



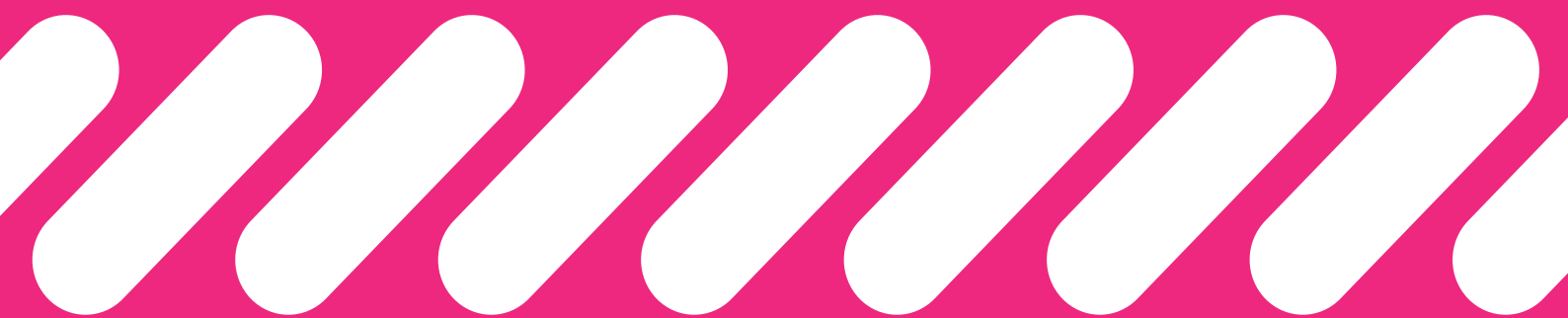
# **PACTE MONDIAL**

**COMMUNICATION  
SUR LE PROGRES  
2014**



**ALTAVIA**

# SOM- MAIRE



<b>LETTRE D'ENGAGEMENT</b>	3
<b>LE GROUPE ALTAVIA</b>	4
<b>NOS VALEURS</b>	5
<b>NOTRE POLITIQUE RSE</b>	7

Découvrez nos engagements, nos actions et progrès en 2013 & 2014, ainsi que nos projets 2015 sur chacun des chapitres suivants :

<b>DROITS DE L'HOMME</b>	10
<b>CONDITIONS DE TRAVAIL</b>	16
<b>ENVIRONNEMENT</b>	22
<b>LUTTE CONTRE LA CORRUPTION</b>	27





# LETTRE D'ENGAGE- MENT

**J**e suis heureux de renouveler le soutien du groupe Altavia aux 10 principes du Pacte Mondial relatifs aux droits de l'Homme, aux conditions de travail, à l'environnement et à la lutte contre la corruption.

Notre adhésion au Pacte Mondial en 2008 est pour nous le socle de notre engagement vers une communication toujours plus responsable.

Inscrits dans une démarche de progrès permanent, nous avons à cœur de progresser dans notre statut d'entreprise « Active ».

Cette communication sur le progrès couvre nos actions sur les années 2013 & 2014.

Nous nous engageons à partager cette communication sur le progrès avec nos collaborateurs, notre Patrimoine Clients et l'ensemble de notre écosystème.

**Raphaël Palti**

*Fondateur, Président-Directeur Général*



# LE GROUPE ALTAVIA



**F**ondé à Paris en 1983 par Raphaël Palti, son Président-Directeur Général, Altavia est devenu, au cours des 32 dernières années, le premier groupe international indépendant de communication commerciale, dédié au retail. En 2014, Altavia a réalisé un chiffre d'affaires de 621M€.

Grâce à notre réseau qui s'étend à travers 26 pays dans le monde, nos 34 implantations constituent un maillage solide, au sein duquel les synergies entre nos 1 300 collaborateurs s'exercent quotidiennement. Cette présence multi-locale, nationale et internationale nous confère la capacité unique d'accompagner les enseignes à réseau au plus près de leurs besoins et de leurs territoires.

Organisé comme une fédération d'entreprises depuis sa création, Altavia porte dans son ADN une culture entrepreneuriale forte. En tant qu'entreprise de services, nous sommes particulièrement vigilants à préserver et entretenir ce qui fait notre différence et notre unicité. Nous savons qu'il est de notre intérêt de préserver notre exigence et notre savoir-être, sans lesquels notre succès ne serait pas durable.



# NOS 10 VALEURS



**P**our partager ces convictions avec nos 1300 collaborateurs à travers l'Europe et l'Asie, nous les avons exprimées sous une forme simple et claire : les 10 valeurs fondatrices d'Altavia et notre charte « l'Art et la Manière d'Altavia », qui expriment à la fois notre spécificité et notre éthique.



## LE PROGRÈS

Garder un esprit pionnier. Accepter le changement.  
Favoriser l'innovation. Faire vivre la volonté de se dépasser. Bousculer les idées reçues et les solutions toutes faites.



## L'ÉNERGIE

Mettre notre énergie positive à progresser au service de nos clients. Faire circuler l'énergie. Refuser les positions acquises. Combattre l'endormissement.



## NOS 10 VALEURS



### L'ENTHOUSIASME

Transmettre notre enthousiasme pour éclairer le sens de nos relations de travail. Avoir du cœur à l'ouvrage. Agir avec pragmatisme et passion. Garder un regard curieux.



### L'HUMANITÉ

Respecter les valeurs humaines. Mettre l'Homme au cœur de notre action. Contribuer à préserver l'avenir de l'Humanité en agissant en faveur du développement durable.



### LE PARTAGE

Partager nos savoir-faire, notre culture, nos meilleures pratiques, nos expériences entre nous, avec nos clients et nos partenaires. Partager le fruit de nos efforts.



### L'INTÉGRITÉ

Fonder nos comportements sur une intégrité rigoureuse.



### LA TRANSPARENCE

Garantir la transparence de nos actions (pour en faire comprendre le sens). Refuser les non-dits. Informer et expliquer. Parler vrai, partout et toujours.



### LA PROXIMITÉ

Être proche de nos clients, de nos collaborateurs, de nos partenaires, de nos marchés. Pratiquer l'écoute active.



### LA SIMPLICITÉ

Agir pour faciliter le travail de nos clients. Toujours viser la simplicité dans nos méthodes et nos organisations. Rester simples dans nos relations avec les autres.



### LA FLUIDITÉ

Mettre à profit les technologies pour fluidifier les process. Rendre les relations de travail plus interactives. Créer les environnements qui favorisent les échanges et la communication.



# NOTRE POLITIQUE RSE



**E**n 2013, nous avons choisi de rebaptiser notre politique Développement Durable en politique RSE (Responsabilité Sociétale de l'Entreprise). Nous affirmons ainsi notre volonté de nous inscrire dans une logique d'économie positive, dans laquelle les volets environnementaux, économiques, sociaux et sociétaux sont d'importance égale.

*« Chez Altavia, nous sommes porteurs d'une énergie positive. La responsabilité environnementale, économique et sociétale est inscrite dans notre ADN et portée par chacun de nos collaborateurs. Cet engagement n'est pas nouveau et nous a toujours animés, depuis les premiers jours de l'histoire du groupe. Contribuer à l'élaboration d'une économie positive, c'est être convaincus que nous créons du lien et de la confiance, entre nous et pour nos clients. »*

**Raphaël Palti**, Fondateur, Président-Directeur Général  
Extrait de la Déclaration RSE d'Altavia.



# Des engagements forts pour progresser

Nous sommes convaincus que nos actions en matière de RSE ne peuvent progresser qu'en étant mesurées et évaluées régulièrement. C'est pourquoi nous avons initié ou renforcé en 2013 certains de nos partenariats avec différents organismes d'évaluation, en complément de notre engagement auprès du Pacte Mondial.

En 2014, la RSE a été pleinement intégrée comme le 6<sup>e</sup> pilier de notre plan stratégique à horizon 2020 : notre MOVE2020\*. Désormais, l'ensemble des business reviews trimestrielles opérationnelles des business units du groupe comprennent un volet RSE.



## NOS PROGRÈS 2013 & 2014



### Ecovadis

En 2013, Altavia a été pour la première fois évalué par Ecovadis pour plusieurs de ses business units en France et en Europe. Ecovadis est la première plateforme collaborative permettant aux entreprises d'évaluer les performances environnementales et sociales de leurs fournisseurs dans le monde entier. Altavia a obtenu des scores qui traduisent son leadership en matière d'engagement responsable au service de ses clients.

Avec des évaluations « Silver » et « Gold », les business units d'Altavia évaluées peuvent se prévaloir d'être dans le Top 15% et Top 10% de leur catégorie Advertising et Market Research.



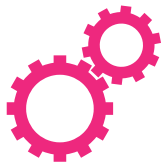
### Club Génération Responsable

Les années 2013 et 2014 ont également été marquées par l'animation de l'atelier Communication Responsable pour les adhérents du Club Génération Responsable, rassemblant les Directeurs du Développement Durable des plus grandes enseignes à réseau opérant en France.

\*MOVE : Make Our Vision Effective







## Matrice d'auto-évaluation RSE pour chaque business unit

Ces partenariats ont été complétés par l'adoption d'une matrice d'auto-évaluation RSE pour toutes les business units du groupe.



## Promotion de nos engagements au travers des tables rondes RSE

Lancement de la chaîne YouTube **Altavia** et création d'une rubrique Altavia RSE en 2014.



## PROJETS

### 2015

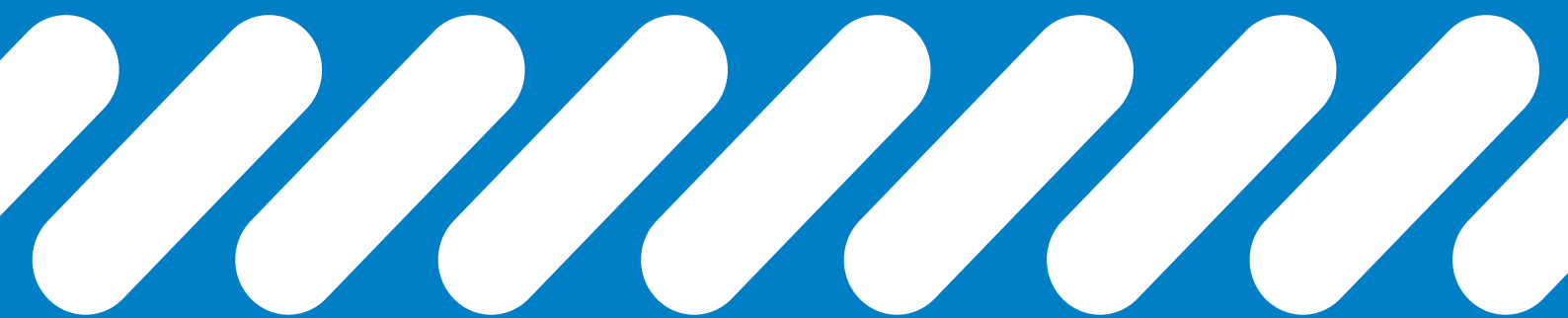
- Notre objectif est que toutes les business units d'Altavia évaluées par Ecovadis obtiennent le statut Gold.

### 2016

- Altavia travaille à l'obtention du statut « Advanced » pour le Pacte Mondial.



# DROITS DE L'HOMME

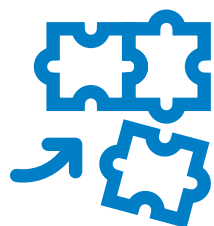


## PRINCIPES

Les entreprises sont invitées à :

- 1** **PROMOUVOIR ET RESPECTER LA PROTECTION  
DU DROIT INTERNATIONAL RELATIF AUX DROITS DE L'HOMME**
- 2** **VEILLER À NE PAS SE RENDRE COMPLICES  
DE VIOLATIONS DES DROITS DE L'HOMME**





## NOS ENGAGEMENTS POUR LES DROITS DE L'HOMME : L'ART ET LA MANIÈRE D'ALTAVIA

### Lutte contre le harcèlement

Chacun a droit au respect de la dignité humaine et à un environnement de travail serein.

Aucune forme de harcèlement moral ou sexuel n'est tolérable.

Chacun doit traiter l'autre comme il aimerait être traité lui-même, et cesser tout comportement qui lui serait indiqué comme inacceptable.

### Recrutement

Nos pratiques en matière de recrutement sont franches et honnêtes. Elles ont pour seul but d'évaluer si les personnes que nous rencontrons partagent les valeurs d'Altavia, correspondent au poste proposé et représentent un potentiel pour l'avenir. En aucun cas nous ne nous servons des entretiens de recrutement pour obtenir des informations non strictement nécessaires à leur objet.

### Conflits d'intérêts

Les conflits entre les intérêts personnels et ceux d'Altavia ne devraient être qu'une exception, et tout collaborateur, au moment de son entrée chez Altavia, doit s'assurer qu'aucun conflit d'intérêt ne peut intervenir, le concernant lui-même ou ses proches. Si toutefois au cours de sa vie professionnelle au sein d'Altavia, un quelconque conflit d'intérêt devait advenir, la règle est d'en informer son manager/son patron de business unit afin d'analyser la situation et de trouver ensemble la meilleure réponse à apporter.



## Notre Politique d'Engagement Sociétal

Tout en étant un groupe international intégré, Altavia fonctionne comme une fédération d'entreprises. Toutes nos business units sont profondément ancrées et impliquées dans leur tissu local.

L'Engagement Sociétal d'Altavia s'inspire des 10 valeurs qui fondent 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 units.

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

## Notre Politique d'Engagement Sociétal s'exprime selon 3 axes directeurs :

### La Solidarité

Nous soutenons des projets responsables et créateurs de lien entre les gens, qui permettent de lutter contre la pauvreté et 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.

Altavia est actuellement engagé dans de nombreux projets bénéficiant aux communautés des territoires dans lesquels nous sommes présents.

Grâce à la participation directe de nos collaborateurs, nous sommes en mesure de partager activement nos compétences et notre énergie.



### Voici 4 exemples concrets :

#### Partenaire de la **Cité de la Réussite**

La Cité de la Réussite est le forum des débats culturels, économiques, scientifiques et politiques dont Altavia est le partenaire depuis plus de 10 ans.

#### Combattre la pauvreté avec **Positive Planet**

Positive Planet est une ONG d'envergure internationale qui cherche à lutter contre la pauvreté en développant le microcrédit à travers le monde. Altavia soutient leur action tout au long de l'année par des dons financiers et de compétences.

#### L'**Agence du Don en Nature**

Altavia soutient l'ADN, une association qui collecte des produits neufs invendus auprès des industriels et les redistribue à des associations caritatives.

#### Supporter l'entrepreneuriat avec **Réseau Entreprendre**

Altavia est un membre actif du réseau Entreprendre en Seine-Saint-Denis et dans l'Ouest pour aider à développer le tissu économique local.



Placée sous le thème de l'Audace, l'édition 2014 de la Cité de la Réussite a réuni plus de 150 intervenants dont Raphaël Palti, fondateur d'Altavia, aux côtés de Jean Beunardeau, Jean-Pierre Clamadieu, Marwan Lahoud et Denis Mercier. (1) (2)

Soirée annuelle des International Microentrepreneurship Awards de Positive Planet, organisée en 2014 au Palais Brongniart en présence d'Emmanuel Macron, Ministre de l'Économie, de l'Industrie et du Numérique. (3) (4)

Après 6 années de fort développement, l'ADN s'est vu remettre le label présidentiel « la France s'engage » en 2014. Partenaire historique d'ADN depuis sa création, Altavia a étendu son soutien à la communication digitale au cours de ces derniers mois. (5)





## NOS ACTIONS, PROGRÈS 2013 & 2014

### Évolution des textes fondateurs du groupe

Des groupes de travail ont été créés pour faire évoluer nos textes fondateurs au fil du temps :

#### **Charte l'Art et la Manière**

Fondement de notre éthique : cette charte a été renforcée et largement diffusée.

#### **Charte Développement Durable**

Cette charte a été complétée avec une dimension plus quantitative. 65% de fournisseurs imprimeurs ont signé la charte en septembre 2013.

Ce chiffre a augmenté de plus de 10% à la fin 2014. Dorénavant, la charte Développement Durable est annexée au cahier des charges imprimeurs.

#### **Déclaration universelle des droits de l'Homme**

L'ensemble de nos business units s'inscrivent dans le respect de la Déclaration universelle des droits de l'Homme.

#### **Chartes d'engagement fournisseurs**

Nous signons avec nos clients des chartes d'engagement fournisseurs, confirmant cet engagement pour les droits de l'Homme.

### Engagements des business units

#### **Lancement de la politique d'achats solidaires**

L'ensemble des business units du groupe applique la politique d'achats solidaires auprès de fournisseurs Entreprises Adaptées (EA), Etablissements et Services d'Aide par le Travail (ESAT) et Entreprises d'Insertion (EI). L'ensemble des collaborateurs a été formé à ces valeurs et aux principes des achats solidaires. Chaque année, au moment de la semaine du Développement Durable, tous les collaborateurs sont invités à effectuer des visites chez ces fournisseurs.



### Partenariats associatifs au quotidien

Depuis 2013, Altavia Paris a institué un partenariat avec le Secours Populaire de Saint-Ouen. Chaque année, pour Noël, une collecte de jouets est organisée au bénéfice de cette association. Depuis deux ans, Altavia Italia est partenaire de l'association « Fare per Bene » contre la violence faite aux femmes. La business unit anglaise, Altavia HTT, organise tous les ans une randonnée avec ses équipes et ses clients, au bénéfice de différentes associations.

### Politique Handicap

Depuis 2014, les business units françaises se mobilisent à l'occasion de la Semaine du Travail pour les Personnes Handicapées, au mois de novembre à travers des formations, la diffusion d'informations, la communication auprès des clients. Le digital contribue également à nos actions en faveur des droits de l'Homme. Avec l'acquisition de l'Agence Cosmic en 2013, le groupe Altavia a renforcé son savoir-faire en matière d'accessibilité Web.



## PROJETS 2015

### → Achats solidaires

Doubler, a minima, le chiffre d'affaires réalisé auprès de fournisseurs solidaires.

### → Communication sur les droits de l'Homme

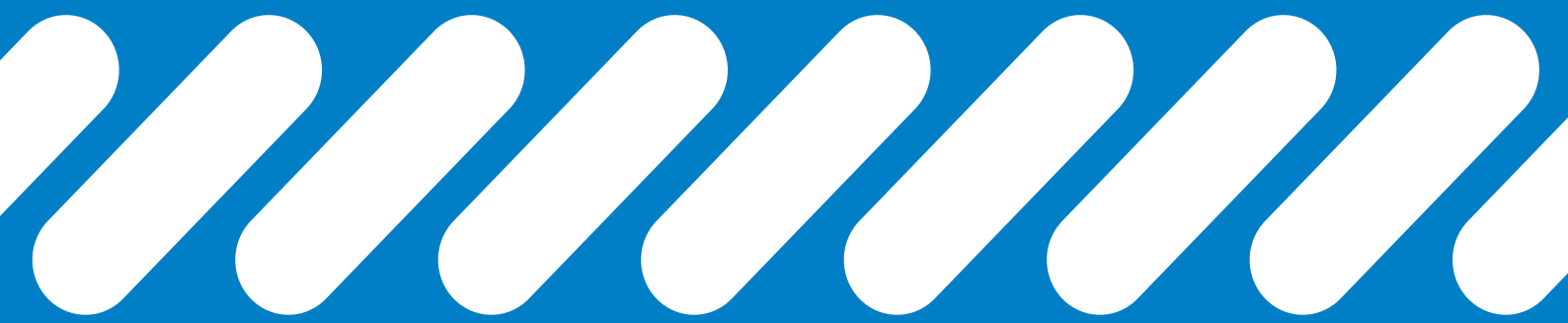
Diffuser plus largement nos engagements du Global Compact et d'Ecovadis en la matière, à l'échelle du groupe comme de chaque business unit.

### → Renouvellement de notre certification FSC® et PEFC™ pour 5 ans

Ce renouvellement confirme notre engagement à promouvoir la gestion durable des forêts du monde entier et contribuer au respect des droits des travailleurs, des communautés et des peuples autochtones.



# CONDITIONS DE TRAVAIL



## PRINCIPES

Les entreprises sont invitées à :

**3** RESPECTER LA LIBERTÉ D'ASSOCIATION  
ET RECONNAÎTRE LE DROIT DE NÉGOCIATION COLLECTIVE

---

**4** CONTRIBUER À L'ÉLIMINATION DE TOUTES  
LES FORMES DE TRAVAIL FORCÉ OU OBLIGATOIRE

---

**5** CONTRIBUER À L'ABOLITION EFFECTIVE  
DU TRAVAIL DES ENFANTS

---

**6** CONTRIBUER À L'ÉLIMINATION DE TOUTE DISCRIMINATION  
EN MATIÈRE D'EMPLOI ET DE PROFESSION

---



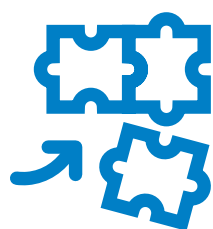


## CONDITIONS DE TRAVAIL

« Chez Altavia, nous avons toujours considéré que le groupe puise sa force et bâtit son développement sur deux piliers fondamentaux : le Capital Humain et le Patrimoine Clients. L'excellence et la diversité de nos savoir-faire ne seraient rien sans l'unicité de notre savoir-être. Je suis convaincu que la richesse d'Altavia réside dans ses femmes et ses hommes, et j'observe que notre différence tient dans l'Art et la Manière de faire notre métier. Le professionnalisme et l'expertise de nos collaborateurs sont certes des atouts majeurs, mais plus encore c'est notre façon de faire ensemble qui nous différencie réellement. C'est là ce qui fait dire à nos clients : « je veux travailler avec Altavia plutôt qu'avec telle autre société ». Nous devons donc imaginer chaque jour de nouvelles manières d'animer notre Capital Humain et faire vivre cet esprit maison, qui permet de faire grandir nos collaborateurs. »

**Raphaël Palti**, Fondateur, Président-Directeur Général

Extrait de la Politique Capital Humain d'Altavia.



## NOS ENGAGEMENTS: L'ART ET LA MANIÈRE D'ALTAVIA

### Collaborateur, ambassadeur

Chacun doit garder à l'esprit que dans ses relations professionnelles, il est un représentant d'Altavia, un ambassadeur. À ce titre, nous nous comportons conformément aux valeurs et aux règles définies dans ce document.

### Écoute et échange

L'écoute et l'échange se traduisent par des entretiens réguliers entre managers et collaborateurs. Dans certains pays, la représentativité des collaborateurs est assurée à travers les instances prévues par la loi. L'écoute et la confiance réciproques sont la règle des débats au sein de ces instances.

### Information

Nous répondons aux questions de nos collaborateurs et leur fournissons les informations nécessaires à leur compréhension du sens de nos actions et nécessaires à l'exercice de leurs responsabilités. De même, tout collaborateur qui détient une information utile pour son équipe, sa business unit ou Altavia la transmet à son manager et/ou au patron de sa business unit.



### Formation et développement des collaborateurs

Nous avons le devoir de faire progresser nos collaborateurs et de leur assurer la formation nécessaire à leur évolution professionnelle. L'épanouissement de chacun et la construction d'un projet personnel au sein d'Altavia sont des atouts majeurs pour que nos collaborateurs restent fidèles et loyaux envers l'entreprise.

### Sécurité dans l'environnement de travail

Nous respectons les normes d'hygiène et de sécurité afin de garantir à chacun un environnement de travail sûr et sain. Chacun s'assure que son comportement ne met pas en danger autrui et signale à son manager/patron de business unit toute situation à risque qu'il pourrait observer. Chacun respecte son environnement de travail, de manière à ne pas le dégrader. Qualité des rangements et propreté des espaces de travail sont de la responsabilité de chacun et contribuent au confort collectif.

### Respect de la vie privée

Chacun a droit au respect de sa vie privée. Par vie privée, nous entendons tout ce qui n'a aucun rapport avec l'activité professionnelle ou l'appartenance à Altavia.

Lorsque des relations professionnelles deviennent amicales et ne sont plus strictement liées à l'activité, nous gardons un devoir de réserve pour tout ce qui touche à Altavia et aux intérêts collectifs de l'entreprise.

Notre vie privée ne doit pas interférer avec notre vie professionnelle : les activités extérieures à l'entreprise et les engagements personnels ne peuvent être prolongés au sein d'Altavia qu'en accord avec l'entreprise, ses valeurs ou ses intérêts. Les données personnelles concernant les collaborateurs sont confidentielles et ne peuvent être transmises à quiconque sans l'accord de la personne concernée ou sauf obligation légale. Seules les données nécessaires au bon fonctionnement de l'activité sont transmises aux personnes habilitées chez Altavia.

### Non-discrimination et respect de la diversité

Nous considérons la diversité comme une richesse : elle est respectée et encouragée. De la même manière, l'égalité est la règle entre tous.

Nous ne pratiquons aucune discrimination de quelque nature que ce soit : le sexe, la situation familiale, les préférences sexuelles, l'âge, le handicap, les opinions ou engagements politiques, philosophiques ou religieux, l'activité syndicale, les origines raciales, sociales, culturelles ou nationales n'interfèrent aucunement dans les choix de recrutement, de formation ou de développement des collaborateurs.





## NOS ACTIONS, PROGRÈS 2013 & 2014

### La politique Capital Humain

#### Un document unique

Il synthétise les principes fondateurs du Capital Humain chez Altavia, la mission et les responsabilités du manager, du patron, ainsi que nos droits et devoirs.

#### Séminaires

La vie du groupe et de chaque business unit est rythmée par des séminaires et événements, qui se veulent des moments d'échange privilégiés et de team buildings, pour les managers, pour les business units dans leur ensemble, avec les clients. C'est l'esprit d'Altavia qui y est diffusé.

### Développement des compétences

#### Le Programme « des moins de 30 ans »

En 2013, Altavia a lancé un programme de journées d'échange avec les collaborateurs les plus jeunes du groupe (les moins de 30 ans), qui représentent une part importante de nos effectifs dans toutes les business units. Initié en France pour la première année, ce programme tend à valoriser la place des jeunes collaborateurs dans l'entreprise, les comportements que l'on souhaite promouvoir et les responsabilités que l'on peut prendre. L'objectif est de créer une dynamique d'échanges fluides et réguliers, sources de créativité, et ainsi de capitaliser sur les idées de ces « Altaviens » pleins d'énergie positive et d'enthousiasme, et les pousser à aller encore plus loin ! Blogs collaboratifs, mobilité d'un nouveau genre, conférences métier, tchat de compétences... sont quelques-uns des sujets abordés, parmi beaucoup d'autres.

#### Les « Apéros Partageons »

En 2013, Altavia Paris a lancé le cycle des « Apéros Partageons ». Une fois par mois, l'ensemble des collaborateurs se retrouve autour d'un apéro-partage de compétences. L'objectif est de mettre en avant des réussites, des Best Of, de mettre en lumière des collaborateurs, de partager les compétences et les savoir-faire pour mieux progresser ensemble. Le succès des Apéro Partageons est allé croissant en 2014. Sur ce modèle, la business unit de Nantes a également lancé les Apéri-pub.



# Qualité de vie au travail

## Le programme « Résidence en résonance »

En 2013, Altavia a lancé un programme d'Art Coaching comme méthode originale pour mieux servir ses clients. Des équipes conjointes d'Altavia et de clients ont créé ensemble, pour mieux se connaître et mieux travailler au quotidien. Au sein d'Altavia Saint-Etienne, une résidence d'artiste a permis aux collaborateurs de découvrir et de participer au processus créatif du peintre Fred Kleinberg. Sur place, l'artiste a peint une œuvre de deux mètres sur deux sur le thème de l'une des 10 valeurs fondatrices d'Altavia : la Fluidité. Il a également animé des conférences et emmené collaborateurs et clients à la découverte des musées de la région.

Un projet né d'une conviction solidement ancrée chez Altavia, selon laquelle l'humain et la créativité sont au cœur de toute création de valeur. Et au final, une expérience innovante qui permet de mobiliser les collaborateurs dans un projet d'engagement culturel et de leur faire vivre une expérience humaine inédite autour des valeurs fondatrices d'Altavia.

## Les Journées des expertises

En 2013 et 2014, Altavia Nantes a poursuivi son programme de Journées des expertises. Au cours de ces journées, chaque pôle d'expertise partage un « Vis ma vie » avec l'ensemble des collaborateurs.

## Les repas collaboratifs (un repas sain, à petit prix, préparé ensemble)

Les business units d'Altavia ont adapté les principes du repas collaboratif chacune à leur manière : Marché du mardi à Paris, Marché du vendredi à Saint-Étienne, les Toqués à Lille.

## Communication Interne

Les business units d'Altavia proposent à leurs collaborateurs des newsletters internes interactives, mettant aussi bien en avant les réussites commerciales que les nouvelles relevant du Capital Humain.

## Don du sang

En 2013, les collaborateurs d'Altavia Lille ont lancé une opération de don du sang tous les trimestres, poursuivie en 2014.

## Gym sessions

Les business units chinoises ont initié un programme de sessions de gym en 2013.



# Promotion des femmes à des postes clés de l'entreprise

### Conseil d'administration

En 2013 et 2014, le Conseil d'Administration compte 20% de femmes.

### Comex Groupe

En 2013 et 2014, le Comex Groupe compte 30% de femmes.

### Directions des business units

En 2013 et 2014, plus d'un quart de nos business units sont dirigées par des femmes.



## PROJETS 2015

### → Programme « des moins de 30 ans »

Aller plus loin grâce à des blogs collaboratifs, une mobilité d'un nouveau genre, des conférences métier, un tchat de compétences...

### → Formations

Développer pour la France un nouveau programme de formations à grande échelle.

### → Accueil des nouveaux collaborateurs

Réviser le programme d'intégration et la documentation associée.

### → Rôle des femmes à des postes clés

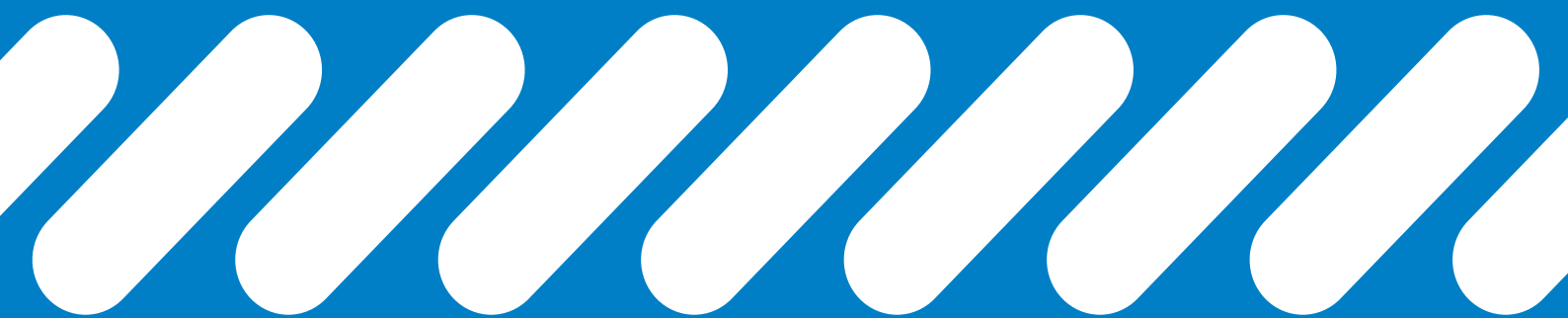
Poursuivre la promotion des femmes à des postes clés et instaurer un indicateur quantitatif sur le sujet.

### → Diversité

Sensibilisation et valorisation de la diversité chez Altavia à travers des projets portés par les collaborateurs du groupe dans le cadre du partenariat avec Comme un seul Homme. [www.c1sh.fr](http://www.c1sh.fr)



# ENVIRON- NEMENT

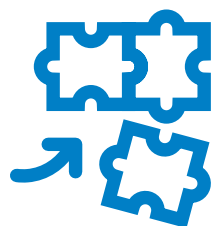


## PRINCIPES

Les entreprises sont invitées à :

- 7** **APPLIQUER L'APPROCHE DE PRÉCAUTION  
FACE AUX PROBLÈMES TOUCHANT À L'ENVIRONNEMENT**
- 8** **PRENDRE DES INITIATIVES TENDANT À PROMOUVOIR  
UNE PLUS GRANDE RESPONSABILITÉ EN MATIÈRE D'ENVIRONNEMENT**
- 9** **FAVORISER LA MISE AU POINT ET LA DIFFUSION  
DE TECHNOLOGIES RESPECTUEUSES DE L'ENVIRONNEMENT**





# NOS ENGAGEMENTS: L'ART ET LA MANIÈRE D'ALTAVIA

## Politique environnement

En tant que société de services, l'empreinte environnementale d'Altavia est relativement faible au regard d'autres activités, mais en tant qu'entreprise citoyenne, nous mettons tout en œuvre pour réduire nos impacts directs et indirects. En effet, nous sommes conscients qu'en tant que partie prenante du secteur de la communication commerciale, nous avons la responsabilité de tendre vers les meilleures pratiques, ce notamment en tenant compte des impacts environnementaux des moyens industriels auxquels nous sommes susceptibles de faire appel.



## NOS ACTIONS, PROGRÈS 2013 & 2014

## Certifications et évaluations



La marque de la  
gestion forestière  
responsable



### Certifications FSC® et PEFC™

Altavia est le premier groupe de communication certifié FSC® et PEFC™ pour l'ensemble de ses business units en Europe. Cette certification constitue le fondement de notre communication responsable. Tous les collaborateurs sont formés aux procédures de la chaîne de contrôle, quelles que soient leurs fonctions dans l'entreprise. Altavia encourage ses fournisseurs à être également certifiés. À fin 2014, plus de 93% du papier acheté par Altavia est certifié FSC® ou PEFC™ ou recyclé.



# Certifications et évaluations



## Ecovadis

Dans le cadre de chacune de nos évaluations Ecovadis, chaque business unit a partagé les indicateurs environnementaux suivants : consommations énergétiques eau, gaz, électricité et gestion des déchets.



## Sedex

Altavia est évalué annuellement par l'organisme Sedex, « encourageant une chaîne d'approvisionnement éthique et responsable ».



## Carbon Disclosure Project

Altavia Paris a été évalué par le CDP pour la première fois en 2014 et a obtenu un score de 57 (pour une moyenne des entreprises évaluées de 53).

# Eco-organismes



## Ecofolio et Valdelia

Altavia France a été un partenaire pionnier de ces deux éco-organismes sur le papier et le mobilier/Publicités sur le Lieu de Vente (PLV) pour la mise en place de reportings et de nouveaux barèmes. Les données associées au nouveau barème éco-différencié Ecofolio et aux attentes de Valdelia ont été intégrées à notre système de gestion.





## Relations fournisseurs

### Monitoring des fournisseurs certifiés ISO 14001, Imprim'vert, FSC® et PEFC™

Altavia a augmenté depuis 2013 son référencement de fournisseurs certifiés et est force de proposition auprès de ses fournisseurs pour les encourager à être certifiés afin d'intégrer son panel.

## Développement de l'offre de communication responsable



### Ecopublishing®

« La marque de fabrique responsable d'Altavia » a évolué : son référentiel a été enrichi avec l'intégration d'un critère transport. Les productions certifiées Ecopublishing® sont à présent transportées en majorité par des camions a minima EURO 4 ou hybrides ou électriques. Nous luttons ainsi contre le réchauffement climatique et la pollution de l'air.

### Upcycling

Les années 2013 & 2014 ont été marquées par la promotion croissante de notre démarche d'Upcycling. Chez Altavia, l'Upcycling, c'est croire que « rien ne se perd, tout se transforme » ! C'est recycler par le haut. C'est transformer un objet en fin de vie en le rendant plus beau, au lieu de le jeter ou de le détruire. C'est lui donner une seconde vie en étant créatif et innovant. Ainsi, en transformant nos produits, print, toiles, bâches en de nouveaux supports de communication, nous réduisons nos déchets et ceux de nos clients, nous partageons notre engagement RSE en proposant une nouvelle prestation de service.

## Politique gestes au quotidien



### Bâtiments

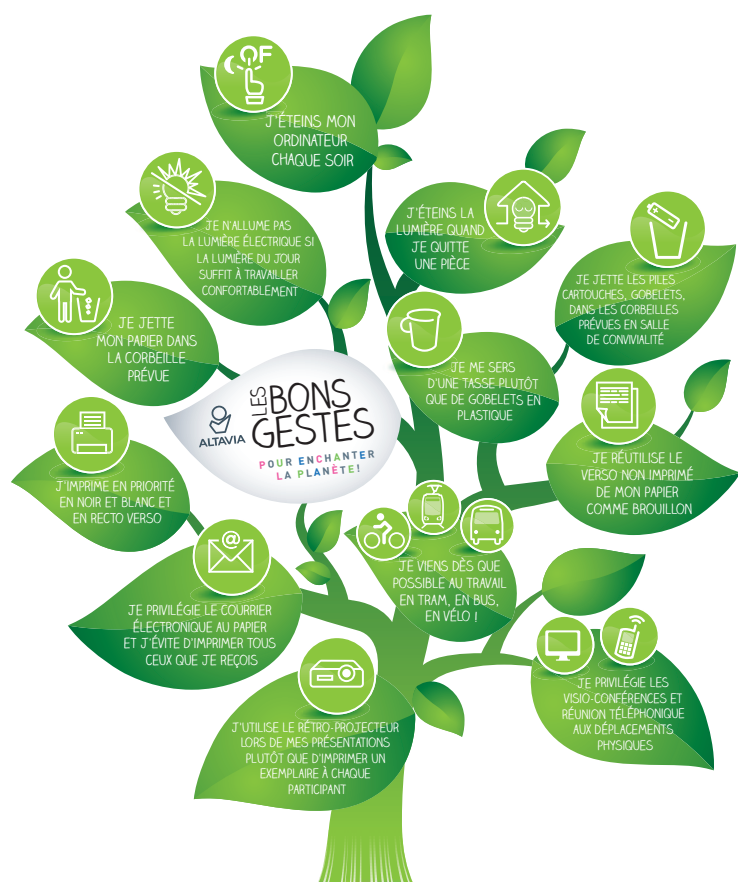
Altavia Nantes a déménagé dans le Manny, un immeuble innovant et écologique via une synthèse performante des différentes cibles de Haute Qualité Environnementale.



**Lilas**  
AUTOPARTAGE

La mobilité douce est préconisée dans l'ensemble des business units et l'utilisation du vélo encouragée. Altavia Lille a fait l'acquisition d'une Zoé électrique, et adhéré au programme d'autopartage Lilas.

Il synthétise les gestes au quotidien  
et a été diffusé en France et en Europe.



# PROJETS 2015

## → Certifications

Etude de certifications environnementales sur d'autres produits que le print.



# LUTTE CONTRE LA CORRUPTION



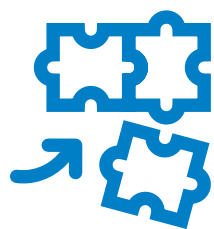
## PRINCIPES

Les entreprises sont invitées à :

**10** AGIR CONTRE LA CORRUPTION SOUS TOUTES SES FORMES,  
Y COMPRIS L'EXTORSION DE FONDS ET LES POTS-DE-VIN

---





# NOS ENGAGEMENTS: L'ART ET LA MANIÈRE D'ALTAVIA

## Éthique partagée

Altavia ne travaille pas avec des clients dont la communication aurait un caractère violent, sexuellement orienté, à consonance religieuse, raciale, politique, ou clairement en opposition avec la préservation des ressources naturelles et plus généralement en contradiction avec la loi. Altavia refuse catégoriquement, par exemple, de travailler avec l'industrie du tabac.

## Pratiques commerciales

Nous nous engageons tous à proscrire toute pratique commerciale irrégulière et, notamment, les paiements en espèces. De même, nous ne proposons pas et n'acceptons pas, en contrepartie d'un acte commercial, des avantages annexes quelle qu'en soit la nature. Les collaborateurs ne peuvent pas s'engager au nom d'Altavia au-delà du cadre qui leur a été assigné selon leur fonction et leur responsabilité.

## Honnêteté et équité

Altavia et ses fournisseurs ont des relations fondées sur la loyauté réciproque, l'honnêteté dans les transactions commerciales et sur l'équité dans les relations d'affaires. Les relations contractuelles sont claires et respectées. Les transactions financières sont directes et transparentes. Aucune discrimination, de quelque nature, ne saurait exister dans les relations avec les fournisseurs. Le choix des fournisseurs est transparent et répond à des critères objectifs, explicables et compréhensibles. Tous les fournisseurs disposent des mêmes informations, déterminantes et fiables pour construire leur réponse dans le cadre, notamment, des appels d'offres et ce, tout au long du processus. Les fournisseurs s'engagent à délivrer une prestation conforme à l'offre sur laquelle ils ont été retenus.

## Cadeaux et invitations

Les cadeaux et invitations sont légitimes pour autant que leur objectif se limite au maintien de bonnes relations commerciales et restent dans la limite du raisonnable. Nous n'acceptons pas les cadeaux, de quelque nature qu'ils soient, ne souhaitant en aucun cas devoir consentir une contrepartie. Nous nous interdisons de recevoir toute rétribution, commission ou avantage particulier pour nous-mêmes ou pour nos proches. Nous n'acceptons à titre personnel aucune remise ou ristourne particulière de la part de nos fournisseurs. Dans l'hypothèse où des cadeaux d'usage et d'une valeur clairement symbolique nous parviendraient, ils seraient redistribués aux collaborateurs de la business unit sous forme de loterie interne. Les voyages d'études et événements d'échanges (visites de sites, conventions...) ne sont acceptés que s'ils sont clairement à caractère professionnel. En cas de doute, les collaborateurs doivent examiner l'offre du fournisseur ou du client avec leur patron de business unit/patron de zone et si besoin, la refuser avec courtoisie en invoquant nos règles internes.





## NOS ACTIONS, PROGRÈS 2013 & 2014

### Rappel

Altavia est un groupe non coté, qui publie tous les ans un rapport annuel très complet sur ses activités et un rapport financier. Les comptes du groupe sont communiqués avec une très grande transparence.

### Éthique partagée

En 2013 et 2014, le groupe Altavia n'a pas été touché par des sujets liés à la corruption.

### Formations

Les enjeux éthiques ont été intégrés dans toutes les formations RSE.

### Relations fournisseurs

Une annexe Éthique a été ajoutée au cahier des charges fournisseurs en juillet 2014.



## PROJETS 2015

### → Formations

Poursuivre les formations dans l'ensemble des business units et se former auprès d'experts associatifs.



# SUIVEZ- NOUS

---



Sur Twitter

<https://twitter.com/altaviagroup>

---



Sur LinkedIn

<https://fr.linkedin.com/company/altavia>

---



Sur Youtube

<https://www.youtube.com/user/AltaviaGroup>

---

**ALTAVIA-GROUP.COM**



**ALTAVIA**