



# COMMUNICATION SUR LE PROGRÈS 2018

ALTAVIA SOUTIENT LE PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES



**ALTAVIA**  
ALTAVIA-GROUP.COM

## LE GROUPE ALTAVIA

Notre différence.....	3
Un bouquet de services unique.....	3

## NOTRE ENGAGEMENT

Raphaël Palti renouvelle son engagement au Pacte Mondial des Nations Unies.....	5
Gouvernance.....	6
Réseau d'ambassadeurs.....	8
Contrôle et évaluation de notre démarche RSE.....	9
La solidarité l'affaire de tous.....	11
Soutien à l'innovation et à l'entrepreneuriat social.....	15

## LES ACHATS RESPONSABLES

Notre obligation de vigilance.....	16
Notre offre d'achats solidaires : le Positive Sourcing®.....	17

## LE RESPECT DES DROITS HUMAINS ET DES NORMES DU TRAVAIL

Nos fondamentaux éthiques et humains.....	20
Notre politique Capital Humain.....	21
Santé et sécurité des collaborateurs.....	23
Convivialité et bien-être.....	23

## LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

Des BU engagées dans la protection de l'environnement.....	26
Une communication commerciale plus responsable.....	28

## LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION.....

LES 21 CRITÈRES.....	30
LES ODD.....	31

# LE GROUPE ALTAVIA

Altavia est le premier groupe international indépendant, spécialisé dans la communication commerciale et dédié au retail. Fondé en 1983 par Raphaël Palti, son Président - Directeur Général, le groupe propose des solutions d'Activation Commerciale spécialement adaptées aux besoins des retailers. Aujourd'hui, la performance de leur communication commerciale naît d'une alchimie relationnelle unique, créatrice de liens fructueux entre une enseigne et ses clients. Cette alchimie relationnelle doit être quotidiennement nourrie, enrichie, transformée.

Altavia trouve des voies innovantes, technologiques et performantes, au service quotidien de plus de 500 enseignes et marques commerçantes internationales.

Présent dans 35 pays dans le monde, le groupe Altavia emploie 2 500 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 760 millions d'euros en 2018. Constitué comme une fédération d'entreprises, notre réseau international constitue un maillage solide, au sein duquel les synergies entre les équipes s'exercent quotidiennement. Cette présence globale nous confère la capacité unique d'accompagner les enseignes à réseau au plus près de leurs besoins et de leurs territoires.

## NOTRE DIFFÉRENCE

Dans un contexte d'accélération des changements des modes de consommation et de transformation du monde de la distribution, nous croyons à la remise en question permanente, à l'esprit entrepreneurial et, par-dessus tout, à l'énergie qui se crée lors de la rencontre avec les équipes de nos clients. Nous croyons au travail ensemble et à la capacité de nos collaborateurs à se mobiliser au quotidien dans l'accompagnement de nos clients sur l'ensemble de la chaîne de valeur de l'activation commerciale : de l'idée créative et audacieuse qui fait la différence à la mise en œuvre efficace et attentive à la gestion des coûts. C'est notre ADN, c'est aussi plus de 36 ans d'expérience au service des retailers et des marques.

## UN BOUQUET DE SERVICES UNIQUE

Tout au long de l'année, nous proposons à nos clients des solutions de communication commerciale qui visent à créer de la valeur et à enchanter le commerce : enrichir les liens qui unissent les consom'acteurs® avec les marques enseignes, les rendre fluides, satisfaisants et fructueux.



### ACTIVATION COMMERCIALE

INSIGHTS SHOPPER - CONSEIL STRATÉGIQUE  
COMMUNICATION COMMERCIALE  
INNOVATION PRODUIT - RETAIL DESIGN



### PRODUCTION MULTICANAL DE CONTENUS

SOLUTIONS PRÉPRESSE & PRÉMÉDIA  
PRODUCTION DIGITALE  
GESTION DES ACTIFS NUMÉRIQUES



### GESTION DE L'IMPRESSION

ECO-CONCEPTION  
ACHATS PAPIER, IMPRESSION  
ET LOGISTIQUE  
OPTIMISATION DE L'IMPRESSION







# NOTRE ENGAGEMENT



## **RAPHAËL PALT RENOUVELLE SON ENGAGEMENT AU PACTE MONDIAL DES NATIONS UNIES**



Depuis notre adhésion au Pacte Mondial des Nations Unies en 2008, le groupe Altavia accompagne ses clients retailers et marques commerçantes à travers de profondes évolutions, du fait notamment des transitions écologique et numérique et de leurs conséquences sur les comportements de consommation. En 2018, nos clients sont plus que jamais à l'écoute d'un consomm'acteur® dont les exigences en matière de santé, de responsabilité sociétale et de protection de l'environnement ne cessent de croître. Premier groupe international et indépendant de communication commerciale dédié au retail, Altavia est aujourd'hui présent dans 35 pays, sur 4 continents. Riche de sa diversité, et uni par un socle de valeurs communes, le groupe est engagé dans une démarche de progrès permanent pour remplir son rôle d'acteur international de la communication responsable au service de ses clients commerçants.

Plus que jamais, dans ce contexte de croissance, je renouvelle le soutien du groupe Altavia aux 10 principes du Pacte Mondial, relatifs aux thèmes fondamentaux que sont les droits de l'Homme, les conditions de travail, l'environnement et la lutte contre la corruption.

Le MOVE2023, notre nouveau plan stratégique pour 2023, porte les engagements RSE du groupe dans chacune de nos BU. Nous nous engageons à partager nos objectifs, plans d'actions et résultats avec l'ensemble des parties prenantes : collaborateurs, clients, fournisseurs, actionnaires et associations partenaires.



Raphaël Palti,  
Président  
Fondateur  
d'Altavia

## LA GOUVERNANCE

### LA PLACE DE LA RSE AU SEIN DU GROUPE ALTAVIA

Groupe international, Altavia s'est construit comme une fédération d'entreprises, dont la Business Unit (BU) est le centre de gravité. Altavia Connect est l'entité de services mutualisés pour l'ensemble des BU du groupe et de leurs clients. Des fonctions essentielles, telles que les Directions des Achats, de la Communication ou encore de la RSE font partie de cette entité dédiée à servir les BU du groupe.

### LES RESPONSABILITÉS

Le groupe est doté d'un Comité Exécutif, d'un Conseil d'Administration, d'un Comité d'audit, des comptes et des investissements ainsi que d'un Comité des nominations et rémunérations qui se réunissent plusieurs fois par an. Chaque BU dispose de son propre comité de pilotage. L'équipe RSE, constituée de 2 personnes, est pilotée par la Directrice de la Transformation du groupe, en charge du Capital Humain, qui est membre du Comité Exécutif. L'équipe définit la politique RSE du groupe, qui sera déclinée en plans d'actions dans les BU.

### POLITIQUE RSE

Face à de nouveaux enjeux environnementaux et sociétaux, le consommateur prend conscience du rôle d'acteur responsable qui lui incombe, et oriente ses choix d'achats vers des marques et enseignes plus respectueuses de l'environnement et de la société.

Pour conserver leur compétitivité, les marques et enseignes – clients d'Altavia – doivent s'aligner sur ces nouvelles exigences, donner du sens à leurs actions et mettre en avant leurs contributions environnementales et sociétales.

Altavia, pour aider au quotidien ses clients commerçants à tisser des liens fructueux avec leurs clients, basés notamment sur des valeurs et une quête de sens partagés, oriente sa stratégie RSE autour de 2 axes d'actions majeurs : CARING FOR THE PEOPLE & CARING FOR THE PLANET, déclinés dans les pratiques internes du groupe, puis dans les offres commerciales, pour un impact plus large.

### MOVE2023

Tous les 4 ans, le cap stratégique du groupe appelé MOVE (Make Our Vision Effective) est validé par le Conseil d'Administration. Un plan d'actions associé est constitué au sein de chaque Business Unit dans une démarche participative qui implique l'ensemble des collaborateurs et qui est structurée autour de 6 fondamentaux : Capital Humain, Patrimoine Clients, Finances, Offres & Savoir-faire, Identité & Image et RSE.

Des indicateurs sont définis pour mesurer la bonne application de la stratégie RSE dans chaque BU et l'avancée des actions mises en place.

La pertinence de la démarche RSE ainsi que les impacts environnementaux et sociaux sont évalués au cours des Business Reviews trimestrielles, en présence de membres de la direction financière, qui vérifie l'atteinte des objectifs et l'alignement avec la stratégie du groupe.

### RAPPORT ANNUEL

Bien que non coté en bourse, Altavia publie son rapport annuel depuis 20 ans. Cet exercice exigeant est en droite ligne avec les convictions et les valeurs du groupe, notamment celle de la transparence.

### LE MANIFESTE RSE DU GROUPE ALTAVIA

Afin de rendre plus clairs et transparents les axes constituant la politique RSE du groupe Altavia, un manifeste RSE a été élaboré avec le Président Fondateur et le Comex Groupe.



# UN GROUPE EN PERPÉTUELLE TRANSFORMATION



**Lara Moutin,**  
Cheffe de la Transformation du groupe et en charge du Capital Humain et de la RSE.

*L'engagement d'Altavia au Pacte Mondial des Nations Unies a donné au groupe l'opportunité de réexaminer ses process, de les corriger si nécessaire et d'établir un plan clair vers des pratiques plus responsables.*

*Catherine Rehbinder, Camille Lebret et Alessandro Capelli, en charge du Développement Durable au sein du groupe et relayés dans nos Business Units par une équipe d'ambassadeurs RSE, ont défini et mis en place une approche d'amélioration continue dans la maîtrise de nos impacts sociétaux et environnementaux afin de permettre à Altavia d'atteindre sur le long terme son objectif de business responsable.*

*Le monde va de plus en plus vite. Au sein d'Altavia, nous travaillons à accroître notre compréhension des besoins environnementaux et sociaux à couvrir et définir les actions à mener. En parallèle, nous créons les conditions de démultiplication et déploiement des bonnes pratiques existantes au sein du groupe.*

*L'année 2019 représente pour Altavia la 11<sup>e</sup> année d'engagement au Pacte Mondial des Nations Unies.*

Pour 2019, les grandes lignes de notre plan d'actions RSE sont :

<p><b>DÉVELOPPER LA STRATÉGIE GROUP SUSTAINABILITY 2023</b></p> <p>« Doing well by doing good » et donner un souffle plus ambitieux à la RSE d'Altavia pour en faire un vrai avantage compétitif pour le groupe.</p>	<p><b>DÉPLOYER À NOS CLIENTS, FOURNISSEURS ET AUX TIERS NOTRE « RESPONSIBLE BUSINESS PARTNER POLICY »</b></p> <p>qui définit notre approche business responsable «End to End», nos principes et valeurs et nos règles de conduite des affaires.</p>	<p><b>REVOIR NOS PROCESS DE SÉLECTION DES FOURNISSEURS</b></p> <p>afin d'inclure de façon systématique les critères sociaux et environnementaux.</p>
<p><b>DÉPLOYER NOTRE DÉMARCHE DE POSITIVE SOURCING®</b></p> <p>à travers le groupe. Notre ambition est d'avoir 50% de nos Business Units intégrant ces pratiques d'achat d'ici fin Juin 2020.</p>	<p><b>DÉPLOYER SUR LA BASE DU VOLONTARIAT LA DÉMARCHE DE MANAGEMENT PARTICIPATIF</b></p> <p>à travers nos Business Units dans le but d'améliorer la qualité de vie au travail. Cette ambitieuse initiative de « Social Development » été initiée et est mise en place avec succès par la Directrice Générale d'Altavia Act*, Anne-Catherine Triron.</p>	<p><b>CONTINUER DE MESURER ET RÉDUIRE NOTRE EMPREINTE CARBONE</b></p> <p>et nos déchets.</p>



*Le peu qu'on puisse faire, faisons-le. Il n'y a pas de planète B !*



## RÉSEAU D'AMBASSADEURS

CRITÈRE

1

CRITÈRE

10

CRITÈRE

21

Afin d'impliquer davantage les collaborateurs dans la stratégie RSE du groupe, un réseau d'ambassadeurs a été lancé en avril 2018. La quasi-totalité des BU ont aujourd'hui désigné un ambassadeur. Sa mission, en tant qu'interlocuteur privilégié de l'équipe RSE, est de veiller à l'application du plan d'actions RSE au sein de la BU, de partager les bonnes pratiques et les indicateurs de progrès de la BU, de déterminer avec ses collègues les axes d'amélioration et de les soumettre à la Direction. En retour, l'équipe RSE groupe partage les supports de formation et les outils, et favorise le déploiement des actions les plus impactantes.

### ALTAVIA FOOTPRINT CHALLENGE

Première action phare du réseau des ambassadeurs RSE, un challenge inter-BU a été organisé en novembre. L'objectif du Altavia Footprint Challenge était double : proposer la meilleure action à mettre en œuvre au sein de sa BU pour réduire son empreinte environnementale, et valoriser le rôle des ambassadeurs RSE auprès de leurs collaborateurs. À l'issue d'un atelier de brainstorming, chaque BU a proposé une idée, ensuite soumise au vote des collaborateurs sur le réseau social d'entreprise Workplace (Facebook @ Work).

Le Comité Exécutif a également élu son Coup de cœur.

**22 BU**  
**PARTICIPANTES**  
**POST GAGNANT**  
**69 LIKES, 535 VUES**



**Milena Leviet,**  
ambassadrice RSE de Kamikaze,  
BU gagnante du Altavia Footprint  
Challenge

“

« En poste au sein de Kamikaze depuis 1 an et demi, j'avais envie de m'investir dans l'entreprise au-delà de mes missions. C'est pourquoi je me suis portée volontaire pour être l'ambassadrice RSE de ma BU. Cela me permet de nouer des relations avec mes collègues à l'international et d'en apprendre plus sur les moyens d'agir pour la société et l'environnement au niveau de notre entreprise. En tant qu'ambassadrice RSE de Kamikaze, je coordonne les actions RSE. Je suis entourée d'un petit groupe de collaborateurs motivés qui ne sont jamais à court d'idées ! À l'occasion du Altavia Footprint Challenge, nous avons eu par exemple l'idée d'offrir à chaque nouveau collaborateur un kit de bienvenue éco-conçu. Nous avons également commencé à mettre en place des éco-gestes. La RSE chez Kamikaze, ce n'est pas une contrainte, on y contribue parce qu'on a envie d'y contribuer, et j'en suis très fière ! »

”



## CONTRÔLE ET ÉVALUATION DE NOTRE DÉMARCHE RSE



### DÉMARCHE DE PROGRÈS ECOVADIS

En 2018, 7 de nos BU sont inscrites dans la démarche d'amélioration continue proposée par Ecovadis. 4 d'entre elles ont le niveau GOLD, dont 2 pour la deuxième année consécutive. Nous prévoyons déjà l'évaluation de 3 nouvelles BU en 2019. L'objectif de notre démarche, au-delà de répondre à l'exigence de nos clients internationaux, est de faire valider les stratégies RSE des BU par un organisme tiers, notamment sur les actions relatives à l'Environnement, au Respect des droits humains et Normes du travail, aux Achats Responsables et l'Éthique.



### REPORTING ET AUDITS INTERNES

Des indicateurs sociaux, environnementaux et sociétaux ont été définis pour mesurer l'efficacité de nos actions RSE. Une trame de reporting RSE a été validée en 2018 et implémentée dans notre outil de collecte des données financières : ANAPLAN. Elle sera remplie à partir de 2019 dans l'ensemble des BU pour une consolidation des données au niveau du groupe dès 2020. Ces indicateurs sont déjà déployés dans les BU évaluées par Ecovadis.



En France, les BU mesurent chaque année leur empreinte sociale (effectifs, emploi, intérim, absentéisme, accidents du travail, formation, dialogue social, discriminations, rémunération et bénéfices sociaux) pour la transmettre aux actionnaires.



Au sein du groupe, les BU sont auditées en interne une fois par an. Parmi les nombreux volets contrôlés, l'auditeur interne vérifie que les procédures de santé et sécurité au travail sont respectées. Sur le volet Capital Humain, la gestion des recrutements, des carrières et des départs, les frais professionnels ou encore l'attribution des voitures de fonction sont également audités.





# INDICATEURS DE PERFORMANCE DÉFINIS EN 2018

## LES INDICATEURS ENVIRONNEMENTAUX

- Consommation de plastique (gobelets et bouteilles) en nombre et en euros
- Recyclage : poids du papier et du plastique recyclé en kg
- Consommation d'électricité en MWh et en euros
- Consommation de gaz en MWh et en euros
- Consommation d'eau en m<sup>3</sup> et en euros
- Nombre de clients impliqués dans Ecopublishing®
- Nombre de productions Ecopublishing®
- Proportion de papier certifié
- Proportion de papier recyclé
- Nombre de clients Upcycling,
- Nombre de productions Upcycling
- Quantité de matériaux recyclés en m<sup>2</sup> ou kg

## LES INDICATEURS SOCIAUX

- Équilibre des genres dans le recrutement
- Proportion de femmes dans le management
- Équilibre des genres dans les salaires
- Suivi des plaintes pour non-respect des droits humains ou des normes internationales du travail
- Stabilité de l'emploi : proportion de CDI
- Turnover
- Nombre de jours de formation
- Nombre de jours de formation en sécurité
- Nombre d'évènements ludiques
- Proportion de collaborateurs satisfaits au travail
- Proportion de personnes recrutées en situation de handicap

## LES INDICATEURS SOCIÉTAUX

- Nombre de fournisseurs certifiés (ISO 14001, FSC/PEFC, Imprim'vert, etc.)
- Proportion de chartes RSE signées
- Proportion de questionnaires d'auto-évaluation remplis
- Nombre de collaborateurs formés au risque de corruption
- Nombre de commandes en Positive Sourcing®
- Montants des commandes (€) en Positive Sourcing®
- Nombre d'opérations de mécénat
- Équivalent monétaire des opérations de mécénat
- Nombre de clients sensibilisés aux stéréotypes genrés dans la pub

**99,6%**  
DU PAPIER  
EST CERTIFIÉ

Résultats Altavia Paris 2018

**52%**  
DES MANAGERS SONT DES  
**FEMMES**

Résultats Altavia Paris 2018

**26**  
COLLABORATEURS  
FORMÉS AU RISQUE  
DE CORRUPTION

Résultats Altavia Paris 2018

## LA SOLIDARITÉ, L'AFFAIRE DE TOUS

CRITÈRE

2

CRITÈRE

4

CRITÈRES

16À18

Fortement ancrées dans les territoires où elles sont implantées, les BU s'investissent dans la cité, en ouvrant leurs portes à autrui, en soutenant des associations, principalement par le mécénat de compétences, et en œuvrant pour la biodiversité et l'environnement. Elles organisent régulièrement des événements RSE internes dans le but d'assurer le bien-être des collaborateurs et de réduire leurs impacts environnementaux.

### L'EMPREINTE SOCIALE SUR NOTRE TERRITOIRE EN SEINE-SAINT-DENIS

#### Rencontre 93

Lors de la Semaine de la RSE, Altavia a accueilli dans ses locaux des adolescents en rupture de lien pris en charge par l'association Rencontre 93. Ces jeunes ont pu découvrir le monde de l'entreprise ainsi que les métiers d'Altavia le temps d'une matinée. Puis ils ont réalisé une séance de graffiti dans les locaux de Saint-Ouen, un moment de partage et de solidarité apprécié de tous !

#### Réseau Entreprendre 93

Altavia a accompagné le Réseau Entreprendre 93 à l'occasion de ses 15 ans : réalisation du book de l'évènement, des invitations, et design d'une nouvelle signature électronique.





## LA SOLIDARITÉ, L'AFFAIRE DE TOUS (SUITE)

### L'Agence du Don en Nature : aide aux démunis à Paris

L'ADN est une association dont l'objectif est la collecte et la redistribution aux plus démunis de produits neufs non alimentaires. Altavia a fourni pour l'Agence du Don en Nature (ADN) un accompagnement 360, aussi bien print que web. Une belle énergie déployée pour offrir plus de visibilité à l'association lors de la Semaine du Don en Nature en mars. Les supports réalisés sont le Rapport d'activité print & digital, des leaflets, ainsi qu'une vidéo motion design pour sa campagne web.



Les collaborateurs des régions parisienne et lyonnaise ont également participé pour la 3<sup>e</sup> année consécutive à la Course des Héros en juin 2018. Une cinquantaine d'altaviens ont ainsi marché ou couru pour soutenir l'Agence du Don en Nature.



## LA SOLIDARITÉ, L'AFFAIRE DE TOUS (SUITE)



### TOGETHER WITHOUT WALLS : ACCUEIL DES RÉFUGIÉS EN ITALIE

Dans le cadre du combat contre les violences faites aux femmes, Altavia Italia a ouvert ses portes le 19 juin 2018 à des femmes réfugiées. Ce fut l'occasion pour ces femmes de partager leur expérience autour d'un dîner convivial, comme nous l'explique Amina Natscia Al Zeer, vice-présidente du projet Aisha :

*« Ce fut un dîner joyeux et convivial autour duquel nous avons partagé nos plats mais aussi nos histoires. C'était pour moi très important d'assister à cet événement avec ces femmes venues des quatre coins du monde. Je les ai vu sourire et passer de bons moments. J'ai également pu réaliser un petit sketch avec ma fille afin de raconter la vie d'une femme d'une façon comique. Cette soirée m'a permis de rencontrer des gens merveilleux qui nous soutiennent chaque jour dans le combat contre les violences faites aux femmes. »*



### HOPE CENTER : ACCUEIL DE SANS-ABRIS EN GRANDE-BRETAGNE

Une de nos BU en Grande-Bretagne, HRG, soutient depuis plusieurs années le centre d'accueil de personnes sans domicile fixe de Northampton. Lucy Deacon, collaboratrice de HRG, nous en dit plus sur son engagement personnel pour l'association :

*« Je suis investie dans ce projet depuis décembre 2017. Mon rôle est d'aider à la coordination des activités de levée de fonds pour Hope Centre. J'ai ainsi participé à une collecte de vêtements, à l'organisation de soirées quiz, à des concours et des ventes de gâteaux. Tout ceci a commencé par la collecte de vêtements chauds pour les sans-abri. Lorsque nous avons déposé notre collecte au centre, j'ai pu rencontrer l'équipe opérationnelle ainsi que les bénéficiaires de Hope Centre. Cette expérience m'a fait prendre conscience de la vulnérabilité de ces personnes et combien elles ont besoin de notre support. C'est pourquoi HRG fait le nécessaire pour aider Hope Centre à soutenir les personnes sans domicile fixe du Northamptonshire. »*



## LA SOLIDARITÉ, L'AFFAIRE DE TOUS (SUITE)

### LA SEMAINE EUROPÉENNE DE LA RSE

Pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, les BU ont participé à la Semaine de la RSE, organisée à l'occasion de la Semaine Européenne du Développement Durable. L'objectif de cette semaine est d'inviter les BU à partager leurs initiatives sociales et environnementales. En voici quelques-unes :



**Altavia Ceská** a apporté son soutien à un petit garçon qui fabrique des savons et sensibilise les enfants au lavage des mains dans le but de collecter des fonds pour aider son frère en situation de handicap.



**Course solidaire en Chine** en faveur des enfants issus des régions rurales pauvres du pays.



**Le Directeur d'Altavia Dekatlon (Turquie), Samet Sari**, est intervenu pour parler des médias à l'occasion d'un événement organisé pour collecter des fonds au bénéfice de la fondation Kaçuv luttant contre le cancer.



Collecte de livres pour don dans les hôpitaux de **Varsovie**.



## SOUTIEN À L'INNOVATION ET À L'ENTREPRENEURIAT SOCIAL



### ASHOKA

Ashoka construit et anime une communauté d'innovateurs sociaux de tous les secteurs. Collectivement, ils encouragent l'émergence d'un monde dans lequel chaque individu et organisation devient acteur de changement, et joue un rôle dans la résolution des plus grands enjeux sociétaux. En 2018, pour la 3<sup>e</sup> année consécutive, Altavia a renouvelé son soutien à Ashoka, par la conception et l'impression de la brochure annuelle. Cette année, une prestation de direction artistique a été proposée pour offrir une nouvelle identité graphique à l'association, ce qui lui a permis de moderniser l'ensemble de ses supports de communication. L'agence digitale Insitaction a également contribué à la démarche en apportant son aide pour un référencement web plus pertinent.

### ALTAVIA COACH

Depuis 2017, Altavia Coach, entité dédiée à l'innovation dans le secteur du retail, accompagne les start-up dans leur développement, tout en créant des synergies profitables à nos clients commerçants. Les activités d'Altavia Coach sont structurées autour de 2 grands axes : « l' accelerator » et les « strategic ventures ». Altavia Coach s'est associé à Euratechnologies pour lancer son programme d'accélération. Celui-ci est centré sur le Go to Market, l'internationalisation et l'accompagnement marketing & communication. En 2017, Altavia a investi dans la création et le lancement de Wetail, un concept de lieu unique pour dessiner le retail de demain en rapprochant tous les acteurs du secteur. Dans le prolongement de ses actions en faveur de l'entrepreneuriat et de l'innovation, Altavia Coach crée un concept associant expérimentation, événementiel, espaces de coworking, programmes d'accélération, workshops et réseau d'experts.



# LES ACHATS RESPONSABLES

## NOTRE OBLIGATION DE VIGILANCE



Depuis 2010, Altavia renouvelle annuellement ses certifications FSC® et PEFC™ afin de garantir l'origine responsable du papier composant les supports de communication de ses clients. En 2018, 15 BU sont certifiées en Europe et en Asie. Un échantillon de 4 BU est audité chaque année par Bureau Veritas.



Altavia prend son obligation de vigilance très à cœur et a choisi une solution reconnue du marché pour collecter tous les documents administratifs et vérifier que tous ses fournisseurs remplissent leurs obligations sociales.

Cet outil nous permet de :

- Recenser toutes les certifications de nos fournisseurs (ISO 14 001, Imprim'Vert, FSC PEFC...),
- S'assurer qu'ils ont signé notre « Responsible Business Partner Policy » qui définit notre approche Business responsable « End to End », nos principes et valeurs et nos règles de conduite des affaires,
- Partager un questionnaire d'auto-évaluation pour vérifier les implications sociales et environnementales de nos fournisseurs.



Ces questionnaires permettront d'identifier les fournisseurs stratégiques considérés comme étant à risques et qui devront être audités.

**15%**  
DE NOS FOURNISSEURS  
D'IMPRESSION  
SONT CERTIFIÉS  
ISO 14 001





## NOTRE OFFRE D'ACHATS SOLIDAIRES : LE POSITIVE SOURCING®

CRITÈRE

15

Le **Positive Sourcing®** est une offre développée par Altavia pour favoriser l'inclusion professionnelle des personnes en rupture de lien par les Achats Solidaires.

Les prestataires du secteur adapté retenus par Altavia ont été référencés suivant un process bien défini, après un audit du site qui garantit notamment les points suivants :

- Équipement industriel (qualité et adéquation avec nos besoins),
- Respect de l'environnement (process et certifications),
- Viabilité économique et niveaux de prix (cohérence par rapport au marché)
- Éthique, respect des règles du Secteur du Travail Protégé et Adapté (STPA).

Véritable action citoyenne, le recours à la sous-traitance en secteur adapté permettra également à nos clients de réduire leur contribution AGEFIPH.

Encouragé par notre client L'Oréal, le **Positive Sourcing®** a été étendu à davantage de pays et à un panel plus large de bénéficiaires (TPE, réinsertion...).

50

PERSONNES

EN 2018, L'ORÉAL ET ALTAVIA  
ONT CONTRIBUÉ ENSEMBLE À  
L'EMPLOI DE 50 PERSONNES  
EN RUPTURE DE LIEN  
DANS LE MONDE  
43 EN 2017

### UN EXEMPLE, EN GRÈCE ALTAVIA HELLAS TRAVAILLE AVEC KETHEA, LE RÉSEAU DE RÉHABILITATION ET DE RÉINSERTION SOCIALE LE PLUS IMPORTANT DE GRÈCE.

Depuis 1983, l'établissement dispense des soins gratuitement aux personnes souffrant d'addiction aux drogues. Kethea aide également les individus souffrant d'autres formes d'addictions comme l'alcool, le jeu ou Internet. L'unité de production imprimée emploie 23 travailleurs. Chaque année, jusqu'à 6 individus en phase de réhabilitation du programme thérapeutique bénéficient d'une formation professionnelle et beaucoup intègrent l'industrie graphique après leur diplôme.



## NOTRE OFFRE D'ACHATS SOLIDAIRES : LE POSITIVE SOURCING® (SUITE)

8 TRAVAIL DÉCENT  
ET CROISSANCE  
ÉCONOMIQUE



CRITÈRE

2

CRITÈRE

21

### PORTER UN AUTRE REGARD SUR LE HANDICAP

Partenaire du Réseau GESAT, Altavia s'engage à favoriser l'emploi des personnes handicapées. Les entreprises du STPA avec lesquelles nous travaillons ont pour vocation de soutenir et d'accompagner l'émergence et la consolidation du projet professionnel du salarié en situation de handicap, en assurant sa formation et en promouvant l'emploi des personnes fragilisées par un handicap.

L'inclusion sociale étant au cœur de sa stratégie RSE, le groupe Altavia organise chaque année un événement à l'occasion de **la Semaine Européenne pour l'Emploi des Personnes Handicapées**. En novembre 2018, une table ronde a ainsi été organisée dans les locaux d'Altavia Paris à Saint-Ouen. Clients et collaborateurs d'Altavia ainsi que 2 membres du Réseau GESAT se sont réunis pour réfléchir aux moyens de booster le Positive Sourcing®.

Un jeu de rôle a été organisé dans le cadre d'un atelier culinaire intitulé « **le Handicap, pas de quoi en faire tout un plat** », mettant les collaborateurs en situation de handicap visible ou invisible. Ainsi, chacun a pu faire l'expérience des difficultés que peuvent rencontrer les salariés en situation de handicap : gênes, incompréhensions, ralentissement des tâches, mais aussi de la bienveillance, de l'entraide et de l'empathie. Démonstration était faite que la diversité peut générer davantage de cohésion, et une meilleure organisation du travail.



### BOOSTER LE POSITIVE SOURCING®

Le Positive Sourcing® est l'offre phare de la branche sociétale de notre stratégie RSE et une demande client de plus en plus forte. Pour renforcer notre approche, nous développons dans le cadre d'un atelier de travail participatif 2 axes d'action concrets :

- 1/ Le Sourcing : sécuriser, renforcer notre panel et élargir le périmètre à d'autres secteurs de l'inclusion (pas seulement le secteur adapté) pour multiplier les possibilités,
- 2/ La mise en place d'un process opérationnel pour cadrer (et augmenter) les commandes de fabrication auprès des secteurs identifiés : cadrer les différentes étapes du process, définir les typologies des produits éligibles au STPA (simples, récurrents, planning), impliquer les clients, fixer des objectifs chiffrés, impliquer les collaborateurs.



## NOTRE OFFRE D'ACHATS SOLIDAIRES : LE POSITIVE SOURCING® (SUITE)

### UPCYCLING BY ALTAVIA



Pour renforcer notre contribution au secteur protégé, nous développons une offre Upcycling, qui nous permet également de nous inscrire dans une économie circulaire.

**L'idée de l'Upcycling est simple :** transformer un matériau dont on n'a plus l'usage en objet à nouveau utile. En offrant une seconde vie aux supports de communication, nous contribuons, avec nos clients, à une économie circulaire en utilisant nos déchets pour créer des objets utiles. Tous nos produits sont confectionnés en France à partir de bâches tissu ou PVC hors d'usage par des entreprises du secteur adapté pour une démarche 100 % responsable.



## UPCYCLING BY ALTAVIA





# LE RESPECT DES DROITS HUMAINS ET DES NORMES DU TRAVAIL

## NOS FONDAMENTAUX ÉTHIQUES ET HUMAINS

CRITÈRE

3

CRITÈRE

4

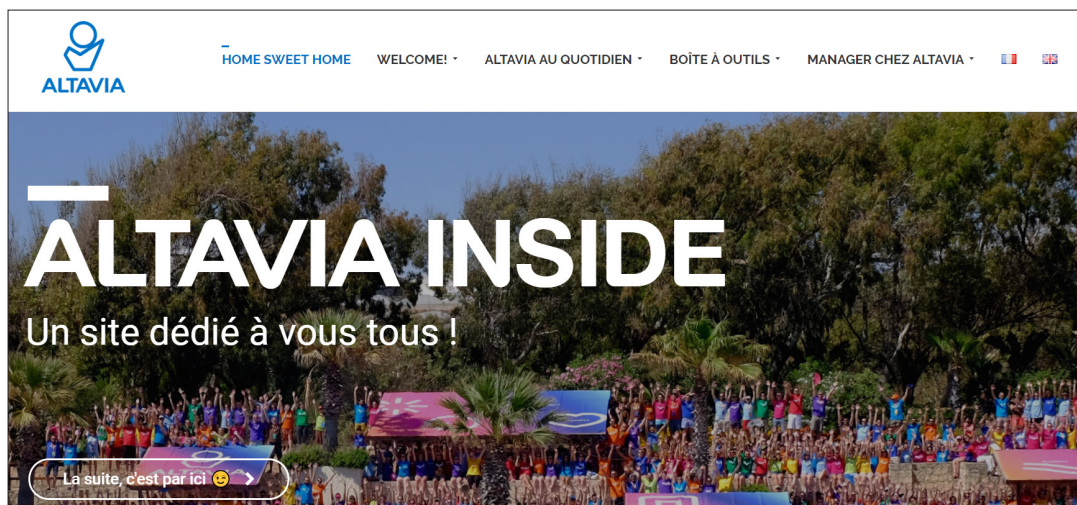
CRITÈRE

6

### L'ART ET LA MANIÈRE

Notre charte éthique est constituée de l'ensemble des fondamentaux du groupe en matière de ressources humaines (Capital Humain chez Altavia) ainsi que de nos fondements éthiques. Elle constitue un socle commun à l'ensemble de nos Business Units, garantit aux collaborateurs d'Altavia un environnement de travail serein et énonce les comportements que chaque collaborateur doit avoir envers les autres.

Depuis 2017, les collaborateurs du groupe ont accès à un site internet dédié au Capital Humain : **Altavia Inside**. Ce site internet permet de consulter à tout moment la politique du Capital Humain : les principes fondamentaux, les responsabilités des managers, nos droits et nos devoirs, le socle de pratiques du Capital Humain et nos engagements (lutte contre les discriminations et le harcèlement, prévention des conflits d'intérêts, recrutement juste). Les bonnes pratiques du manager sont aussi à disposition des collaborateurs, ainsi qu'un manuel d'accueil, une présentation des outils collaboratifs et des liens utiles. L'édito de Raphaël Palti sur Altavia Inside fait également référence aux Conventions de l'OIT : un lien pour les consulter est à disposition des collaborateurs.



### PROTECTION DES DONNÉES PERSONNELLES

Dans le cadre du Règlement Général sur la Protection des Données (RGPD), tous les collaborateurs du groupe Altavia ont bénéficié d'une formation en ligne afin de les informer sur la réglementation et leurs droits. En parallèle, les référents RGPD ont élaboré une procédure de gestion des incidents

de sécurité afin de gérer les crises impactant l'intégrité, la confidentialité ou la disponibilité des systèmes d'information hébergeant des données personnelles de nos clients. Les direction juridique et direction des systèmes d'information sont responsables de la prévention de ce type d'incidents.

5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES



## NOTRE POLITIQUE CAPITAL HUMAIN

Sous l'impulsion de la Direction du Capital Humain, le dialogue social et la formation ont été les deux axes de développement majeurs de l'année 2018.

### LE DIALOGUE SOCIAL

Il est organisé en fonction de la législation sociale en vigueur : en France, toutes entités dépassant les 11 collaborateurs sont dotés d'instances représentatives du personnel (DP, CE ou CSE).

Il existe un délégué syndical CFDT dans deux BU. Altavia a souhaité instaurer un dialogue social encore plus soutenu partout dans ses BU en instaurant des Forums. Ces Forums incitent tous les collaborateurs quelle que soit la BU, la taille et le pays concerné à venir exprimer leur avis et apporter leur contribution sur les sujets du quotidien.

À Nantes et à Saint-Ouen, les collaborateurs participent à l'aménagement des locaux. Au sein de la BU Altavia Aura, un Forum est consacré au plan de mobilité, un autre au décloisonnement des services internes. Ces Forums s'ajoutent aux baromètres Capital Humain régulièrement organisés par les BU et au questionnaire « Bien-être » envoyé chaque année aux collaborateurs d'Altavia Aura, fondements d'une dynamique d'amélioration des pratiques.

CRITÈRE

4

CRITÈRE

8

CRITÈRE

21

## QUESTIONNAIRE "BIEN-ÊTRE" ALTAVIA AURA

56 collaborateurs ont répondu en 2018.

CHARGE DE TRAVAIL **98%**

estiment leur charge de travail correcte/soutenue

**94% EN 2017**

CLARTÉ DES MISSIONS **96%**

des collaborateurs savent ce qu'on attend d'eux

**98% EN 2017**

SENTIMENT D'APPARTENANCE **75%**

des collaborateurs se sentent bien dans leur équipe

**84% EN 2017**

SENTIMENT D'ÉVOLUTION **84%**

des collaborateurs disent apprendre régulièrement et bénéficier d'évolutions dans leur poste

**77% EN 2017**

## Mad&Women

En 2018, la première agence féministe au monde, Mad&Women, a rejoint le groupe Altavia. Fondée en 2012 par Christelle Delarue, la mission de Mad&Women est de mettre en valeur le potentiel politique, social, artistique et économique des femmes à travers une communication dépourvue de tout stéréotype genré. Parmi les nombreux clients qui ont fait confiance à l'expertise de Mad&Women, la Caisse d'Épargne a confié à l'agence deux campagnes : #1WomanOutOf8March, campagne de soutien pour la recherche contre le cancer du sein, ainsi que #Vouloir c'est pouvoir, campagne lancée pour encourager l'entrepreneuriat au féminin. Mad&Women a également réalisé pour 24 Sèvres la campagne de publicité sur les Parisiennes avec comme objectif de lutter contre tous les clichés dont les femmes sont affublées.

Mad&Women est très active lors de la Journée Internationale des Droits des Femmes. L'agence est à l'origine du mouvement #8mars15H40 qui dénonce les inégalités salariales entre les femmes et les hommes.

En intégrant les équipes de Mad&Women, Altavia se dote d'une expertise en matière de marketing responsable nécessaire à l'accompagnement de nos clients dans la réalisation de campagnes de communication plus justes, et dépourvues de stéréotypes de genres.

## NOTRE POLITIQUE CAPITAL HUMAIN (SUITE)

### INTELLIGENCE COLLECTIVE

Le groupe bénéficie de l'expertise d'**Altavia Act\*** en Belgique, organisée en « triboos » collaboratives, qui dispense des formations managériales fondées sur la technique du Co-Développement.

### FAVORISER LA DIVERSITÉ

Altavia confirme sa volonté de mener une politique d'intégration et d'accompagnement dans l'emploi de collaborateurs reconnus handicapés.

À ce titre, comme les années passées, les actions menées en ce sens concernent :

■ Le recrutement via les sites partenaires spécialisés dans le recrutement des salariés handicapés. Par ailleurs, se sont développées au sein des agences d'intérim avec lesquelles nous travaillons, des divisions spécialisées sur le placement de travailleurs reconnus handicapés, divisions que nous sollicitons de fait systématiquement.

■ L'identification de collaborateurs reconnus handicapés.

■ La sous-traitance, via notre Positive Sourcing® : travail manuel, impression, routage, conditionnement, mise sous flow-pack, manchonnage, etc.

Altavia Nantes a également signé un accord pour favoriser l'emploi des seniors.

### TÉLÉTRAVAIL

2018 a également été l'année du développement du télétravail : certaines BU l'ont adopté (Altavia Deutschland, Altavia Act\*), d'autres sont en cours de test (Altavia Aura et Altavia Paris).

### FORMATION RENFORCÉE ET PARTENARIATS SCOLAIRES

Les compétences relatives au Capital Humain sont renforcées dans chaque BU grâce notamment à l'organisation d'ateliers animés conjointement par le directeur de la BU et la direction du Capital Humain.

Le groupe Altavia poursuit ses partenariats avec le secteur académique. En France, les BU accueillent notamment des étudiants en stage et en alternance provenant d'écoles de commerce, de l'école des Gobelins de Paris, des écoles du digital, de l'ISEG (marketing et communication), de l'AGR (Design graphique et communication), de Sup de Pub et de l'ISCOM. 40 managers en France ont bénéficié d'un rappel des techniques de management lors d'ateliers co-crés en partenariat avec une consultante spécialisée. La Direction Capital Humain France prévoit également le déploiement d'un e-learning pour une acculturation digitale en 2019.

**74**  
COMMERCIAUX  
ont suivi la formation  
« time to pitch »  
à l'échelle du groupe.

10

INÉGALITÉS  
REDUITES



4

ÉDUCATION  
DE QUALITÉ



CRITÈRE

6

CRITÈRE

15

**LES 500 MEILLEURS EMPLOYEURS DE FRANCE**

De nouveaux champions, de nombreuses entrées mais aussi des sorties. Découvrez la nouvelle liste des sociétés qui ont la cote dans leur secteur.

PAR BRUNO DECLAIRIEUX

**LA MÉTHODE DE L'ENQUÊTE**

Pour cette cinquième édition du palmarès des meilleurs employeurs, l'institut Statista est demeuré fidèle à la méthodologie utilisée les années précédentes : un panel de 20 000 personnes qui travaillent dans des entreprises de plus de 500 salariés en France a été invité cet automne à répondre en ligne aux deux questions suivantes : « Sur une échelle de 0 à 10, indiquez à quel niveau vous recommanderiez votre employeur à vos amis ou à votre famille » et « D'après ce que vous savez des employeurs suivants de votre secteur d'activité, les recommanderiez-vous à votre entourage ? ». En accordant une pondération plus forte à l'avis des employés sur leur entreprise qu'à celui émis sur leurs concurrents, notre partenaire a pu ainsi calculer une note finale sur 10. Sur les 2 100 groupes étudiés, seuls les 500 ayant eu les meilleures notes sont présentés. À noter que, si une entreprise n'apparaît pas, il est possible que le nombre de ses salariés trouvés en ligne ait été insuffisant pour que l'avis soit pertinent.

Avec **statista**

### Médias, communication

Entreprise	
1.	Groupe Bayard
2.	Groupe Télégramme
3.	France Télévisions
4.	Publicis Groupe
5.	Groupe M6
6.	Groupe UGC
7.	Pathé
8.	Groupe Gallimard
9.	Ouest-France
10.	Le Monde
11.	Radio France
12.	Groupe TF1
13.	Altavia
14.	Havas Group
15.	Médiamétrie

### UNE ENTREPRISE ATTRACTIVE

En 2018, Altavia a été classé 13<sup>e</sup> au Palmarès du Meilleur Employeur du magazine Capital (en France) pour le secteur Médias et Communication. L'étude a été réalisée par l'institut Statista, auprès de 20 000 répondants dans 2 100 entreprises de plus de 500 salariés de 32 secteurs d'activité différents. Les scores sont établis à partir des recommandations directes (des salariés d'Altavia) et indirectes (salariés du même secteur d'activité).



## NOS FONDAMENTAUX ÉTHIQUES ET HUMAINS (SUITE)



### SANTÉ ET SÉCURITÉ DES COLLABORATEURS

« **L'Art et la Manière d'Altavia** », notre code éthique, reprend également les règles d'hygiène et de sécurité à respecter sur le lieu du travail.

Extrait : « *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 au responsable de la BU 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.* »

Les BU françaises appliquent le droit du travail en étroite relation avec les membres des Comités Sociaux et Économiques. Les consignes de sécurité et la réglementation à respecter sur le lieu du travail sont affichées dans les bureaux. Des formations incendie et secourisme sont dispensées régulièrement aux collaborateurs. Par ailleurs, la tenue d'un registre de sécurité permet le suivi des interventions de maintenance obli-

gatoires (extincteurs, blocs autonomes de sortie de secours, ascenseurs...). Le document unique consigne l'évaluation des risques obligatoire.

### CONVIVALITÉ ET BIEN-ÊTRE

Depuis sa création, Altavia a instauré des rites et rythmes au niveau du groupe comme dans chacune des BU. Il s'agit de moments de partage avec les collaborateurs des informations de la BU et du groupe, de moments conviviaux, de cohésion et d'échanges de Bonnes Pratiques : 2 séminaires par an et une convention rassemblant tous les altavien tous les 10 ans !

CRITÈRE

6

CRITÈRE

7

## NOS FONDAMENTAUX ÉTHIQUES ET HUMAINS (SUITE)



En plus de ces rites et rythmes, chaque BU organise des activités collectives comme des ateliers de bien-être ou la pratique de sports : cours de sophrologie à Nantes ; cours de Pilates au sein des locaux de Saint-Ouen et de Saint-Étienne ou encore séances de shiatsu à moitié prix pour les collaborateurs d'Altavia Paris sur les horaires de travail.

Sous le soleil de Madrid, quelques collaborateurs d'Altavia Ibérica ont également aménagé un potager sur la terrasse des bureaux. La récolte fut bonne l'été dernier !

Les collaborateurs d'Altavia Paris se réunissent plusieurs fois par an autour de « Happy Times » organisés par la Responsable Capital Humain de la BU. En 2018, ce sont les thèmes de l'addiction, de la nutrition, du réveil musculaire et de l'ergonomie qui ont été abordés. L'organisation de ces Happy Times est participative : chaque collaborateur est invité à proposer une thématique qu'il souhaiterait voir traiter par un spécialiste.





## NOS FONDAMENTAUX ÉTHIQUES ET HUMAINS (SUITE)



### NEXT GEN, LES MOINS DE 35 ANS ACTEURS DE LA TRANSFORMATION

Le groupe Altavia accorde beaucoup d'importance aux idées fraîches et nouvelles de ses plus jeunes collaborateurs. Ainsi, pour la première fois dans l'histoire du groupe, un séminaire Next Gen a été organisé en juillet 2018.

63 collaborateurs du monde entier se sont réunis pendant 3 jours dans le but de travailler sur le MOVE2023, plan d'action stratégique du groupe sur les 4 années à venir. Par petits groupes, en suivant la méthode du « world café », la jeune génération a apporté de nombreuses idées pour répondre aux enjeux du groupe Altavia. Les plus abouties ont ensuite fait l'objet d'une restitution auprès du Comité Exécutif. Trois enjeux ont particulièrement retenu l'attention du Comex : la RSE, le Capital Humain et la marque employeur. De nouveaux groupes de travail ont été constitués. Les propositions qui en émaneront seront représentées au Comex au cours du premier semestre 2019.



# LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

## DES BU ENGAGÉES DANS LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT



### GESTION DES DÉCHETS

Le challenge RSE de novembre 2018 a mis en évidence une réelle sensibilité des collaborateurs aux enjeux majeurs que sont les déchets générés par notre activité professionnelle. La pratique du tri sélectif étant généralisée dans le groupe, les BU ont décidé d'aller plus loin en limitant la production de déchets notamment plastiques. Ainsi, Altavia Ibérica a offert à chacun de ses collaborateurs une gourde en verre et a banni les bouteilles en plastique de ses distributeurs de boissons. Suite au Altavia Footprint Challenge, Altavia Lille a organisé dans ses locaux un marché « zéro déchet ». L'occasion pour les collaborateurs de découvrir et de tester des alternatives au « tout emballé ».



### ÉCONOMIES D'ÉNERGIE

Le Altavia Footprint Challenge a mobilisé les collaborateurs du groupe sur la thématique de la réduction de nos impacts environnementaux. De nombreuses idées ont été compilées dans un book inspirant pour les ambassadeurs RSE. La BU qui a remporté le plus grand nombre de votes suite au Altavia Footprint Challenge, Kamikaze, a lancé une véritable campagne de sensibilisation auprès de ses collaborateurs. 12 éco-gestes ont été définis et communiqués aux collaborateurs et un guide sur les consignes de tri des déchets a été distribué.



# ECO KAMIKAZE

1. Using tap water instead of plastic bottles
2. The use of coffee grounds for odour absorbing, compost, peelings
3. Collecting bottle caps
4. Changing standard batteries for rechargeable batteries
5. Turning off unused devices, such as monitors
6. Use of printed paper
7. No printing if it is not necessary
8. Packing parcels avoiding plastic
9. Segregation of rubbish
10. Standby mode turning off at the end of the working day
11. Uber Kamikaze - going to work by car, take a colleague with you
12. Use of eco-font (Calibri, Century Gothic, Times)

START RIGHT NOW :)



## DES BU ENGAGÉES DANS LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT (SUITE)

### MOBILITÉ ET RÉDUCTION DES ÉMISSIONS DE CO<sub>2</sub>

CRITÈRE  
10

CRITÈRE  
15

Les collaborateurs d'Altavia Nantes sont invités à utiliser l'autopartage Lilas et des vélos sont mis à leur disposition. Un plan de mobilité avec Nantes Métropole permet plusieurs avantages comme la subvention pour l'achat de vélos électriques, un tarif préférentiel sur l'abonnement TAN annuel (Tramway) ou encore une réduction sur l'abonnement Bicloo (vélos mis à disposition par Nantes Métropole).

Les équipes d'Altavia Optitrans étant réparties entre Paris, Nantes et Lyon, les collaborateurs utilisent un outil leur permettant de partager les écrans. Ils s'efforcent également de privilégier les vidéo-conférence avec leurs prospects par rapport aux rencontres physiques. Deux vélos sont aussi mis à disposition des collaborateurs chez Altavia Sumis.

Les collaborateurs d'Altavia Hellas se sont également engagés à réduire l'auto-solisme pour leurs déplacements domicile-travail (intention Altavia Footprint Challenge).



Les deux BU britanniques sont engagées dans des démarches globales de réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre. En tant que membre du POPAI Sustainability Standard, HRG a adopté une approche d'écoconception de ses produits fondée sur l'analyse du cycle de vie pour réduire les émissions de gaz à effet de serre.

Altavia HTT est « Carbon Neutral ». En partenariat avec le World Land Trust, Altavia HTT est engagée dans un programme de compensation des émissions de gaz à effet de serre produites par les activités de ses deux bureaux au Royaume-Uni. Ce programme de compensation participe à la protection et la reforestation d'habitats sauvages en Équateur.

**CARBON  
NEUTRAL**  
ALTAVIA HTT



L'agence DISKO fait appel à une agence de voyages responsable qui l'accompagne dans les choix de mobilité les moins impactants, amenant à privilégier le train (83% en 2018) vs les trajets en avion (15%) et les taxis hybrides.

Ainsi, les 325 trajets de 2018 dégagent 9696 kg de CO<sub>2</sub> alors que 34 tonnes de CO<sub>2</sub> sont épargnées.

La plantation de 65 arbres permet d'arriver à un bilan carbone neutre de la BU sur les transports.



## UNE COMMUNICATION COMMERCIALE PLUS RESPONSABLE

12 CONSOMMATION  
ET PRODUCTION  
RESPONSABLES



CRITÈRE

2

CRITÈRES

9&10

CRITÈRE

15



ecopublishing®

**Réduire l'impact environnemental des supports de communication de nos clients avec Ecopublishing®**

Pour valoriser davantage l'engagement de ses clients dans la préservation de l'environnement et renforcer leur image de marque, Altavia les accompagne dans la réduction de l'impact de leurs supports de communication.

Ecopublishing® est la marque de fabrique responsable d'Altavia.

Elle permet aux marques et aux enseignes de combiner efficacité commerciale et respect de l'environnement de la conception à la fin de vie du produit en appliquant **un référentiel de 5 critères** :

AVEC ECOPUBLISHING®,

**L'IMPRIMÉ  
PUBLICITAIRE**

A DE BEAUX JOURS DEVANT LUI !

### ÉLIMINATION DES PERTURBATEURS AU RECYCLAGE

CETTE APPROCHE PERMETTRA EN FRANCE  
DE RÉDUIRE L'ÉCO-CONTRIBUTION ANNUELLE  
EN ÉLIMINANT LES MALUS CITEO

### CERTIFICATION DU PAPIER

RÉDUCTION DES IMPACTS  
ENVIRONNEMENTAUX LORS DE L'IMPRESSION

### TRANSPORT MOINS IMPACTANT

PRODUCTION TRANSPORTÉE DEPUIS LE SITE  
D'IMPRESSION PAR LES VÉHICULES EURO 6

VIGILANCE SUR LA  
PERFORMANCE CO<sub>2</sub>  
DE LA PRODUCTION  
DU PAPIER



**Mesure de l'impact environnemental des supports de communication avec CarboScan®, un calculateur carbone, élaboré en collaboration avec Climat Mundi.**

Ecopublishing est aussi une démarche de progrès : CarboScan® permet de mesurer l'impact carbone de la conception à la livraison du support, et de conseiller les clients d'Altavia sur les leviers d'écoconception à activer pour réduire davantage leur empreinte carbone.

L'application du référentiel peut être complétée par une sensibilisation des équipes au sujet de l'écoconception. Par ailleurs, le référentiel évolue régulièrement vers plus d'exigence pour rester au plus près des attentes de nos clients.

### LE DIGITAL RESPONSABLE

Une sensibilisation des BU digitales à la pollution digitale et à l'impact de nos activités a conduit à la volonté de partager avec nos clients une charte Digital Responsable et de mesurer le résultat de son application. La charte est en cours de déploiement.

# LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

UN COMITÉ DE PILOTAGE A ÉTÉ MIS EN PLACE POUR TRAITER LA MISE EN APPLICATION DE LA LOI SAPIN II AU NIVEAU DU GROUPE ET METTRE EN ŒUVRE UN DISPOSITIF DE LUTTE CONTRE LA CORRUPTION ET LE TRAFIC D'INFLUENCE :



<p>DÉPLOIEMENT D'UN <b>CODE DE CONDUITE</b> DANS LES BU</p>	<p><b>PROCESS D'ÉVALUATION</b> DES FOURNISSEURS, CLIENTS ET PARTENAIRES</p>	<p><b>ÉTABLISSEMENT D'UNE CARTOGRAPHIE DES RISQUES</b> AU NIVEAU DU GROUPE</p>
<p>DISPOSITIF D'ALERTE INTERNE : CRÉATION DE L'ADRESSE <b>ETHICS@ALTAVIA-GROUP.COM</b> ET PROCÉDURE « DISPOSITIF D'ALERTE ÉTHIQUE » DIFFUSÉE À TOUTES LES BU</p>		<p>DISPOSITIF DE CONTRÔLE ET D'ÉVALUATION INTERNE : LE CONTRÔLE DE LA MISE EN ŒUVRE ET DU SUIVI DU DISPOSITIF DE LUTTE CONTRE LA CORRUPTION SERA FAIT LORS DES <b>AUDITS INTERNES</b></p>
<p>FORMATION DES PERSONNES EXPOSÉES <b>EN E-LEARNING</b></p>	<p>POLITIQUE DE <b>SANCTIONS DISCIPLINAIRES,</b> PRÉCISÉE DANS LE RÈGLEMENT INTÉRIEUR</p>	<p>INSTAURATION D'UN <b>CONTRÔLE COMPTABLE</b></p>

# LES 21 CRITÈRES DU NIVEAU « ADVANCED »

## IMPLANTER LES 10 PRINCIPES DANS LA STRATÉGIE ET LES OPÉRATIONS

### Critère 1

La COP décrit l'intégration dans les fonctions stratégiques et les unités opérationnelles .....p. 6 à 8, 26

### Critère 2

La COP décrit la mise en œuvre dans la chaîne de valeur ..... p. 11, 16, 18, 19, 28

## POLITIQUES ET PROCÉDURES FIABLES CONCERNANT LES DROITS DE L'HOMME

### Critère 3

La COP décrit des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine des droits de l'Homme ..... p. 5, 6, 16, 20

### Critère 4

La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes des droits de l'Homme .....p. 11, 16, 20, 21

### Critère 5

La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux droits de l'Homme ..... p. 9, 16

## POLITIQUES ET PROCÉDURES FIABLES CONCERNANT LES NORMES DU TRAVAIL

### Critère 6

La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine des normes du travail .....p. 16, 20, 22 à 25

### Critère 7

La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs au travail .....p.16, 23

### Critère 8

La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés aux normes du travail ....p. 9, 16, 21

## POLITIQUES ET PROCÉDURES FIABLES CONCERNANT LA PROTECTION DE L'ENVIRONNEMENT

### Critère 9

La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine du respect de l'environnement .....p. 6, 16, 26, 28

### Critère 10

La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la gestion de l'environnement .....p.6, 8, 16, 26 à 28

### Critère 11

La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à la gestion durable de l'environnement ..... p. 9, 16

## POLITIQUES ET PROCÉDURES FIABLES CONCERNANT LA LUTTE CONTRE LA CORRUPTION

### Critère 12

La COP formule des engagements, stratégies ou politiques précis dans le domaine de l'anti-corruption .....p. 29

### Critère 13

La COP décrit les systèmes de management en place pour intégrer les principes relatifs à la lutte contre la corruption .....p.16, 29

### Critère 14

La COP décrit les mécanismes de contrôle et d'évaluation en place pour l'intégration des principes liés à l'anti-corruption .....p. 9, 16, 29

## AGIR POUR SOUTENIR LES OBJECTIFS PLUS LARGES DES NATIONS UNIES

### Critère 15

La COP décrit les contributions du cœur de métier aux objectifs et problématiques plus larges de l'ONU .....p. 11, 15 à 19, 22 à 29

### Critère 16

La COP décrit des investissements stratégiques sociaux et de philanthropie .....p. 11 à 15

### Critère 17

La COP décrit une prise de position et un engagement en matière de politique publique .....p.11, 13

### Critère 18

La COP décrit des partenariats et une action collective .....p.11

## GOVERNANCE ET LEADERSHIP DE LA RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES (RSE)

### Critère 19

La COP décrit l'engagement du Président et de la direction .....p.5, 6, 7

### Critère 20

La COP décrit l'adoption par le Conseil d'administration et la surveillance .....p. 6, 9

### Critère 21

La COP décrit l'implication des parties prenantes .....p. 8, 15, 18, 21



# LES ODD

AVEC LE GLOBAL COMPACT, ALTAVIA CONTRIBUE À :



**ODD 4** - p. 22  
Promouvoir les possibilités  
d'apprentissage  
tout au long de la vie



**ODD 5** - p. 21  
Parvenir à l'égalité  
entre les sexes



**ODD 8** - p. 18  
Promouvoir  
un travail décent  
pour tous



**ODD 9** - p. 15, 19  
Encourager  
l'innovation



**ODD 10** - p. 22  
Réduire  
les inégalités



**ODD 12** - p. 28  
Établir des modes  
de consommation et  
de production durables



**ODD 13** - p. 26  
Prendre d'urgence  
des mesures pour lutter  
contre les changements  
climatiques et  
leurs répercussions



**ODD 15** - p. 16  
Gérer durablement  
les forêts et mettre fin  
à l'appauvrissement  
de la biodiversité



**ODD 16** - p. 29  
Lutter contre  
la corruption

# SUIVEZ-NOUS



**SUR TWITTER**

[twitter.com/altaviagroup](https://twitter.com/altaviagroup)



**SUR LINKEDIN**

[linkedin.com/company/altavia](https://linkedin.com/company/altavia)



**SUR YOUTUBE**

[youtube.com/altavia](https://youtube.com/altavia)



**SUR FACEBOOK**

[facebook.com/altavia.group](https://facebook.com/altavia.group)



NOUS SOUTENONS  
LE PACTE MONDIAL

Ceci est notre **Communication sur le Progrès** sur la mise en œuvre des principes du **Pacte mondial des Nations Unies**.

Nous apprécions vos commentaires sur son contenu.



**ALTAVIA**

ALTAVIA-GROUP.COM