



Altavia – Communication sur le progrès pour le Global Compact Juin 2011

Altavia a adhéré au Pacte Mondial le 15 janvier 2008

Le Développement Durable est pour le groupe Altavia une démarche structurante, pérenne et fédératrice, facteur de progrès pour l'entreprise et son environnement, en cohérence avec nos valeurs, notre éthique : il est inscrit dans notre ADN. Conscients des impacts sociaux, économiques et environnementaux liés à notre activité dans la communication commerciale pour les enseignes à réseau en Europe et en Chine, nous avons eu très tôt à cœur d'intégrer dans notre stratégie le respect des principes du Développement Durable.

Altavia et l'ensemble de ses Business Units s'impliquent au quotidien sur les 4 grands chapitres du pacte Mondial : droits de l'homme, droits du travail, environnement, lutte contre la corruption et transposent ces principes en plans d'actions applicables à travers tout le groupe. A travers cette Communication sur le Progrès, Altavia renouvelle son engagement à respecter et à mettre en œuvre les 10 engagements du Pacte Mondial.

THEMATIQUES 2010

Environnement

Nos engagements envers nos clients : accompagner et encourager un meilleur usage du papier grâce aux certifications FSC et PEFC

Dans le cadre de ses activités de partenaire de commerce et d'expert de la communication commerciale, Altavia a un rôle de conseil auprès de ses clients et promeut un meilleur usage du papier en leur proposant notamment des papiers responsables (recyclés, certifiés, de sources non controversées).

Afin de garantir à ses clients un achat responsable de papier fabriqué à partir de fibres de bois issues de forêts gérées durablement, Altavia s'est donc engagé depuis 2008 dans des démarches de certification FSC (Forest Stewardship Council) et PEFC (Pan European Forest Council). En effet, ces certifications de chaîne de traçabilité sont requises pour toute entreprise négociant des matériaux à base de bois certifié. Grâce à l'apposition sur les produits d'un numéro de certificat propre à chaque société certifiée, elles assurent un suivi du bois depuis la forêt jusqu'au client final.

- Les certifications FSC et PEFC ont été attribuées par Bureaux Veritas à Altavia Paris en 2008.
- Le périmètre a été étendu à Altavia France en 2009 avec la double certification des business units de Saint-Etienne : Altavia Connexion et de Nantes : Altavia Victor. Ces certifications ont également été obtenues par Altavia Italia en 2009 et Altavia Benelux en janvier 2010.
- **En 2010 Altavia obtient la double certification FSC et PEFC pour tout le territoire européen**

Depuis le 25 octobre 2010 Altavia est le premier groupe de communication doublement certifié FSC & PEFC pour l'ensemble de ses Business Units en Europe. Au total plus de 140 responsables commerciaux et responsables de fabrication ont été formés dans une dizaine de pays. Comme le souligne Anne-Lise Spagnolo, Responsable du Développement Durable pour le



groupe Altavia « L'obtention de cette double certification FSC & PEFC du groupe Altavia au niveau européen n'a pu être possible que grâce à l'implication forte de l'ensemble des managers de chaque business unit. Ils ont su créer dans leurs équipes, une dynamique fédératrice et porteuse de sens autour de ce projet commun. »

Cette nouvelle dimension apportée à l'offre de conseil et d'accompagnement de nos clients sur l'éco conception de leurs produits imprimés a été accompagnée en 2010 par le déploiement de CarboScan®, calculateur carbone permettant d'évaluer les émissions de CO₂ des supports imprimés et de proposer des optimisations quantifiées en termes de réduction de ces mêmes émissions.

Accompagner l'ensemble de nos clients dans la réduction de leurs émissions carbone : CarboScan® prend une dimension européenne

CarboScan® est un calculateur carbone développé par Altavia en collaboration avec Climat Mundi permettant d'évaluer les émissions de CO₂ des supports imprimés. Les **émissions de carbone étant dues pour 76 % à la production du papier acheté pour ses commanditaires**, Altavia a entrepris de réaliser une étude approfondie des caractéristiques environnementales de ses approvisionnements de papier afin d'être force de proposition auprès de ses clients.

Les données recueillies sont injectées dans un **calculateur carbone, CarboScan®** ; cet algorithme, **outil exclusif et innovant d'Altavia**, permet d'optimiser les émissions de carbone des productions d'imprimés, à travers le choix de qualités de papiers, l'optimisation des formats et des grammages des imprimés, les modes d'impression et la rationalisation des distances parcourues.

Grâce à cet outil, Altavia est en mesure de quantifier la réduction des émissions de CO₂ résultant des optimisations proposées à ses clients. **Dès fin 2010 Altavia a entamé le chantier de déploiement international sur tout le territoire européen de CarboScan® au service de ses clients.**

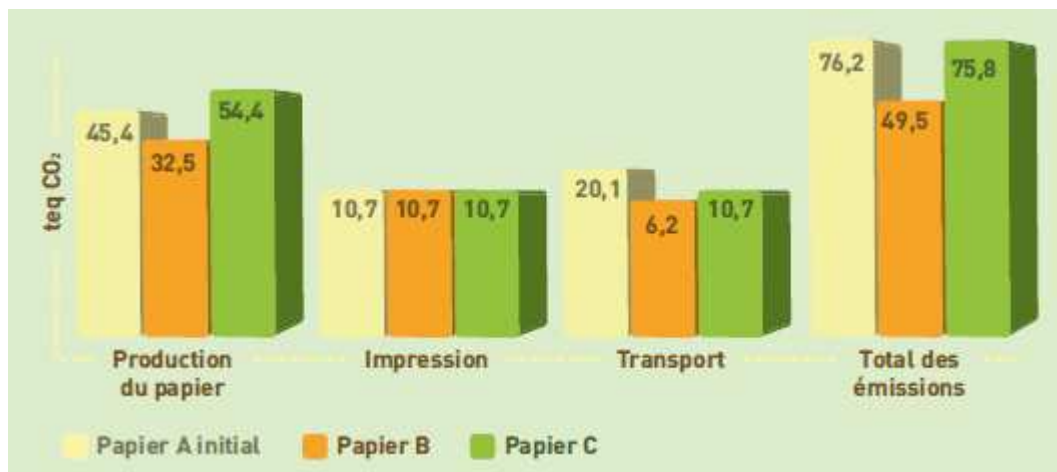
- ***Un exemple de cas concret : Picard, réduire l'empreinte carbone de son catalogue***

Engagé dans une démarche de réduction des impacts environnementaux de la production et l'acheminement de ses produits et de ses magasins, Picard avait pour enjeu d'identifier les pistes permettant de réduire l'impact environnemental de la production de son catalogue produits, d'ores et déjà imprimé sur du papier PEFC par un imprimeur Imprim'Vert et ISO 14001.

La mission d'Altavia a été dans un premier temps d'identifier des papiers certifiés aux qualités similaires à celui utilisé par son client afin de respecter le rendu final. Les émissions de CO₂ de la production de chaque qualité de papier identifiée ont ensuite été comparées à celles du papier initial grâce à CarboScan®.

CarboScan® a permis d'identifier un papier assurant une réduction des émissions de CO₂ évaluées à hauteur de 35% grâce à une production du papier moins émissive et à une réduction des kilomètres parcourus (voir graphique ci-dessous)

Comparaison des émissions de CO₂ des catalogues en fonction des papiers



Altavia s'emploie à développer une offre multimédia complémentaire au papier telles que les **webzines** Spinflip® ou la solution de convergence du print et du web d'Actipaper® qui permet, d'un seul clic sur un document imprimé d'accéder directement sur Internet à des compléments d'information ciblés.

Accompagner nos clients pour une communication imprimée responsable : Altavia crée son offre Ecopublishing®

Acteur engagé dans une démarche de développement durable concrète et sincère, Altavia s'attache à détecter et faire valoir auprès de ses clients les alternatives écologiques innovantes qui répondent à la nécessité de réduire l'empreinte environnementale du média imprimé.

Altavia a développé une offre d'accompagnement, Ecopublishing®, ayant pour ambition de promouvoir les imprimés responsables. En réponse à une lacune du marché, Ecopublishing® propose un cahier des charges rigoureux de critères environnementaux pragmatiques, accessibles, sincères, afin d'initier une démarche unique en son genre garantissant la prise en compte de l'impact environnemental de l'ensemble des étapes de la chaîne graphique. Première base d'une démarche volontaire qui se veut évolutive, ce cahier des charges sera révisé annuellement en s'appuyant sur une communauté de parties prenantes engagées.

En complément Altavia propose d'accompagner ses clients sur des problématiques environnementales poussées à travers une offre de services, allant de l'accompagnement dans la définition d'une stratégie d'éco production des campagnes à des sessions de formation des donneurs d'ordre.

Engagement sociétal

En 2010 nous avons formalisé et diffusé les principes de notre engagement sociétal, pour démultiplier les actions déjà menées sur l'ensemble de nos territoires.

Chez Altavia l'entreprise est comprise comme un acteur économique et social impliqué dans son tissu local et créateur de liens. Nos engagements sont à l'image de notre ADN, de nos valeurs et incarnent notre volonté d'être un acteur citoyen.

L'engagement sociétal d'Altavia s'inspire des 10 valeurs qui expriment l'ADN du groupe et s'appuie sur une démarche volontaire qui met en mouvement tous les collaborateurs du groupe, depuis les managers jusqu'aux collaborateurs au sein de chaque pays et de chacune de nos Business Unit.



Nos actions de mécénat se font au bénéfice des communautés locales des territoires sur lesquels nous sommes implantés.

Notre engagement sociétal s'exprime dans 3 grands domaines.

- La Solidarité : nous soutenons des projets responsables et créateurs de lien entre les gens, qui permettent de lutter contre la pauvreté & l'exclusion
- L'entrepreneuriat : nous nous engageons en aidant, conseillant et facilitant des projets d'entreprise créateurs de dynamiques locales et d'emplois
- L'accès à l'éducation et la culture : nous encourageons et accompagnons des projets qui visent à partager et diffuser l'éducation et la culture auprès de plus larges populations.

Toutes les initiatives et projets soutenus par Altavia visent au moins à l'un de ces objectifs et répondent aux critères suivants :

Actions locales : Altavia est un groupe international qui fonctionne comme une fédération d'entreprises fortement ancrées et impliquées dans leur territoire local. Aussi toutes les actions de notre implication sociétale privilégient elles l'engagement local.

Implication humaine : Altavia privilégie les dons de compétences et la mise à disposition de talents en apportant son aide via un engagement concret et direct des collaborateurs.

Quelques exemples d'engagements du groupe Altavia en France :

- Altavia soutient l'action de lutte contre la pauvreté de PlaNet Finance, ONG qui œuvre au développement du microcrédit partout dans le monde.
- Altavia est partenaire de Bike to School projet culturel et sportif labellisé par l'Unesco et visant à rallier Reims à Beijing en tandem couché, en multipliant les rencontres avec les enfants des villes et villages traversés.
- Altavia est également partenaire de La cité de la Réussite, Le forum des débats culturels, économiques, scientifiques et politiques et de l'AROP (Association pour le Rayonnement de l'Opéra de Paris)
- Altavia soutien l'Agence du Don en Nature qui collecte des produits neufs invendus auprès des industriels et les redistribue à des associations caritatives.
- Altavia est membre du réseau Entreprendre en Seine Saint Denis et dans l'Ouest de la France pour aider à développer le tissu économique local.
- Etc..

• **Un cas concret : Altavia soutient l'Agence du Don en Nature**

3 questions à Stéphanie Goujon – déléguée générale de l'ADN

Quelle sont les activités de l'Agence du Don en Nature et comment Altavia est-il devenu un partenaire actif ?

L'Agence du Don en Nature (ADN) est une association d'intérêt général, qui a mis en place une plateforme logistique entre les grandes entreprises et les associations qui luttent contre l'exclusion (Samu Social, Restos du coeur, Armée du Salut...). Dans ce cadre, l'ADN récolte auprès des entreprises des produits neufs invendus non alimentaires et les distribue à ses associations partenaires. A ce jour nous avons collecté 9 millions d'euros de produits grâce au soutien de 30 marques donatrices (L'Oréal, P&G, Lexmark, Etam....).

Nous avons déjà redistribué 7 millions d'euros de produits à notre réseau de 160 associations partenaires. L'ADN a proposé à Altavia début 2010 de devenir un partenaire actif. Nous avons choisi Altavia car c'est un acteur majeur du domaine de la communication en France, depuis longtemps engagé en faveur du développement durable. Cela correspondait à l'identité que nous souhaitions donner à nos outils de communication.



Altavia a mis en place un mécénat de compétences avec l'ADN, en quoi consiste le soutien apporté par les équipes d'Altavia ?

Altavia a notamment réalisé pro bono nos rapports d'activité responsable 2009 et 2010. Ainsi, les équipes d'Altavia ont créé, mis en page et illustré nos rapports et d'autres supports, elles nous ont également conseillé et soutenu au cours de l'élaboration de ces documents sur des aspects de développement durable et techniques. Altavia a également pris en charge l'impression de nos rapports d'activité.

Pour Altavia le soutien à l'ADN est fort de sens au regard des activités de « partenaire de commerce » des enseignes et des marques (FMCGs). De votre côté qu'apporte en particulier l'expertise d'Altavia dans la conception et la réalisation de votre rapport d'activités ?

Altavia nous a apporté son professionnalisme et son sens de l'image. Ainsi, les équipes d'Altavia ont proposé des idées de mise en forme, qui ont permis de faire de notre rapport d'activité un document à la fois professionnel et attractif, en particulier pour nos donateurs produits. En deux ans de collaboration, nous avons noué une relation très constructive, fondée sur la confiance et l'écoute des équipes, ce qui est très important pour nous.

Capital humain

En 2010, dans le cadre du plan stratégique à 4 ans du groupe : MOVE2014 (MOVE : Make Our Vision Effective) un chantier collaboratif transverse a été mené pour définir un plan d'actions visant à un meilleur déploiement de notre politique de Capital Humain (diffusée en 2009) sur l'ensemble de nos territoires auprès des managers de business units et des responsables RH locaux.

6 catégories d'objectifs ont été définies :

- Réussir le recrutement et l'intégration des nouvelles recrues
- Stimuler et mobiliser les équipes
- Encourager le développement de compétences des équipes
- Détecter et faire grandir les talents
- Favoriser la communication interne
- Comprendre et accompagner le départ de collaborateurs

A ces objectifs sont liées des actions classées selon 2 catégories :

1/ Les basiques : avec obligation de les mettre en place d'ici juillet 2011.

Une évaluation de chaque business unit permettra de mesurer les progrès dans chaque territoire au second semestre 2011.

2/ Les Best Practices : liées à des spécificités locales, elles sont à la discrétion du manager de la business unit mais partagées avec l'ensemble des managers lors des séminaires internes qui ont lieu deux fois par an.