

PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES

# COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS

2020-2021

L'ESSENTIEL

 altavia

P.03  
**ÉDITO**

P.04  
**ALTAVIA  
EN BREF**

P.06  
**NOTRE  
AMBITION**

P.10  
**OUR LICENSE  
TO OPERATE**

P.11  
**POSITIVE  
FOR HUMANS**

P.14  
**POSITIVE FOR  
THE PLANET**

**Ce document est un résumé de notre Communication sur le Progrès 2020-2021.  
Vous pouvez retrouver la version complète sur le site internet du Global Compact.**



**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

**Altavia est le premier réseau mondial dédié au Retail Marketing Service**

**2500**  
PERSONNES

**650**  
CHIFFRE D'AFFAIRES  
CONSOLIDÉ EN 2020\*

**45**  
PAYS  
SUR 4 CONTINENTS

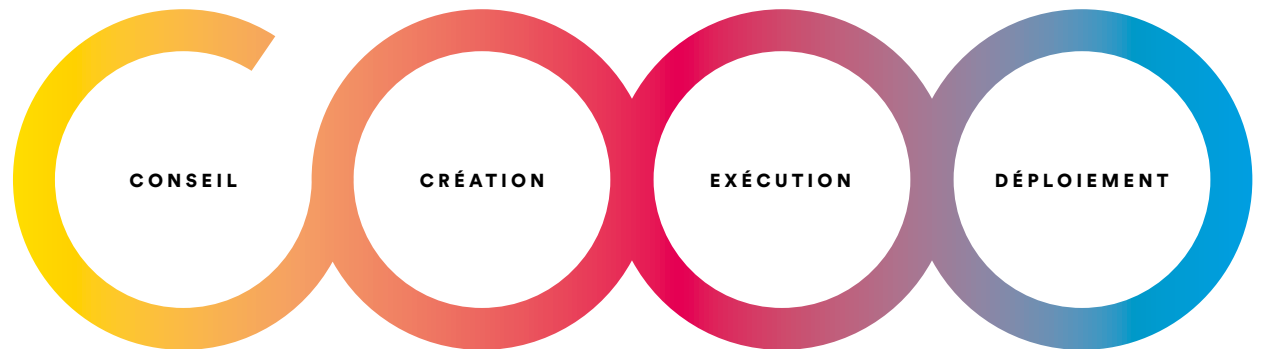
**147,2**  
REVENU BRUT  
2020\*

**+500**  
CLIENTS  
DANS LE MONDE

**3,4**  
RÉSULTAT  
D'EXPLOITATION 2020\*

## Notre mission :

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

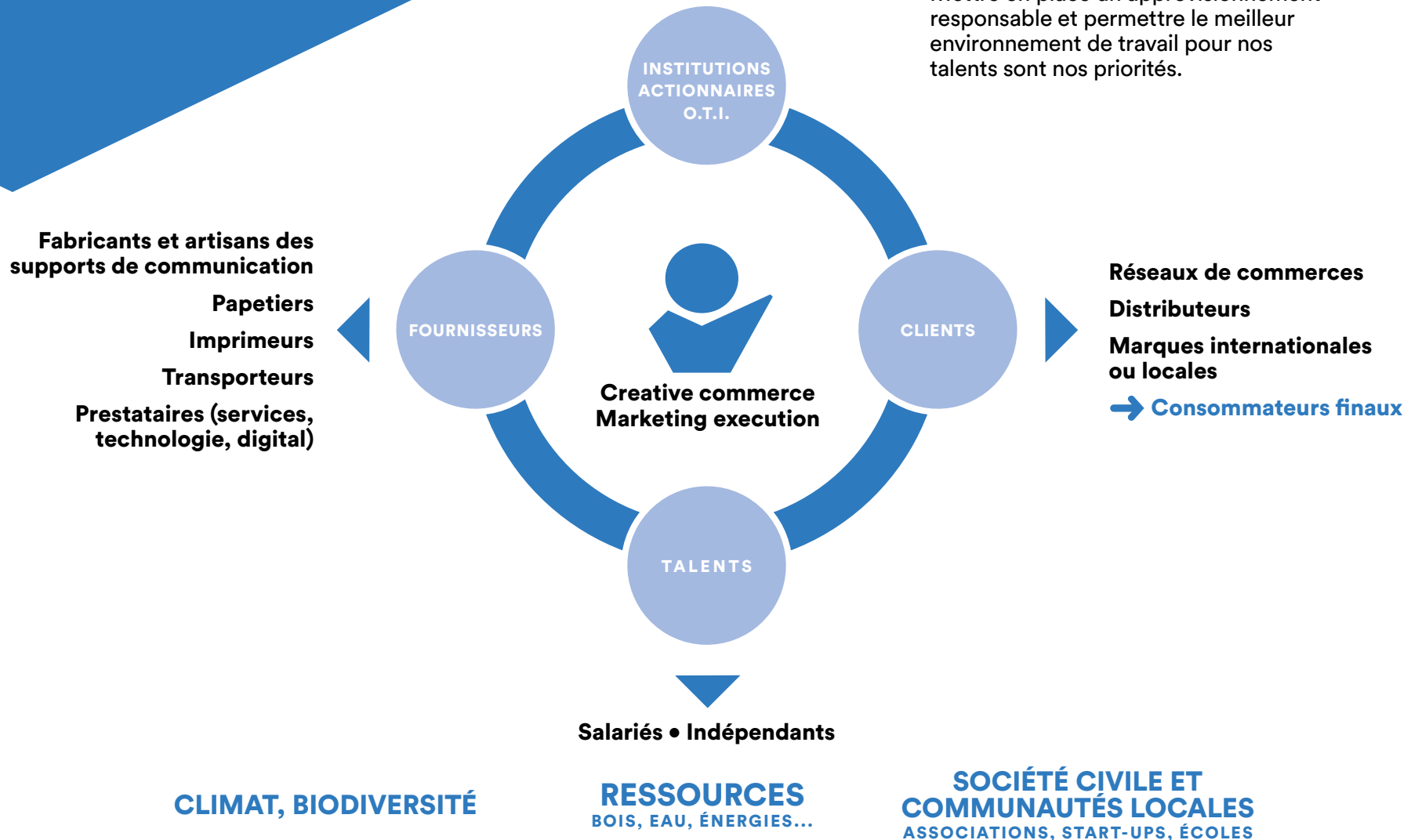


\*En millions d'euros



# Notre modèle d'affaires

Nous nous engageons en tant que partenaire durable de choix de nos clients. **Altavia** travaille avec un panel large et diversifié de fournisseurs, allant de la micro-entreprise aux grands groupes de l'industrie papetière européenne. Mettre en place un approvisionnement responsable et permettre le meilleur environnement de travail pour nos talents sont nos priorités.





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

# Notre engagement

auprès du Pacte Mondial  
des Nations Unies

WE SUPPORT



[Cliquez ici](#)

**2008**

Altavia devient membre  
du Global Compact France

**2010**

Publication de notre première COP

**2018**

Altavia obtient le niveau "Advanced"



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.



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.



Nous guidons nos clients, à travers nos offres et nos services, 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.



En ligne avec les Accords de Paris, nous nous inscrivons dans une dynamique de transformation dans laquelle tous nos collaborateurs et nos partenaires externes nous permettront un jour d'être un groupe zéro carbone.



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



# Altavia, un collectif engagé à tous les niveaux de l'entreprise



“Acheteur majeur de matières premières (papier, carton), le Groupe Altavia est extrêmement vigilant quant à son mode d’approvisionnement au niveau social et environnemental. 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.”

**Laurence Bosshard, Directeur des achats**



“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. 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.”

**Karine Mittelette,  
Directrice Capital Humain**

“En tant qu’acteur de la communication, nous agissons 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. L’intégration des critères ESG dans la mesure de notre performance et nos prises de décision est essentielle à la durabilité de notre activité.”

**Katia Ruet, Secrétaire Générale**



“Nos achats sont un formidable levier pour un impact positif. Avec notre démarche Positive Sourcing, nous nous engageons 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.”

**Jon Wellings, Directeur Général Europe du Nord**



“Altavia Foundation est née de la volonté de soutenir les acteurs du micro-commerce et de contribuer à la revitalisation des territoires. 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.”

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





# 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

**93%**

part achats papier  
certifié FSC®  
ou PEFC

**11%**

part achats  
Positive Sourcing

**73%**

taux de couverture  
Bilan Carbone  
Simplifié

# Our license to operate



La marque de la  
gestion forestière  
responsable



Promouvoir  
la gestion durable  
de la forêt  
pefc-france.org

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.

**16**  
BUSINESS UNITS  
CERTIFIÉES  
EN EUROPE  
ET EN ASIE



Depuis 2016, Altavia s'appuie sur le programme de notation international Ecovadis pour mesurer la maturité RSE des business units et **valoriser les démarches responsables locales.**



**6 médailles  
de platine**



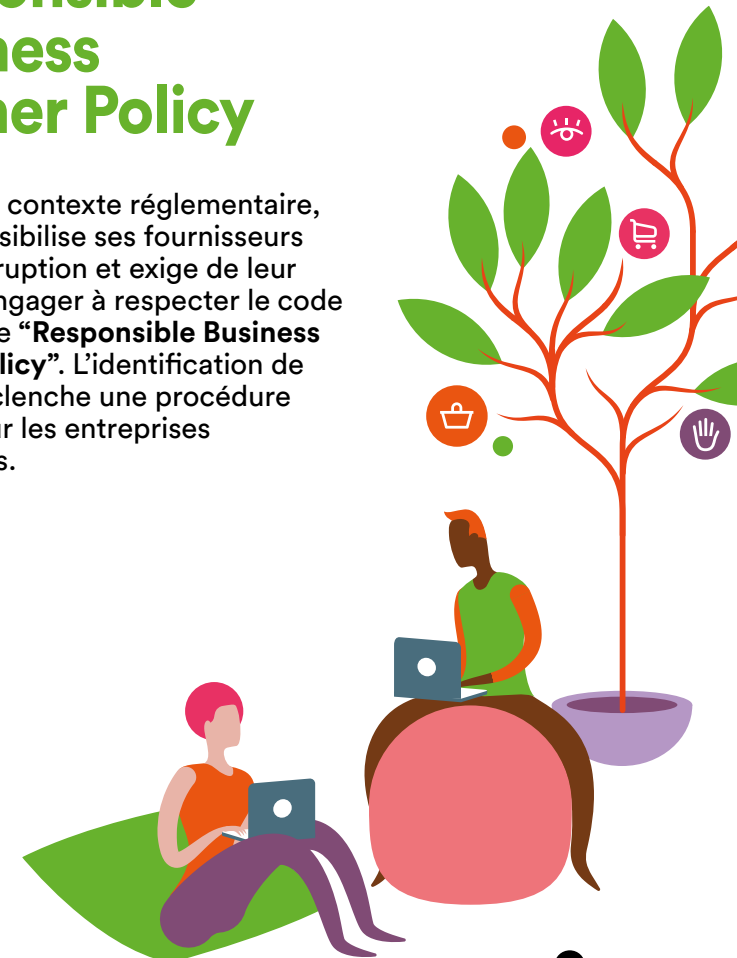
**8 médailles  
d'or**



**9 médailles  
d'argent**

## Responsible Business Partner Policy

Au-delà du contexte réglementaire, Altavia sensibilise ses fournisseurs à l'anti-corrupcion 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.



# Positive for Humans

1843

collaborateurs  
salariés en 2020\*

90%

en CDI

Âge moyen

38  
ans

## 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

Afin de maintenir le bien-être de ses collaborateurs, **Altavia HRG** a renforcé ses actions dès le premier confinement : réunions d'agence fréquentes en visioconférence, des activités comme des séances de yoga et de méditation.

**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.

\*Inclus dans les 2500 personnes travaillant dans la sphère Altavia (dont de nombreux indépendants).

# Positive Sourcing<sup>®</sup>

8 TRAVAIL DÉCENT  
ET CROISSANCE  
ÉCONOMIQUE



**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 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 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 petites entreprises**

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



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

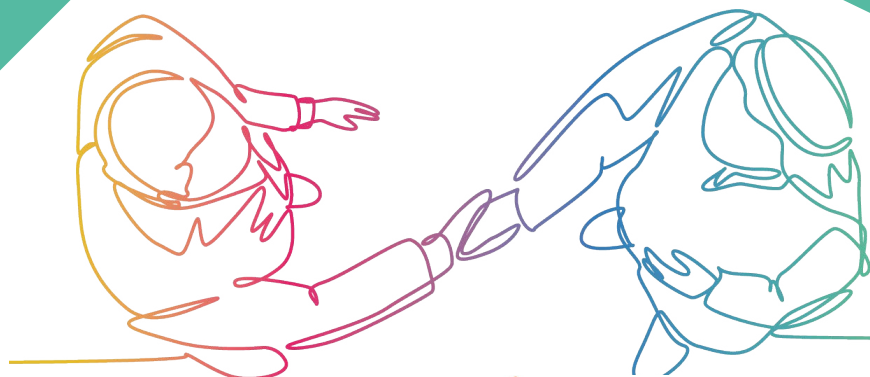
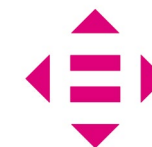
Soutenir les structures qui intègrent dans la vie professionnelle des personnes en situation de fragilité, comme les chômeurs de longue durée, les personnes aux prises avec des addictions ou les anciens détenus.

### **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 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.foundation

## La plateforme d'Altavia Foundation

### 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.

### 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.

## Nos engagements philanthropiques

THE FOR  
GOOD  
FOUNDATION

**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.



**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.



# Positive for the Planet

## OPÉRER NOTRE TRANSITION vers une économie bas-carbone

**Sur l'enjeu climat**, nous voulons contribuer à la neutralité carbone de notre chaîne de valeur, en nous alignant sur les limites fixées par l'accord de Paris lors de la COP 21.

**Sur l'enjeu biodiversité**, notre activité étant historiquement fondée sur l'utilisation du papier, nous voulons nous engager pour la préservation des forêts, en sensibilisant et en agissant avec nos parties prenantes.

# 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)

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).

Nos business units contribuent à la neutralité carbone sur leur périmètre interne, en soutenant une diversité de projets durables à travers le monde.



**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 Aeris Futuro à planter 500 arbres en Pologne. **»**

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

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





# Progresser ensemble

pour un avenir durable

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.



12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



**Altavia Lille** a imaginé une **PLV réutilisable**, augmentant considérablement sa durée de vie et optimisant donc son impact.

Découvrez en vidéo l'initiative d'**Altavia Lille** en cliquant sur l'image.

**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.



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.

