavia Connect**. Ce modèle fonctionnant de manière participative et volontaire vise à fluidifier le dialogue managérial, et à améliorer notre performance collective et notre façon de travailler.

**80% / 74%**

sont satisfaits de leur travail  
au sein d'Altavia

**79% / 74%**

ont un ressenti positif  
concernant le stress au travail

**93%**  
satisfaits de leur  
expérience du télétravail\*

BAROMÈTRE DE QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL  
ALTAVIA AURA ET ALTAVIA JETPULP\*\*

**86,1%**

sont satisfaits de la qualité  
des relations entre  
collaborateurs

**83,5%**

ont le sentiment qu'on  
leur donne l'opportunité  
de développer leurs  
compétences

**88,8%**

se sentent écoutés  
lors des prises de décision

**88,5%**

se sentent intégrés  
dans leur équipe

\*Information disponible uniquement pour Altavia Paris. \*\*L'enquête a été menée simultanément pour les 2 BUs.





## Agir pour l'inclusion grâce au Positive Sourcing<sup>®</sup>

**N**os achats sont un formidable levier pour un impact positif. Il ne s'agit pas seulement de ce que nous achetons, mais aussi où nous l'achetons. Altavia s'engage depuis longtemps à promouvoir une chaîne d'approvisionnement responsable, en luttant contre les discriminations et les inégalités, mais aussi en soutenant les entreprises et les régions défavorisées. Notre démarche de Positive Sourcing s'appuie donc sur 5 grandes catégories de fournisseurs socialement engagés. Nous avons de fortes ambitions pour les années à venir et sommes sur la bonne voie. Sur le premier semestre 2021, 11% des montants d'achats en Europe ont été réalisés dans le cadre de notre programme Positive Sourcing (17% si on exclut les achats directs de papier). Nous nous sommes fixé l'ambitieux objectif de 15% de croissance d'ici 2025 (25% en excluant les achats de papier). Nous avons cartographié notre chaîne d'approvisionnement et actuellement 600 de nos fournisseurs sont classés comme socialement engagés.

Nous avons l'ambition de faire passer ce chiffre à 800 fournisseurs d'ici 2025. Ces objectifs dépendent des stratégies d'approvisionnement de nos clients et sont susceptibles de changer.

S'il y a une chose que la pandémie nous a apprise, c'est que la communauté locale est essentielle. En tant que Groupe mondial de marketing execution et de creative commerce, opérant dans plus de 70 sites dans le monde, nous savons ce que signifie "local" ! Chacune de nos business units soutient les fournisseurs dans et autour de leurs communautés, en veillant à ce que les entreprises socialement positives soient suffisamment soutenues, que ce soit en travaillant avec elles ou en appliquant des conditions de règlements appropriées.

Notre slogan, "Retail for Humans", reflète cet engagement et cette préoccupation constante. Nous œuvrons pour un écosystème positif, impliquant nos équipes, nos fournisseurs, nos partenaires et nos clients dans cette vision du retail.

**Jon Wellings**  
Directeur Général Europe du Nord



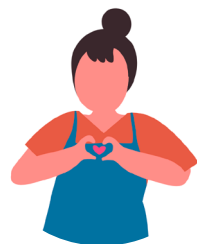
**POSITIVE SOURCING :  
NOTRE DÉMARCHE D'ACHATS RESPONSABLES  
À IMPACT SOCIAL POSITIF - INCLUSION**

## 5 CRITÈRES



### **Les entreprises employant des personnes en situation de handicap**

Valoriser les démarches pour recruter, soutenir, intégrer et maintenir dans l'emploi des personnes handicapées.



### **Les entreprises dirigées par une ou des femmes**

Promouvoir l'entrepreneuriat féminin, qui est minoritaire dans la plupart des secteurs d'activité.



### **Les petites entreprises**

Être aux côtés des acteurs économiques locaux, pour consolider l'emploi et la cohésion sociale.



### **Les entreprises situées dans des zones défavorisées**

Avoir une attention particulière pour ces zones qui correspondent par exemple à certaines zones rurales, ou à des régions où le taux de chômage est élevé.



### **Les entreprises d'insertion sociale**

Soutenir les structures qui intègrent dans la vie professionnelle des personnes en situation de fragilité, comme les chômeurs de longue durée, les personnes souffrant d'addictions ou les anciens détenus.

Au sein d'Altavia, nous avons développé, sur la base de 5 critères, une approche structurée afin d'identifier nos fournisseurs à impact positif.

Sur la base d'un questionnaire RSE et d'une grille d'évaluation, les fournisseurs sélectionnés seront valorisés auprès de nos clients dans le but de construire avec eux des partenariats solides s'inscrivant dans une démarche de Positive Sourcing.

## OBJECTIFS 2023

Augmenter  
nos achats de  
**5%**  
par rapport aux  
montants attribués  
aux entreprises éligibles  
au Positive Sourcing  
en 2020

### INDICATEURS DE SUIVI

Part des achats attribués  
à des entreprises  
répondant aux critères  
du Positive Sourcing

### RÉSULTATS ET ACTIONS PHARES 2020-2021

**11%**  
des achats attribués  
aux entreprises éligibles  
au Positive Sourcing  
(17% hors achats papier)

# Des partenariats pour l'inclusion



Depuis 2016, Altavia s'appuie sur le partenariat avec le réseau Gesat en France pour développer les achats inclusifs. En novembre 2020 à l'occasion de la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées, près de 20 personnes du département Achats et différentes entités opérationnelles ont été formées sur les leviers pour développer et pérenniser les achats auprès des Entreprises Adaptées et des Établissements et Services d'Aide par le Travail (ESAT).

**Dans le reste de l'Europe, plusieurs business units se démarquent en 2020 grâce aux montants d'achats significatifs à impact positif (30% et plus de leur chiffre d'achat global) :**

- **Altavia Hrvatska**, basée en Croatie, réalise une performance de 66% en Positive Sourcing, dont 70% auprès d'entreprises d'insertion professionnelle.
- **Altavia Hellas** (Grèce) égale ce ratio auprès d'entreprises inclusives, travaillant ainsi majoritairement avec des petites entreprises et des entreprises d'insertion professionnelle qui emploient notamment des détenus.
- **Altavia Deutschland**, avec 38% de ses achats auprès d'entreprises inclusives, se démarque par un engagement pris auprès d'entités partenaires dirigées par des femmes.
- **Altavia Polska** (38% des achats) collabore avec des fournisseurs offrant des opportunités d'emploi à des personnes en situation de handicap et à des détenus. Une performance forte, car en augmentation de 110% en 2020 par rapport à 2019. Cette même tendance a été réalisée auprès des entreprises situées en zone économique fragile.
- **Altavia Italia** renforce les partenariats noués avec des coopératives sociales œuvrant pour la réinsertion de personnes en grande difficulté, soit 30% de leur montant total d'achats.





## Soutenir le micro-commerce avec Altavia Foundation

**A**ltavia Foundation est née de la volonté de soutenir les acteurs du micro-commerce et de contribuer à la revitalisation des territoires. Pourquoi le micro-commerce ? Parce que la micro-activité (commerce, artisanat, prestation de services) présente une formidable opportunité pour des personnes en situation de précarité et éloignées de l'emploi de prendre un nouveau départ professionnel. Le micro-commerce est aussi vecteur de lien social et nous savons l'importance que celui-ci revêt en cette période de crise.

Concrètement, notre objectif est d'inspirer, d'accompagner les "petits commerçants", et de déclencher des vocations dans la micro-activité. Notre première action est le développement de notre plateforme d'inspiration qui

rassemblera les modèles de micro-commerce inspirants, prêts à être dupliqués, qu'il s'agisse d'épicerie ambulantes, de services informatiques à domicile ou de foodtrucks.

Altavia Foundation s'engage également aux côtés d'associations qui œuvrent sur le terrain pour mettre en place des projets inclusifs et innovants, et ainsi permettre à des porteurs de projets de se réinsérer par le biais du micro-commerce.

Enfin, après nos premiers pas sur le territoire français, nous comptons déployer le dispositif partout où nous sommes implantés en nous appuyant sur notre réseau d'ambassadeurs en BU et les collaborateurs qui pourront s'engager en participant notamment à des projets de mécénat de compétences.

**Coralie Abram-Palti**  
*Directrice Altavia Foundation*

# La plateforme d'Altavia Foundation



 altavia.foundation

10 INÉGALITÉS RÉDUITES



## Sa vocation ?

Inspirer les futurs gérants et gérantes de micro-activités, et les guider dans leur cheminement en les orientant vers de potentiels annuaires ou réseaux existants.

Le lancement de cette plateforme est un acte très fort pour Altavia Foundation qui a eu la volonté d'être opérationnelle et d'apporter une aide très concrète dès son lancement en 2020. Ce projet mobilise les énergies et montre l'engagement à long terme d'Altavia Foundation car il va nécessiter une mise à jour régulière pour offrir aux utilisateurs des informations valides et de qualité.

## Quel engagement des collaborateurs ?

Au sein du Groupe, Altavia Foundation s'appuie sur un réseau de 45 ambassadeurs qui ont pour mission d'identifier les potentielles associations bénéficiaires sur leur territoire et de renforcer la sensibilisation en interne.

Depuis le lancement d'Altavia Foundation, de nombreuses business units, comme **Altavia JETPULP, Altavia Disko, Altavia AURA et Altavia Paris**, se sont impliquées sous forme de mécénat de compétences :

- **Conception de l'interface**
- **Identité visuelle**
- **Conseil en référencement**
- **Rédaction du contenu**



# Nos engagements philanthropiques



**Altavia China** soutient le programme Jeune boulanger de Shanghai visant l'insertion professionnelle de jeunes ayant interrompu leurs études suite à une situation familiale difficile.



**Altavia Polska** et **Altavia Kamikaze** se mobilisent par une course au profit des personnes en situation de handicap avec la fondation polonaise Business Run.



**Altavia HRG** a collecté 2200£ pour la fondation Lily Mae, soutenant les parents après une mortinaissance, un décès néonatal, une fausse couche ou une interruption médicale de grossesse.



Sensibilisation à la non-voyance et la malvoyance avec Jazz, chien guide d'aveugles, accueilli au sein d'**Altavia Polska** pendant 10 mois.



**Altavia Canada** a défini et mis en œuvre à titre pro bono le site web de l'association caritative "The For GOOD foundation", qui transforme les récoltes excédentaires en produits alimentaires pour ceux qui en ont besoin.



# Positive for the Planet

# Opérer notre transition

vers une économie  
bas-carbone

13 MESURES RELATIVES  
À LA LUTTE CONTRE  
LES CHANGEMENTS  
CLIMATIQUES



## 16

de nos business units  
ont réalisé un Bilan Carbone  
Simplifié en 2021 (19 l'auront  
fait d'ici la fin de l'année)

## 73%

du chiffre d'affaires  
du Groupe représenté  
(75% d'ici fin 2021)

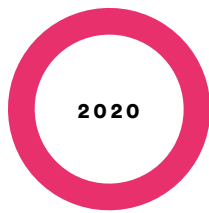
**Sans conteste, le changement climatique d'origine anthropique et l'érosion de la biodiversité fragilisent le vivant. Les entreprises doivent s'aligner sur le seuil de 1,5 °C fixé par les Accords de Paris lors de la COP 21, afin de maintenir des conditions de vie favorables sur notre planète.**

Conscient de sa propre responsabilité, le Groupe Altavia s'engage pour des modèles responsables et résilients, avec pour objectifs de contribuer à la neutralité carbone de notre chaîne de valeur et de renforcer notre engagement historique pour la préservation des forêts.

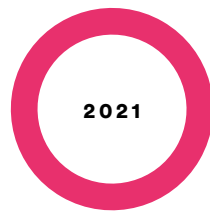
# Notre feuille de route

une décennie d'implication pour le climat

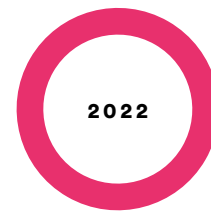
Nous visons la neutralité carbone pour notre écosystème, en participant à la lutte contre le changement climatique, en étant une entreprise alignée avec la "Science Based Targets initiative" (scénario +1,5 °C d'ici 2030).



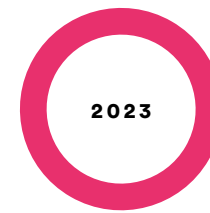
Renforcement de la démarche **Climat Groupe** : précision de notre méthodologie



Réalisation de "**Bilans Carbone Simplifiés**" de nos business units  
Engagement volontaire dans le programme "**FRET21**"



Engagement du Groupe dans une démarche "**Science Based Targets**"  
Accélération de notre programme d'actions



100% de nos émissions "**corporate**" sont mesurées et compensées sur l'ensemble du Groupe



Altavia réduit de 50% ses émissions de GES par rapport à 2019



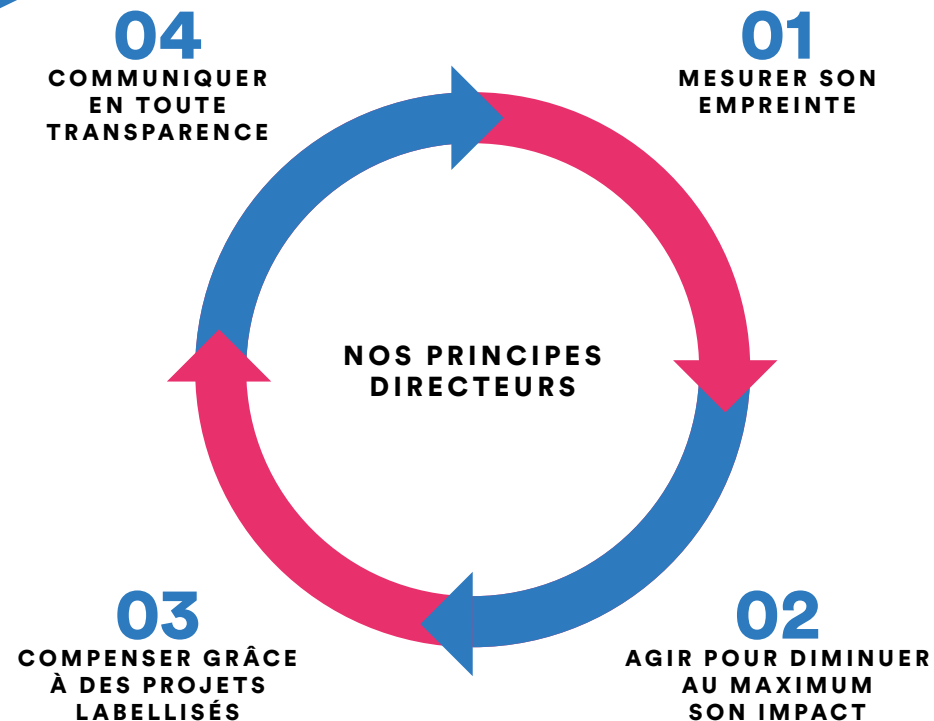
26<sup>e</sup> Conférence des Parties des Nations Unies sur le changement climatique (COP26) à Glasgow

Parution de la norme ISO 14068 sur la **neutralité carbone**

Le monde s'aligne sur les Accords de Paris, en ne dépassant pas la **trajectoire +1,5 °C**



# Une démarche structurée



**Guidé par l'action et l'amélioration continue, le Groupe Altavia construit une feuille de route climat séquencée en plusieurs étapes. La première est la réalisation de Bilans Carbone dits "Simplifiés" (prise en compte du scope interne à nos agences, c'est-à-dire l'énergie qu'elles consomment, les déplacements de nos salariés, les achats de matériel informatique...), afin d'accélérer aisément sur le sujet au plus près de nos business units.**

La prochaine étape est l'élargissement du périmètre de nos Bilans Carbone aux émissions indirectes (transports des matières premières et des produits finis, analyse des impacts de nos produits et de nos services).

Une fois les Bilans Carbone réalisés, l'équipe RSE identifie avec les business units des actions concrètes de réduction des émissions de GES.

Enfin, les business units contribuent à la neutralité carbone à travers le financement de projets dits de compensation. Le Groupe privilégie des initiatives qui répondent à plusieurs Objectifs de Développement Durable et qui sont auditées, notamment sur des référentiels tels que Gold Standard ou VCS-Vera.

# Nos contributions

à la neutralité carbone

**Des actions concrètes de réduction des émissions de GES sont élaborées au niveau des business units. Il s'agit dans un premier temps de limiter l'impact lié aux déplacements de nos collaborateurs ou de notre consommation d'énergie. Nos business units soutiennent une diversité de projets durables à travers le monde, comme l'illustrent ces différents exemples.**

**Au premier semestre 2021, 6 business units "neutres en carbone" sur leur périmètre interne :**

ALTAVIA ACT • ALTAVIA HTT • ALTAVIA IBÉRICA  
ALTAVIA KAMIKAZE • ALTAVIA MIDDLE EAST & ODG

Nous estimons qu'au moins 10 business units les rejoindront d'ici la fin de l'année, les démarches de validation administratives étant en cours au moment de l'écriture de cette COP.

**Leïla Belbachir,**

**CHEF DE PROJETS QUALITÉ & RSE ALTAVIA PARIS**

« En novembre 2020, Altavia Paris a réalisé un audit énergétique sur sa flotte automobile et sur son bâtiment. Nous avons ainsi constaté que les travaux de rénovation sur notre site avaient permis de réduire de plus de 50% la consommation d'énergie, et de plus de 80% les émissions de CO<sub>2</sub>. Notre Bilan Carbone Simplifié est réalisé, et nous sélectionnerons avec nos collaborateurs un projet de compensation lors de la Semaine du Développement Durable 2021. »

**Karolina Rybus,**

**AMBASSADRICE RSE ALTAVIA KAMIKAZE**

« L'écologie est importante pour nous, et ce ne sont pas que des mots. Alors, en plus du Bilan Carbone Simplifié et du soutien à un projet de compensation, nous souhaitons agir nous-mêmes. Ainsi, nos collaborateurs sont allés aider la Fondation Aeria Futuro à planter 500 arbres en Pologne. »



# Nos actions

en matière de compensation

Projet d'agroforesterie  
et d'agriculture durable  
au Kenya, soutenu par  
**Altavia ODG**



Projet d'énergie  
renouvelable grâce  
aux éoliennes en  
Turquie, soutenu par  
**Altavia Ibérica**



**Ludovic Noël,**

**DIRECTEUR GÉNÉRAL ALTAVIA AURA & JETPULP**

**«** Au-delà de nos engagements RSE existants, nous avons choisi en 2021 de progresser sur l'impact climat de notre agence. Après un Bilan Carbone, nous avons demandé à nos collaborateurs de voter pour le projet de compensation qu'ils plébiscitent. Et nous engageons maintenant un plan de réduction de nos émissions de CO<sub>2</sub>.**»**

**Lee Hodges,**

**AMBASSADEUR RSE ALTAVIA UK**

**«** Depuis 2015, nous travaillons avec le World Land Trust pour nous aider à mesurer, réduire puis compenser nos émissions inévitables de gaz à effet de serre dans nos deux bureaux britanniques. Nos contributions sont investies dans la protection des forêts tropicales et d'habitats écologiquement importants à travers le monde, au Vietnam et au Guatemala par exemple. D'autre part, nous compensons nos achats de papier sans coût supplémentaire pour nos clients, et nous nous engageons à planter un arbre au Royaume-Uni pour chaque tonne de CO<sub>2</sub> compensée.**»**

# Progresser ensemble

sur le chemin  
de l'éco-conception

12 CONSOMMATION  
ET PRODUCTION  
RESPONSABLES



L'éco-conception est, au-delà d'un processus d'optimisation, une manière de raisonner et de concevoir les produits et les services à destination de nos clients.

Les équipes d'Altavia s'adaptent en permanence aux exigences de leurs clients, aux contextes locaux, et aux opportunités pour réaliser des produits bien pensés préservant les ressources. Nous intégrons par conséquent leurs évolutions à tous les niveaux de leur cycle de vie, réduisant ainsi leur impact environnemental.

Pour le Groupe, cela se traduit par des actions à différents niveaux :

- **la création de notre marque** Ecopublishing, qui intègre 5 critères d'éco-conception pour nos supports imprimés sur papier (matière première certifiée, papetier performant au niveau CO<sub>2</sub>, imprimeur labellisé au niveau environnemental, recyclabilité du produit fini, transporteur utilisant des véhicules moins polluants).
- **la diffusion de conseils et bonnes pratiques** basés notamment sur les directives de l'organisme français Citéo.
- **l'élaboration d'un guide** pour l'éco-conception des PLV à destination de nos business units.
- **le lancement d'un groupe de réflexion** multi-compétences pour accélérer le déploiement de l'éco-conception, ainsi que la formation de nos équipes.



ecopublishing®



# Nos réalisations

## Quelques exemples

- **Altavia Lille** a imaginé une **PLV réutilisable**, augmentant considérablement sa durée de vie et optimisant donc son impact.
- **Altavia Paris** s'engage à accompagner ses clients **vers des productions plus responsables**, et propose des solutions adaptées à tous.
- Pour l'édition 2021 de "l'Inspiration Day", **Altavia Ibérica** a rassemblé ses équipes et celles de son client majeur pour un événement 100% digital. L'occasion, malgré la pandémie, de **partager les innovations du marché et les alternatives durables**.
- **Altavia Canada** a organisé en 2020 une **formation sur l'éco-conception** et une autour de la **stratégie RSE de l'entreprise**. Action similaire en Belgique, où Altavia Act organise des formations en économie circulaire et de design thinking.
- **Altavia Fil Rouge** propose à ses clients des nouvelles matières plus responsables, sans PVC, et des outils de production en adéquation avec les problématiques environnementales. Un groupe projet permanent traite **les problématiques RSE** au sein même de l'agence.

Découvrez en vidéo les initiatives d'**Altavia Lille** et **Altavia Paris** en cliquant sur les images ci-dessous :



# Sensibiliser

notre écosystème  
à la RSE

**La nécessité de protéger l'environnement et notre ambition d'être les leaders d'un écosystème retail à impact positif donnent légitimement au Groupe Altavia la capacité d'entraîner ses parties prenantes, internes et externes, dans des actions de sensibilisation au développement durable.**

A tous les niveaux de l'entreprise, nous organisons ainsi des événements avec nos collaborateurs et nos partenaires pour les aider à mieux appréhender ces enjeux et les sensibiliser.



**Altavia Italia** a inauguré en 2021 le projet Fashion Retail qui vise à sensibiliser les acteurs de la mode et les accompagner dans leur transition écologique et digitale.



**Altavia Paris** organise des temps forts dans l'année, à travers des ateliers collaboratifs RSE sur le site de Saint-Ouen pour sensibiliser les collaborateurs. L'événement des Semaines du Développement Durable est aussi une occasion de renforcer leur implication. En 2020, plus de 250 personnes avec près de 15 animations différentes ont été ainsi mobilisées.



**Altavia ACT** a mis ses compétences en conseil et création au service de la ville de Bruxelles afin de sensibiliser les citoyens belges à ne plus laisser leurs déchets dans les parcs au travers de la campagne "We are park". Ce projet a également permis de collaborer avec les magasins alentour à l'origine de ces emballages.

**Altavia China** mène chaque semaine des actions de sensibilisation sur des thématiques RSE ciblées, comme pour la Journée de la Terre. Cette dynamique permet des publications régulières sur les réseaux sociaux à destination des collaborateurs et des parties prenantes externes.





COMMUNICATION  
SUR LE PROGRÈS



Ceci est notre **Communication sur le Progrès** sur la mise en oeuvre des Dix principes du **Global Compact des Nations Unies** et soutenant les objectifs des Nations Unies.

Nous apprécierions vos commentaires sur son contenu.

