



Altair

**ENSEMBLE
POUR UN MONDE
PLUS PROPRE**

RAPPORT RESPONSABILITÉ
SOCIÉTALE D'ENTREPRISE 2023

SOMMAIRE

Édito	p.03	S'ENGAGER POUR NOS COLLABORATEURS	
Notre mission et notre stratégie RSE	p.04	Favoriser le bien-être au travail	p.44
Nos directeurs nous parlent de leurs engagements	p.05	Rendre l'entreprise accessible à tous	p.48
Présentation du Groupe Altair	p.06	Focus sur : Mamadou Alpha Bah, se prépare aux jeux paralympiques de Paris 2024	p.49
Présentation de l'organisation RSE	p.08	Développer les compétences de nos collaborateurs	p.50
Notre contribution aux ODD	p.10	Protéger nos équipes	p.52
Faits marquants 2023	p.12	
.....		S'ENGAGER À AGIR AVEC ÉTHIQUE	
S'ENGAGER POUR LA PLANÈTE		Encadrer les relations commerciales par un code de conduite	p.54
Réduire nos émissions de gaz à effet de serre	p.16	Lutter contre la corruption via une charte anti-corruption	p.54
Réduire et valoriser nos déchets de production	p.20	
Réduire l'empreinte environnementale de nos produits	p.22	S'ENGAGER À TRAVERS LES ASSOCIATIONS	
Limiter nos consommations d'énergie	p.26	Notre Groupe s'engage pour l'environnement	p.56
Focus sur : des investissements vertueux dans nos outils industriels	p.28	Notre Groupe s'engage pour les familles	p.58
.....		Notre engagement pour les personnes démunies	p.59
S'ENGAGER POUR NOS CONSOMMATEURS		
Bannir les substances controversées	p.34	FEUILLE DE ROUTE 2023 - 2025	p.60
Développer des produits plus naturels et plus pratiques	p.36		
Promouvoir la consommation responsable à travers nos marques	p.38		
Focus sur : des labels et des récompenses, gages de qualité et de transparence	p.40		

Édito



UN NOUVEAU CAP POUR ALTAÏR

Depuis la création de notre Groupe, nous nous engageons pour apporter les solutions d'entretien de l'habitat et de protection contre les insectes les plus efficaces, innovantes et respectueuses des Hommes et de la planète. En 2021, nous avons passé un premier cap en structurant notre démarche RSE. Nous nous sommes fixé des objectifs ambitieux, mesurables, à horizon 2025 : **diviser par deux notre empreinte environnementale, multiplier par deux notre chiffre d'affaires réalisé par la vente de produits éco-certifiés et enfin, obtenir la certification Great Place to Work.**

A mi-parcours, le bilan est très positif : nous avons fait évoluer nos process, investi sur nos sites de production, formé et impliqué nos équipes, retravaillé nos formules et nos emballages, optimisé le transport de nos produits... Nous avons beaucoup appris et avons été récompensés pour nos engagements en faveur de la planète, de nos consommateurs et de nos collaborateurs. Nous sommes sur la bonne voie pour atteindre nos objectifs 2025. Ce rapport RSE 2023 en est le reflet. Pour cela, je tiens à



remercier sincèrement chacune de nos parties prenantes – internes comme externes - pour son engagement quotidien dans notre démarche collective.

Cependant, l'état de la planète exige que nous allions encore plus loin pour éviter les pires effets du changement climatique. Pour cela, en 2023, nous avons passé un nouveau cap. Nous nous sommes engagés auprès de l'initiative Science Based Target (SBTi) et avons fait valider nos objectifs de réduction d'émissions de CO2 par des experts du climat. Cette initiative nous guide pour contribuer, à notre mesure, à l'action mondiale de lutte contre le changement climatique et rester dans les objectifs de l'accord de Paris, à savoir un réchauffement de 1,5°C maximum.

Nos objectifs sont très ambitieux et nous ferons tout pour les atteindre. Je m'engage, avec l'équipe de direction, à tout mettre en œuvre pour que, dès 2024, nous ne disions plus simplement *nous voulons y arriver* mais que nous affirmions avec conviction *nous allons y arriver* !

Etienne SACILOTTO
Président du Groupe Altaïr

Notre mission et notre stratégie **RSE**

Nos engagements sont guidés par notre mission, définie et partagée en 2023.

Notre mission

Nous existons pour permettre aux consommateurs exigeants de rendre leur habitat plus beau, plus sain, plus durable avec des solutions d'entretien expertes qui concilient efficacité et respect respect des hommes, des femmes et de l'environnement.

Notre stratégie RSE

Nous souhaitons réduire notre impact sur notre planète et ses ressources, tout en ayant un effet positif sur nos collaborateurs, nos consommateurs et la société. Nous avons intégré la RSE dans notre gouvernance et notre stratégie globale afin de progresser vers un modèle d'entreprise toujours plus responsable et durable.

Nos 3 piliers RSE

→ **S'engager
pour la
planète**

→ **S'engager
pour nos
consommateurs**

→ **S'engager
pour nos
collaborateurs**



NOS DIRECTEURS

nous parlent de leurs engagements



Anibal **AYALA VIEGAS**

DIRECTEUR GÉNÉRAL
BU OROBRANDS

2023 a été une autre année importante pour OROBrands avec des progrès dans la quasi-totalité de nos engagements RSE. Tous les services continuent de faire avancer les choses avec ambition en mettant en œuvre des projets qui nous permettent d'atteindre plusieurs objectifs importants. En effet, nous avons dépassé l'objectif de plastique recyclé dans nos emballages (15,8 % contre 15 %, alors que nous étions à moins de 5 % en 2022) et atteint, entre autres, des objectifs comme l'utilisation à 100 % d'énergies vertes, l'égalité des sexes (48 % de femmes au niveau des cadres et 43 % au comité de direction) et la réduction de l'écart salarial à seulement 3 %. Il reste certes, encore beaucoup à faire, mais ces réussites sont une source d'inspiration et nous motivent à continuer à travailler dur pour atteindre nos objectifs de 2024.



Armel **DELEBARRE-DEBAY**

DIRECTEUR GÉNÉRAL
BU ALTAÏR EAST

En 2023, nous avons mis en œuvre des initiatives environnementales qui ont non seulement renforcé notre entreprise, mais aussi consolidé notre équipe. Le meilleur exemple est la campagne «Share a cardboard box» (Partager un carton), grâce à laquelle toute l'équipe a collecté les matériaux nécessaires pour créer des rembourrages d'emballage écologiques. Toute l'entreprise a soutenu la Fondation Szopowisko en collectant de la nourriture pour les animaux. Dans le cadre de notre initiative «Eco-engines» (Moteurs écologiques), les responsables commerciaux se déplacent en voitures hybrides afin de réduire notre empreinte carbone. Les activités de responsabilité sociale permettent non seulement de renforcer notre équipe, mais aussi d'unir tous les collaborateurs autour d'un objectif commun. Je suis extrêmement fier que nous ayons créé un lien solide avec des valeurs communes. L'implication de tous dans les projets RSE renforce notre communauté.



François-Xavier **APOSTOLO**

DIRECTEUR GÉNÉRAL
BU HARRIS-BRIOCHIN

En 2023, nous avons chez Briochin remis la RSE comme un point de différenciation central pour notre marque. On veut évidemment le faire encore davantage savoir à nos consommateurs et à nos clients. Pour cela, au-delà de l'éco-certification de la quasi-totalité de nos produits, nous sommes fiers d'avoir fait de réelles avancées sur les emballages avec le passage en plastique recyclé de nos pompes vaisselles mains, et la réduction de plus de 10 tonnes de plastique grâce à la suppression des cuillères doseuses de nos sachets de poudres. Nous voulons que les équipes Briochin soient motrices sur l'agenda RSE. Pour cela, deux opérations de sensibilisation à la collecte des déchets ont eu lieu à Saint-Brandan et sur les plages de Saint-Malo. Nous avons lancé en octobre la tribu RSE qui rassemble 10 salariés ambassadeurs qui vont nous aider à aller encore plus vite, plus haut, plus fort en 2024. Année olympique mais année toujours RSE pour nous.



Stanislas **BAUDRY**

DIRECTEUR GÉNÉRAL
BU BRUNEL

Les réalisations en faveur de nos engagements en matière de RSE ont été encore plus nombreuses en 2023, avec notamment le dépassement de nos objectifs d'utilisation de plastique recyclé dans plus de 50% de nos packs. Mais l'année 2023 marque aussi un tournant important pour Starwax The Fabulous, pionnier et référence du Faire soi-même depuis plus de 10 ans. S'ils ont toujours été appréciés pour leur look vintage, nos packs étaient devenus polarisants, notre égérie renvoyant une image désuète et dévalorisante de la femme d'aujourd'hui. Exit donc la ménagère des années 50 qui cède sa place à un nouveau duo intemporel et affirmé, une alternative non sexiste et non discriminante. L'occasion de promouvoir l'égalité Homme / Femme à travers toutes les tâches ménagères. Et les performances sont au RDV : 4.1% de PDM @+20% (CAD-11.23).

Le Groupe Altair, engagé pour une droguerie responsable de qualité

Depuis sa création, le Groupe Altair innove pour proposer des solutions toujours plus efficaces, mais également plus respectueuses des Hommes et de la planète. Cela est possible, la nature regorge de richesses, tout aussi efficaces que les produits de synthèse, et nous avons désormais les capacités de les utiliser de façon raisonnée et raisonnable.

3250
RÉFÉRENCES
PRODUITS

11
MARQUES

4
SITES DE
PRODUCTION

Nos marques



Des valeurs fortes au cœur de notre Groupe

ESPRIT
D'ENTREPRISE

PASSION POUR
L'EXCELLENCE

ENGAGEMENT
POUR LE FUTUR

FIERTÉ DE
NOS RACINES

Une force européenne

- 1  **Bureau Brunel** Wasquehal - **106** EMPLOYÉS
- 2  **Usine Brunel** Noyelles-lès-Seclin
115 EMPLOYÉS | Capacité : **20 000 t** par an
Formulation et conditionnement de liquides en flacons, bouteilles et bags in box
- 3  **Bureau Briochin** : Saint-Malo - **40** EMPLOYÉS
- 4  **Usine Briochin** Saint-Brandan
61 EMPLOYÉS | Capacité : **12 000 t** par an
Formulation et conditionnement de liquides en flacons et bouteilles
- 5  **Site logistique Briochin** : Plaintel - **21** EMPLOYÉS
- 6  **Bureau et usine Oro Brands** Valence
110 EMPLOYÉS | Capacité : **45 000 t** par an
Formulation et conditionnement d'aérosols et de liquides en bouteilles
- 7  **Bureau et usine Sinto** Aubagne
35 EMPLOYÉS | Capacité : **5 000 t** par an
Formulation de mastics et conditionnement de poudres
- 8  **Bureau Altair East** Wroclaw - **12** EMPLOYÉS
- 9  **Bureau Enteco** : Wilrijk - **4** EMPLOYÉS




Briochin


Briochin

4
5


Briochin

1
2


Brunel


Brunel

9


Enteco

8


Altair East

7


Sinto

6


Oro Brands

Organisation de l'équipe RSE



La gouvernance de la RSE est intégrée au plus haut niveau de l'entreprise puisque la Directrice croissance et développement durable est membre du Comité exécutif du Groupe. Elle est accompagnée d'une équipe qui pilote et coordonne la stratégie RSE au sein des différentes entités et anime les comités.

Afin d'optimiser notre démarche et de créer une véritable culture RSE au sein des équipes, nous avons imaginé une organisation spécifique. L'objectif est de faciliter le partage de nos ambitions et de nos actions avec l'ensemble de nos collaborateurs, de les impliquer et de donner encore plus de sens à leur travail au quotidien.

Cette organisation repose sur un réseau d'ambassadeurs RSE recruté dans chacune des entités du Groupe.

Ambassadeurs PILOTES

Leur mission est de piloter la mise en œuvre de notre plan de réduction d'impact carbone, ainsi que de rapporter l'ensemble des actions et des chiffres en lien avec la RSE. Cela nous permet de comprendre et d'analyser les répercussions de nos actions pour être plus efficaces.

Ambassadeurs COMMUNICATION

Ils ont accès à l'ensemble des informations en lien avec les engagements et les actions RSE de l'entreprise. Véritables porte-paroles, ils diffusent les messages et les communications clé en interne et en externe, qu'ils soient relatifs au Groupe ou spécifiques à leur entité.

L'équipe RSE pour notre Groupe



Oriane Perreaux
Directrice croissance
et développement
durable



Séverine Guilbert
Directrice
réglementation
qualité RSE



Claire Thellier
Manager RSE



Laurence Impens
Responsable de la
communication
RSE

Les ambassadeurs pilotes



Bogusia Stepniewska



Jodie Le Guennic



Claire Thellier



Jose Manuel Cebrian Flores



Ayoub Laghnimi



Les ambassadeurs communication



Anna Sudol



Carole Doche Le Moine



Nicolas Vilquin



Ana Valencia



Notre contribution aux objectifs de développement durable de l'ONU





















Les engagements posés dans notre stratégie RSE s'inscrivent pleinement dans les Objectifs de Développement Durable (ODD) adoptés en 2015 par les Nations Unies. Ces objectifs, également nommés objectifs mondiaux, définissent 17 priorités pour un développement socialement équitable, sûr d'un point de vue environnemental, économiquement prospère, inclusif et prévisible à horizon 2030.

Ils nous donnent une orientation à suivre pour contribuer, à notre mesure, à un monde plus respectueux.



Ces icônes se retrouveront tout au long du rapport afin de mettre en lumière les actions qui s'alignent avec le programme universel pour le développement durable de l'ONU.

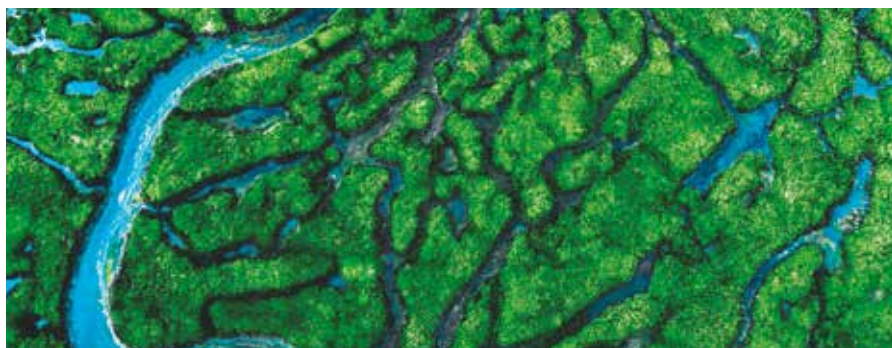
Comment nos engagements répondent-ils aux objectifs de l'ONU ?

	ENVIRONNEMENT	ETHIQUE	SOCIAL
PILIER	PILIER 1 S'engager pour la planète	PILIER 2 S'engager pour nos consommateurs	PILIER 3 S'engager pour nos collaborateurs
ENGAGEMENTS	<ul style="list-style-type: none"> • Réduire les émissions de gaz à effet de serre de nos opérations • Réduire les émissions de CO₂ de nos matières premières et emballages • Optimiser les consommations d'eau dans nos productions • Utiliser de l'énergie provenant de sources renouvelables • Réduire nos quantités de déchets générés • Valoriser nos déchets 	<ul style="list-style-type: none"> • S'engager pour un approvisionnement responsable et durable • Augmenter notre portefeuille de produits certifiés durables • Vendre des produits formulés sans ingrédients controversés • Remplacer le plastique vierge par de la matière recyclée • Établir le profil environnemental de nos produits • Promouvoir la consommation responsable à travers nos marques 	<ul style="list-style-type: none"> • Promouvoir une représentation équilibrée femmes / hommes dans le management • Former chaque année les salariés de l'entreprise • Obtenir la certification Great Place to Work • Réduire au maximum la sévérité et la fréquence des accidents de travail • Partager la création de valeur avec nos collaborateurs • Engager nos équipes via des objectifs RSE individuels et collectifs
ODD CONCERNÉS	   	      	      



Faits marquants 2023

S'ENGAGER POUR LA PLANÈTE



Validation par l'initiative Science Based Target de **nos engagements de réduction des émissions de CO₂**

6,6 millions d'euros investis sur nos sites de production pour améliorer la performance énergétique et réduire nos émissions.

100% de l'électricité consommée dans nos usines est issue de contrats d'énergie verte

Augmentation de la part de matière recyclée dans nos emballages **31,2%** en 2023

Réduction de 218 tCO₂e (soit -14%) de nos émissions sur les Scopes 1 & 2

S'ENGAGER POUR LES CONSOMMATEURS



Déploiement d'une **Politique Substances applicable** pour l'ensemble du Groupe

6 produits récompensés

lors des trophées de l'entretien responsable

600 000 unités

produites de la nouvelle pierre de nettoyage certifiée Ecocert



1 nouvelle marque d'insecticide aux actifs

100% d'origine végétale

Promotion d'une meilleure **égalité femmes / hommes** dans la répartition des tâches ménagères à travers les nouvelles chartes graphiques **Briochin et Starwax The Fabulous**



S'ENGAGER POUR LES COLLABORATEURS



1^{ère} participation à l'étude **Great Place to Work** avec un taux de participation élevé de

88%

Formation pour les managers chez Oro Brands

Campagne de sensibilisation pour **lutter contre les discriminations au travail**

Investissements sur nos sites de production pour **améliorer la sécurité au travail**

S'ENGAGER POUR LES ASSOCIATIONS



80 000 €

reversés à l'association **The SeaCleaners** pour lutter contre la pollution plastique des océans

10 000 m²

d'arbres plantés pour restaurer les forêts girondines incendiées

58 000 € reversés

pour venir en aide aux enfants malades du cancer grâce à l'hospitalisation à domicile en Pologne

4^{ème} année de soutien à l'association culturelle et sportive de San Antonio :
1 200 enfants accompagnés dans leur pratique sportive



S'ENGAGER pour la planète

→ Optimiser l'utilisation
des ressources



Hugues **DEL PINO**
DIRECTEUR EXÉCUTIF
DES OPERATIONS ALTAÏR



Nous sommes un Groupe industriel, notre impact sur la planète est loin d'être neutre. Conscients

des conséquences de notre activité sur l'environnement, nous nous sommes fixé un objectif ambitieux, celui de diviser par deux notre empreinte environnementale à horizon 2025. Pour l'atteindre, nous travaillons sans relâche depuis des années : révision de nos formules, de nos process industriels, de nos packagings, mais aussi réduction de nos consommations d'eau et d'énergie.

En 2023, nous avons accéléré notre démarche en investissant massivement sur nos sites de production nordiste et breton. Nous avons optimisé nos unités de fabrication pour limiter les pertes industrielles et réduire nos volumes de déchets, tout en facilitant le travail de nos équipes. Nous avons également mis en place le ferroutage entre notre entité espagnole et notre site lillois, et optimisé le chargement de nos camions afin de réduire nos émissions de gaz à effet de serre liées au transport. Ces chantiers structurants ont été rendus possibles grâce à l'investissement sans faille des équipes, de plus en plus mobilisées autour des questions environnementales de notre Groupe.

2024 sera une nouvelle fois riche en projets avec, notamment, la signature d'un contrat de panneaux photovoltaïques et la modernisation de nos ateliers de conditionnement sur le site industriel de Noyelles-Les-Seclin (59).

.....

Chiffres clés 2023

6,6 M€ investis sur nos 2 sites de production français pour améliorer leur profil éco-responsable

100% des sites de production sous contrat d'énergie verte

31,2% des emballages en plastique du Groupe contiennent de la matière recyclée

62,6 tonnes de glassines valorisées grâce à l'action de l'ensemble de nos usines

Faits marquants 2023

Validation des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre par l'initiative SBTi

Mise en place d'un **plan d'action et d'une trajectoire de décarbonation**

Réduction de 218 tCO₂e (soit -14%) de nos émissions sur les Scopes 1 & 2

ENGAGEMENT

Réduire nos émissions de gaz à effet de serre



Les rapports du GIEC sont formels, il est aujourd'hui urgent d'agir, chacun à son échelle et de manière coordonnée, pour infléchir la courbe du réchauffement climatique. C'est avec cette volonté que nous avons réalisé notre bilan carbone à l'échelle du Groupe en 2022. Après l'analyse des données, nous avons écrit notre trajectoire décarbonation et l'avons fait validé par le SBTi.

L'activité du Groupe Altair a généré en 2021

89 327 tonnes de CO₂

soit l'équivalent de :



36 929 allers/retours entre Paris et New York



11 571 tours de la Terre en voiture



6 jours d'émissions de la ville de Paris

sur ce total d'émissions :

94% sont liés aux produits (production des matières, transport, emballages...)



6% sont liés à l'impact de l'activité de nos sites (achats, déplacements, énergie et déchets...).



1 - Fixer nos objectifs de décarbonation et les faire valider

Afin de fixer des objectifs pertinents et ambitieux pour notre Groupe, et dans la continuité de nos actions de décarbonation, nous avons rejoint le collectif Science Based Targets initiative (SBTi). Ce collectif a été créé en 2015 par le Carbon Disclosure Project (CDP), le World Resource Institute (WRI), le WWF et le Pacte Mondial des Nations Unies. Nos objectifs ont donc été validés par un comité d'experts afin d'être cohérents avec les Accords de Paris et permettre de limiter le réchauffement climatique à 1,5°C au-dessus de l'ère préindustrielle.



Qu'est-ce que le SBTi ?

L'initiative Science Based Targets (SBTi ou iSBT en français) offre aux entreprises une méthode claire, transparente et fondée sur la science pour définir des objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre et ainsi réduire leur empreinte carbone. Les entreprises qui s'engagent avec SBTi contribuent à prévenir les pires impacts du changement climatique et à pérenniser leur croissance.

Les objectifs sont considérés comme « fondés sur la science » s'ils sont conformes à ce que la science climatique la plus récente juge nécessaire pour atteindre les objectifs des Accords de Paris.

Depuis notre dernier bilan carbone groupe, nos émissions de gaz à effet de serre ont diminué de 14% sur les Scopes 1 & 2, ce qui représente une diminution de 218 tCO₂e.

NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

SBTi valide les objectifs de décarbonation du Groupe Altair




→ Objectifs 2030

-42%
d'émissions de gaz à effet de serre sur les scopes 1⁽¹⁾ et 2⁽²⁾

-25%
d'émissions de gaz à effet de serre sur le scope 3⁽³⁾

| A QUOI CORRESPONDENT LES SCOPES 1, 2 ET 3 ?

Les scopes sont une classification utilisée pour évaluer les émissions de gaz à effet de serre (GES) dans le cadre d'un bilan carbone.

 <p>SCOPE 1 : Émissions directes liées à l'activité de production</p>	 <p>SCOPE 2 : Emissions indirectes liées aux consommations énergétiques</p>	 <p>SCOPE 3 : Émissions indirectes non liées à la production (approvisionnement, transport, utilisation, fin de vie...)</p>
---	---	---

2 - Ecrire un plan d'action complet sur les 3 scopes

Nos objectifs de décarbonation fixés et validés, nous avons débuté en 2023 l'écriture d'un plan d'action complet au niveau Groupe. Il intègre les 3 scopes de notre bilan carbone, sur nos trois phases les plus émettrices de CO₂ à savoir : énergie, fret et éco-conception.

“

Nous avons organisé des ateliers avec les équipes R&D, marketing et supply afin d'identifier les bonnes pratiques déjà mises en place dans chaque entité du groupe et réfléchi ensemble à de nouvelles idées.

Sur cette base, un consultant nous a accompagnés pour écrire notre plan d'action. Nous avons ensuite travaillé au déploiement de certaines d'entre elles, identifiées comme étant efficaces et possibles à dupliquer à l'ensemble du Groupe dans des délais courts.

L'étape suivante consistera à analyser les domaines sur lesquels nos actions ne sont pas encore suffisamment efficaces et à envisager les projets en conséquence.

Une actualisation de notre bilan carbone scopes 1 et 2 a déjà été réalisée fin 2023, ainsi que la finalisation de l'écriture de notre stratégie climat avec la méthode de l'ADEME - Act pas à pas.

Séverine **GUILBERT**

Directrice réglementation, qualité et développement durable pour le Groupe Altair

”



Actions déjà menées dans le Groupe – focus fret



Chez Altair East

Développement d'un partenariat avec des coursiers à vélo dans la ville de Wroclaw pour les livraisons de nos clients.



Chez Briochin

- Optimisation des colis de regroupement et des plans de palettisation pour améliorer le taux de chargement des camions et ainsi limiter le transport de vide
- Augmentation du minimum de commande, franco passé de 380 à 1500 euros, permettant de réaliser des livraisons plus importantes et donc de réduire le transport.



Chez Brunel

- Utilisation de camions "double rack" pour certaines livraisons qui permet de multiplier par deux le taux de chargement des palettes (66 au lieu de 33 palettes/camion). Au total, 100 camions évités/an entre Noyelles-Les-Seclin et Paris, soit environ 21 700 km évités.
- Mise en place du transport ferroviaire pour une partie du trajet des marchandises entre le site d'Oro Brands et celui de Noyelles-lès-Seclin permettant une économie de 26 955km de transport routier et de 37,6 tonnes de CO₂ chaque année.



Chez Oro Brands

Optimisation du nombre de produits finis, composants et fournisseurs via le programme Oro fit. Ce programme vise à simplifier notre catalogue de matières premières en vue d'optimiser nos processus d'approvisionnement et ainsi avoir un impact positif sur notre bilan carbone. Depuis le lancement du programme en 2019, nous avons ainsi allégé notre catalogue de 37 %, passant de 480 références en 2019 à 300 en 2023 tout en ajoutant deux nouvelles marques Tenn et Mistol durant cette période.



Chez Sinto

100% des trajets Aubagne/Noyelles-les-Seclin se font en train. Un trajet en train est 100 fois moins impactant qu'un trajet routier. Résultat : 100 camions de moins sur les routes chaque année, 101 200 km évités par voie routière.



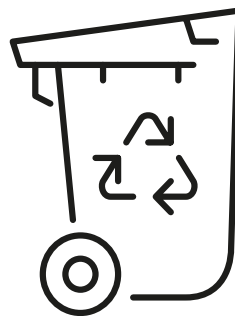
ENGAGEMENT

Réduire et valoriser nos déchets de production

Nous produisons des déchets en quantités importantes : 2 976 tonnes en 2022. Aussi, nous travaillons à optimiser nos process et investissons pour réduire le volume de nos déchets et notre impact.

1 - Valoriser les déchets produits en quantités importantes

Depuis quelques années, chez Briochin et Brunel, nous recyclons dans nos usines de production nos glassines, ces « papiers siliconés » ou « papiers dorsaux » sur lesquels nos étiquettes sont livrées. Valorisées en isolant pour bâtiment, elles débutent une nouvelle vie et permettent également la réinsertion par l'emploi de publics éloignés du monde professionnel. En 2023, Oro Brands a rejoint la démarche et trouvé un partenaire pour valoriser à son tour ces déchets de production.



NOS OBJECTIFS 2025

→ Réduire de

25%

l'ensemble de nos déchets de fabrication

→ Valoriser

50%

de nos déchets

100%

des usines du Groupe valorisent leurs glassines

62,6 t

valorisées au niveau Groupe



Chez Oro Brands, nous avons également entrepris de revendre nos palettes en bois. Les palettes, support de manutention, sont un maillon essentiel de la chaîne d'approvisionnement, du stockage et du transport. Utilisées en grande quantité, leur fin de vie a un impact non négligeable sur la quantité de déchets générés sur nos sites de production. En réalisant cette action, le site Oro Brands a permis de réduire ses déchets généraux de 21% en 2023.



NOTRE
CONTRIBUTION
AUX OBJECTIFS DE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE DE L'ONU



2 - Réduire nos volumes de déchets et le nombre de leurs collectes

Au-delà des volumes d'emballages produits, leur transport pour valorisation ou incinération ont un impact sur la planète. Aussi, chez Brunel, nous avons investi dans un nouveau compacteur bi-flux pour le traitement de nos déchets cartons et plastiques. En optimisant ces volumes, nous agissons directement sur les fréquences de rotation des camions nécessaires à l'évacuation des déchets. Nous passons ainsi de 7 à 2 passages de camions collecteurs par mois, ce qui a des impacts environnementaux et économiques importants.



Réduire l'empreinte environnementale de nos produits



Pour aller plus loin dans notre démarche responsable et proposer des solutions toujours plus respectueuses de la planète, nous avons débuté une démarche d'analyse du cycle de vie de nos produits. Notre objectif est de comprendre quelles étapes de leur vie sont les plus impactantes sur l'environnement, mais aussi quels sont les principaux enjeux environnementaux concernés, afin d'agir efficacement.

1 - Analyser le cycle de vie de nos produits

L'analyse du cycle de vie de nos produits (ACV) est une méthode normalisée (ISO 14040 et 14044). Elle permet d'évaluer l'impact environnemental tout le long de la vie de nos produits et nous donne ainsi les clés pour les rendre plus éco-responsables.

Nous avons débuté l'analyse de certaines références phares de notre catalogue chez Brunel et Briochin en avril 2022, accompagnés par le cabinet externe Evea. Nous avons ensuite été formés à l'utilisation d'un logiciel nous permettant de réaliser nous-mêmes des analyses du cycle de vie simplifiées afin de gagner en autonomie et en réactivité. Ainsi, durant plusieurs mois, jusqu'à l'été 2023, nous avons étudié

30 références afin de constituer une base de données des matières premières, des formules et des emballages. Ces évaluations nous permettent d'avoir d'ores et déjà une vue globale des étapes les plus impactantes en fonction des typologies de produits et donc d'envisager des alternatives pour améliorer leur profil environnemental et anticiper nos futurs développements.

L'éco-conception fait désormais partie intégrante de notre R&D et devient un critère de choix essentiel pour le développement de nouvelles formules et nouveaux packagings.

NOTRE OBJECTIF 2025

→ établir le profil environnemental d'au moins

50%
de nos produits

Le cycle de vie, qu'est-ce c'est ?

Le cycle de vie d'un produit prend en compte toutes les étapes de la production des matières premières jusqu'à la fin de vie, en passant par la fabrication, le transport et l'utilisation. Il constitue la base de l'éco-conception.

→ En 2023,
30 références phares analysées

2 - Sensibiliser et former les équipes à l'éco-conception

Dès le démarrage de l'analyse du cycle de vie de nos produits, nous avons débuté la sensibilisation et la formation des équipes marketing et R&D sur le sujet de l'éco-conception. Présentation des résultats des évaluations environnementales de nos produits phares, ateliers croisés entre équipes marketing et conception des packagings ont été organisés afin de rédiger des plans d'action et de déterminer les messages à transmettre pour réduire l'impact environnemental des produits durant et après leur utilisation.

1 atelier d'éco-conception sur la phase d'utilisation des produits (Altaïr)

1 atelier éco-conception packaging dédié au marketing (Briochin)

1 restitution des résultats d'analyse du cycle de vie et présentation des plans d'action (Brunel)

Des exemples d'actions d'éco-conception déjà déployées dans les entreprises du Groupe

a - Réduire le volume de plastique dans nos emballages et packagings

Nous avons optimisé nos emballages logistiques, comme **chez Altaïr East** qui a investi dans un déchiqueteur à carton permettant de remplacer le papier bulle en plastique par des chutes de carton et papier usagés afin de caler les flacons dans leur carton de transport. Les collaborateurs ont également été invités à contribuer en ramenant les cartons et papiers inutilisés de

leur domicile. Cet investissement a permis de réduire de 90% la consommation de plastique de notre entité polonaise, de 20% les déchets papier et d'éviter le rejet de 100kg de CO₂ dans l'atmosphère.

Chez Briochin, pour aller plus loin dans la création de produits remplis de bon sens, ce sont les cuillères en plastique qui ont été supprimées des sachets de poudre et des

doypacks. En effet, les cuillères initialement proposées dans les packs peuvent être remplacées par des cuillères à soupe utilisées au quotidien par les utilisateurs.

Résultats :

- 10 tonnes de plastique économisées /an.
Réduction de 53% de notre empreinte carbone sur l'emballage des formats 500g.



b - Développer les recharges et les doypacks

Chez **Oro Brands**, la marque Tenn propose désormais des recharges sans tête de pulvérisateur sur ses 2 références les plus populaires (nettoyant cuisine et nettoyant salle de bain). Cette solution permet de réduire de 30% le volume de plastique de ces produits.



Quant à **Briochin**, la marque a multiplié par 7 le nombre de références proposées en doypack en formats 450 et 900g (bicarbonate, acide citrique, terre de sommières, cristaux de soude, percarbonate, poudre lave-vaisselle, poudre WC). En effet, privilégier les formats souples permet de réduire considérablement les volumes de plastique comparés aux flacons rigides plus épais. Les nouveaux packs sont également agrémentés de conseils et éco-gestes pour sensibiliser les consommateurs.



c - Utiliser plus de plastique recyclé dans nos packs

En 2023, nous avons poursuivi notre démarche d'introduction de plastique recyclé dans nos packagings, même dans des pays où cette pratique n'est pas encore très répandue comme c'est le cas en Espagne. Travailler avec cette matière recyclée évite ainsi de produire du plastique vierge et donc d'utiliser des ressources fossiles non renouvelables comme le pétrole.

Chez **Briochin**, un travail de fond a débuté en 2021, et s'est poursuivi en 2022 et 2023, permettant de passer de 64% des packs en PEhd contenant au moins 50% de plastique recyclé, à 95%. Les flacons noirs, roses et transparents ont également été retravaillés afin d'augmenter la part de

plastique recyclé entrant dans leur composition comme les flacons de couleur bleue déjà revisités en 2022.

Notre entité espagnole **Oro Brands** a réalisé un travail important sur l'ensemble de ses marques : Tenn, Mistol et Oro. Par exemple, les adoucissants, produits phares de la marque Oro, sont passés sur des bouteilles contenant 100% de plastique recyclé. Grâce à l'ensemble des projets réalisés sur ce sujet, la consommation de matière recyclée a plus que doublé passant de 6% en 2022 à 12% en 2023.


Chez **Brunel**, nous avons économisé plus de 13 tonnes de plastique vierge sur l'année. Cela a été rendu possible par le passage en matière

100% recyclée de nos bouteilles 250mL, de nos bidons 1L et de nos bouchons blancs. Depuis le lancement de la démarche en 2020, l'ensemble des projets ont permis d'économiser près de 250 tonnes de plastique vierge par an.



→ En 2023,
31,2%
du volume des emballages en plastique du Groupe est en matière recyclée





NOTRE
CONTRIBUTION
AUX OBJECTIFS DE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE DE L'ONU

12 CONSOMMATION
ET PRODUCTION
RESPONSABLES

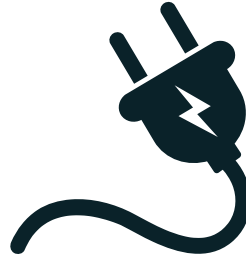


13 MESURES RELATIVES
À LA LUTTE CONTRE
LES CHANGEMENTS
CLIMATIQUES



ENGAGEMENT

Limiter nos consommations d'énergie



Pour fonctionner, nos sites de production consomment de l'énergie en quantités importantes et cela, malgré nos efforts pour les réduire drastiquement. En 2023, nous avons franchi un nouveau cap avec la validation de contrats d'énergie verte sur tous nos sites de production français.

Depuis 2023, nos sites Brunel (Noyelles-lès-Seclin - 59), Sinto (Aubagne - 13) et Briochin (St Brandan - 22) sont passés en contrat d'électricité verte. En faisant ce choix, nous nous engageons dans une démarche de consommation plus respectueuse de l'environnement car cette énergie utilise des sources naturelles et inépuisables. Son exploitation génère également peu de gaz à effet de serre et de déchets polluants.

Depuis 2 ans, notre site espagnol Oro Brands s'est également engagé dans l'énergie renouvelable. Aujourd'hui 100% de son énergie en est issue dont 50% provient des panneaux solaires installés sur les toits de l'usine.

→ Depuis 2023,

l'ensemble de nos sites de production sont sous contrat d'énergie verte.



NOTRE OBJECTIF 2025

→ Passer à

100%

d'électricité verte pour le Groupe

NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU







FOCUS

Des investissements vertueux dans nos outils industriels

En 2023, le Groupe a réalisé d'importants investissements sur deux de ses sites de production français : L'usine de Noyelles-Lès-Seclin (59) et l'usine de Saint Brandan (22). Ces investissements, d'un montant total cumulé de 6,6 M€ ont permis d'améliorer les performances énergétiques des sites, de réduire la pollution et les émissions de gaz à effet de serre, mais aussi d'améliorer encore le confort de travail des collaborateurs et leurs compétences techniques.

Brunel : un nouvel atelier haute technologie et éco-responsable

Le site de Noyelles-Lès Seclin, auparavant classé Seveso, a fait l'objet de grands travaux en 2023, lui permettant ainsi d'être déclassé et d'optimiser ses performances de production et son impact environnemental. Grâce à ces investissements, Brunel bénéficie désormais d'équipements nouvelle génération pour ses ateliers de fabrication et de conditionnement.



1 - Optimiser la production

Gagner en agilité et en flexibilité :

Les équipes ont réceptionné huit nouvelles cuves, dont les revêtements techniques sont spécifiquement adaptés à la préparation de tous types de formules, quel que soit leur pH. Nous développons ainsi notre capacité d'innovation produit.

Améliorer la qualité et réduire le gaspillage :

Cet atelier bénéficie d'un système totalement piloté par des automates pour l'introduction des matières premières composant les formulations, permettant de réduire le gaspillage de matières et d'améliorer encore la qualité.

Economiser l'eau :

Le processus de nettoyage, automatisé, permet quant à lui de réduire significativement les quantités d'eau de nettoyage utilisées. La réduction attendue de la consommation d'eau pour ces besoins est supérieure à 20%.

Réduire nos émissions de gaz à effet de serre :

Enfin, ces installations sont équipées d'un système innovant de captation des émissions polluantes utilisant du charbon actif capable d'être réactivé, réduisant significativement l'impact carbone, à hauteur de 37T/an.

En chiffres

8 NOUVELLES CUVES

-20% D'EAU

-37T DE CO₂ EQ. REJETÉS

70 heures DE FORMATION

2 - Améliorer la qualité de vie et les conditions de travail

Monter en compétences :

À la pointe dans le domaine de l'automatisation, le nouvel atelier de fabrication offre l'opportunité aux collaborateurs de bénéficier d'une importante montée en compétences, avec un total de plus de 70 heures de formation prévues pour leur apprendre à piloter les nouvelles machines mises à leur disposition.

Améliorer les conditions de travail et la sécurité :

L'environnement de travail a été totalement repensé pour être plus ergonomique, faciliter les différentes tâches et ainsi favoriser le bien-être des collaborateurs. Outre la rénovation de l'atelier de fabrication, un chantier a été réalisé dans l'atelier de conditionnement. Parmi les améliorations, les collaborateurs bénéficient notamment de l'accompagnement de bras robotisés qui prennent en charge le dépôt des colis sur les palettes et permettent l'augmentation des volumes de production.

“ Avec notre équipe projet interne, nous avons fait un choix audacieux : réussir à optimiser notre process et notre outil de fabrication malgré les contraintes métier. Cette nouvelle technologie qui allie performance, bénéfices environnementaux et sociaux est au service de nos équipes, de l'entreprise et du Groupe. ”



Guillaume **SIDERI**
Directeur de site industriel



Briochin : une nouvelle ligne de production pour les pâtes

Les produits sous forme de pâte sont des références historiques dans le catalogue de notre Groupe, notamment pour la marque Briochin. Cette année, le site breton de Saint-Brandan a entièrement rénové sa ligne de fabrication pour en améliorer le process de fabrication. Cette optimisation a également permis de lancer, pour notre pierre de nettoyage, une nouvelle formule plus respectueuse.

1 - Optimiser la production

Notre process industriel a été complètement revu en quelques mois, grâce à l'implication sans faille des équipes. La rénovation de la ligne de fabrication des pâtes permet désormais de couler les formules liquides à chaud, avant qu'elles ne prennent une texture de pâte ou de pierre une fois refroidies. Ce changement de procédé ajoute une nouvelle expertise industrielle au Groupe. Il permet également d'optimiser les procédés de fabrication de nos références actuelles (savon noir mou...) et d'augmenter nos capacités d'innovation en proposant de nouveaux formats solides (cake, stick...).

2 - Améliorer le profil environnemental de l'offre produits

Les investissements sur le site de production breton ont permis d'optimiser la formule de notre pierre de nettoyage, nettoyant multi-usage reconnu et plébiscité par nos consommateurs. Légèrement abrasive et apte au contact alimentaire, elle nettoie, dégrasse, protège, et fait briller tous types de surfaces lavables, en intérieur comme en extérieur. La formule a ainsi été revue afin d'améliorer son profil environnemental et son efficacité.

Cette nouvelle version, certifiée par Ecocert, est aujourd'hui formulée à partir de 99% d'ingrédients d'origine naturelle et française. En effet, elle se compose principalement de kaolin breton, de poudre de marbre des Pyrénées et de savon noir provenant de notre usine bretonne. Le sourcing local permet, en autres, de réduire les distances de transport des matières premières. Cette évolution a également permis d'intégrer la formule à l'ensemble des catalogues des marques du Groupe, limitant ainsi les approvisionnements extérieurs réalisés auparavant à plusieurs milliers de kilomètres.



3 - Améliorer la satisfaction consommateurs

Cette nouvelle formule de pierre de nettoyage, **plus tendre et qui ne plâtre pas au séchage**, peut étonner les utilisateurs historiques. C'est pourquoi, une étude consommateurs a été réalisée afin d'en évaluer l'usage et la satisfaction.

Les résultats de l'étude sont révélateurs :

- 8,6/9 note de satisfaction des consommateurs (jusqu'à 1pt d'amélioration vs les précédentes formules)
- Les éléments les plus appréciés sont l'efficacité de nettoyage, l'efficacité sur les traces difficiles et le respect des surfaces
- 95% des répondants déclarent vouloir réutiliser ce produit
- 93% des utilisateurs jugent que la composition du produit est importante pour eux. Ils sont notamment en attente d'éléments de réassurance concernant la naturalité du produit, la non-nocivité pour la santé et l'absence d'allergènes.



En chiffres

14 RÉFÉRENCES DE PIERRE DE NETTOYAGE PRODUITES À SAINT BRANDAN

600 000 UNITÉS PRODUITES PAR AN

99% D'INGRÉDIENTS D'ORIGINE NATURELLE ET FRANÇAISE

NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU



S'ENGAGER

pour nos consommateurs

- Améliorer le profil éco-responsable de nos produits





Oriane **PERREAUX**
DIRECTRICE GÉNÉRALE
DE LA BU COMMERCE DIGITAL



Depuis toujours nous innovons pour offrir à nos consommateurs des solutions sûres et efficaces pour embellir, assainir, protéger et rénover leur habitat. Cette mission, nous la réalisons avec une conscience élevée de l'impact de notre Groupe sur la planète, comme sur ses habitants. Aussi, dès la création du Groupe, nous nous sommes pleinement engagés dans un objectif, celui d'améliorer le profil environnemental des produits d'entretien - c'est ainsi que nous avons créé les premières gammes de produits spécialistes à bases d'ingrédients naturels ou d'ingrédients d'antan, souvent pionniers sur nos circuits en matière d'éco-certification et d'engagement responsable et citoyen de nos marques.

En 2023, nous avons franchi un nouveau cap : nous nous sommes entourés d'experts comme le cabinet EVEA pour analyser très précisément

l'impact de nos produits sur l'environnement avec des méthodes certifiées d'analyse du cycle de vie. Nous avons ainsi pu écrire une feuille de route détaillée et ambitieuse afin d'agir efficacement, et cela, à toutes les étapes du cycle de vie de nos produits. À partir de ce travail mais pas uniquement, nous avons aussi défini une charte environnementale à destination des fournisseurs et une politique ingrédients au niveau Groupe, développé de nouvelles formulations et innovations packagings, ou encore déployé une communication pédagogique et engagée auprès des consommateurs.

Pour agir efficacement et atteindre les objectifs ambitieux que nous nous sommes fixés, nous devons agir collectivement. C'est en emmenant avec nous l'ensemble des parties prenantes intervenant autour de nos produits - des fournisseurs aux consommateurs en passant par les transporteurs, les distributeurs, les professionnels de la collecte et de la valorisation des déchets – que nous parviendrons à développer des produits toujours aussi efficaces, mais résolument plus vertueux.

2024 sera l'année du déploiement de nombreux projets collectifs initiés en 2023 pour, ensemble, progresser vers l'accomplissement des objectifs mondiaux en faveur du climat.

.....

Chiffres clés 2023

12 nouvelles références d'insecticides aux actifs d'origine naturelle composent la nouvelle marque K

6 produits des marques Starwax Soluvert et Briochin récompensés lors de la 1^{ère} édition du Trophée de l'entretien responsable

600 000 unités produites de la nouvelle pierre de nettoyage Ecocert

Faits marquants 2023

Mise en place d'une Politique Substances au niveau du Groupe pour bannir les substances controversées

Lancement d'innovations produits plus vertueuses et faciles d'utilisation pour les consommateurs

Intensification de la communication responsable à destination des consommateurs sur les réseaux sociaux et les packagings

Promotion de l'égalité H/F au sein des tâches ménagères grâce aux nouvelles égéries pour Briochin et Starwax The Fabulous

ENGAGEMENT

Bannir les substances controversées



Chaque jour, de nouvelles substances viennent allonger la liste des substances controversées dans l'industrie chimique. Aussi, nous travaillons avec nos laboratoires et nos partenaires pour supprimer toute substance potentiellement nocive dans chacune de nos formulations, et cela, avant même que la réglementation ne l'impose.

Afin de veiller à la bonne composition de nos produits, nous avons écrit une Politique Substances au niveau du Groupe. Elle énumère les matières chimiques que nous nous engageons à ne pas introduire directement dans les produits que nous fabriquons (ou faisons fabriquer par des tiers) pour des raisons de toxicité, d'écotoxicité mais aussi pour éviter l'exposition des travailleurs sur les sites de production. Nous avons ainsi établi une liste de 20 catégories de substances. Chaque année, nous passons en revue la conformité de nos formules et nous réactualisons notre liste de substances bannies..

Notre Politique Substances est une traduction de notre engagement responsable. Elle répond à une démarche volontariste et ambitieuse car elle va au-delà des obligations que prévoit la réglementation, déjà très exigeante dans notre secteur d'activité. Elle a pour vocation de s'appliquer à l'ensemble à nos marques et de notre catalogue.

Comment est élaborée la Politique Substances Altair ?

L'élaboration continue de cette liste se fait sur la base de :

- L'état des connaissances techniques et scientifiques dans nos secteurs d'activités, incluant les données mises à disposition par les associations scientifiques ;
- Les attendus des « politiques substances » de nos clients-distributeurs ;
- L'examen des référentiels relatifs aux différents labels pouvant s'appliquer à nos produits ou secteurs connexes (Ecocert, Ecolabel Européen, CDC Natures & Progrès, Nordic Swan...).

NOTRE OBJECTIF 2025

100%

de nos références exemptes de substances controversées



Quelques exemples de substances bannies de nos formules

LES SILICONES sont des composants de synthèse, dérivés du pétrole. Utilisés dans les produits d'entretien, ils agissent généralement comme des ingrédients anti-mousses. Bien qu'ils soient a priori sans danger pour la santé, ils sont peu biodégradables. Ils sont donc une source de pollution aquatique qui, une fois qu'elle se retrouve dans l'eau, met des centaines d'années à se dégrader complètement.

LES PHTALATES sont utilisés comme agent stabilisant dans les parfums. Ils sont identifiés comme irritants, cancérigènes et perturbateur de l'équilibre hormonal. En effet, de nombreux phtalates peuvent affecter le développement des enfants à naître et causer des problèmes de fertilité.



Nous avons depuis longtemps dans nos différentes filiales, selon nos cultures respectives et nos typologies de produits, des points de vigilance sur certaines familles de substances. Il était nécessaire de partager ces exigences afin de nous aligner dans le Groupe et de formaliser officiellement une liste de substances interdites et surveillées au-delà des exigences réglementaires existantes. Nous avons travaillé avec les équipes R&D de chaque entité, Sinto, Oro Brands, Briochin et Brunel afin de partager et d'établir une liste qui va nous servir de ligne directrice commune pour nos futurs développements et l'entretien de nos portefeuilles actuels. Elle sera partagée début 2024 en interne mais aussi avec nos fournisseurs et nos clients.

Hélène ROUSSAUD
Responsable réglementation
chez Brunel



Les substances controversées sont remplacées dès que possible par d'autres ingrédients plus sûrs pour la santé.

NOTRE
CONTRIBUTION
AUX OBJECTIFS DE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE DE L'ONU

3
BONNE SANTÉ
ET BIEN-ÊTRE



14
VIE
AQUATIQUE



15
VIE
TERRESTRE



Développer des produits plus naturels et plus pratiques



Exigeants, tout comme nos clients, nous travaillons avec nos partenaires pour développer des formules d'origine naturelle, qui conservent leur niveau d'efficacité, tout en étant plus pratiques et agréables à utiliser par les consommateurs.

1- Faciliter l'accès à l'expertise verte pour les consommateurs

Nous avons lancé en 2023 notre nouvelle marque française, présente au rayon des insecticides ménagers, en grandes surfaces alimentaires : K végétal. Des formules expertes basées sur des actifs 100% d'origine végétale ou des phéromones. Cette gamme est complémentaire à celles déjà présentes en rayon car elle répond à un besoin marché non couvert, celui d'une marque engagée, facilement accessible et innovante. Un exemple avec l'aérosol anti-nids de guêpes et frelons K : cette formule, sans actif synthétique, est d'une efficacité immédiate et prouvée scientifiquement sur une portée de 6 mètres. Autre référence issue de 9 mois de R&D : un insecticide à base de pyrèthre actif - insecticide végétal issu des fleurs séchées de chrysanthème.



→ En 2023,
12
références sous
la marque K végétal

NOTRE OBJECTIF 2025

20%

de notre chiffre d'affaires réalisé par la vente de produits certifiés durables (Ecocert, FSC ou Ecolabel)

Un site internet éco-conçu

Afin d'être en parfaite adéquation avec notre ADN responsable, nous avons lancé pour notre marque K végétal, un site internet à faible impact. Une démarche qui s'inscrit dans notre volonté de ne pas seulement proposer des produits d'origine naturelle, mais aussi un parcours utilisateur qui soit plus respectueux de l'environnement. La consultation de ce site en mode basse consommation réduit l'impact énergétique de 60%. Pour ce faire, le parcours utilisateur est ultra-simplifié afin de réduire le nombre de pages chargées par visite et les médias sont optimisés : photos compressées, illustrations et pictogrammes optimisés pour le web, vidéos hébergées sur Youtube...

2 - Innover pour gagner en efficacité et en confort d'utilisation

En 2023, nous avons lancé une nouvelle formule pour notre gamme de saturateurs haute protection. Ce projet a pour objectif de réduire notre impact environnemental sur cette catégorie de produits, tout en garantissant une qualité optimale et un grand confort d'application.

“ Ce projet a nécessité une trentaine d'essais en interne, des applications comparatives en laboratoire extérieur et des tests chez nos fournisseurs. Notre objectif était de trouver une formule aussi efficace que nos produits historiques, intégrant des ingrédients biosourcés, une réelle innovation sur le marché. Les résultats sont là : les performances sont au même niveau que les produits classiques non-biosourcés (résistance aux UV, à l'eau chlorée, aux taches alimentaires, à l'humidité...). L'application pour le consommateur en est même améliorée (aspect homogène, absence de déphasage, texture gélifiée...). Quant à l'impact environnemental, nous avons réalisé une analyse du Carbone 14 en laboratoire extérieur afin de dissocier l'origine biosourcée et l'origine fossile du carbone d'un produit : nous avons ainsi appris que 48% des matières organiques dans notre nouvelle formule sont biosourcées et que cela correspond à une formule à 95% d'ingrédients d'origine naturelle. Grâce à ce projet, 245 tonnes de produit passeront en formule biosourcée dès 2023.

Vincent **Pelini**
Chargé de projets R&D chez Brunel



NOTRE
CONTRIBUTION
AUX OBJECTIFS DE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE DE L'ONU

3 BONNE SANTÉ
ET BIEN-ÊTRE



13 MESURES RELATIVES
À LA LUTTE CONTRE
LES CHANGEMENTS
CLIMATIQUES



14 VIE
AQUATIQUE



15 VIE
TERRESTRE



Promouvoir la consommation responsable à travers nos marques



NOTRE OBJECTIF 2025

100%

de nos marques engagées dans une communication plus responsable

L'impact de nos produits sur la planète englobe également l'utilisation que les consommateurs en font. Aussi, au-delà des travaux d'éco-conception que nous réalisons sur nos formules et sur nos packagings, nous agissons auprès des utilisateurs pour les sensibiliser à une utilisation plus responsable de nos solutions.

1 - Promouvoir l'égalité H/F au sein des tâches ménagères

Nos marques Briochin et Starwax The Fabulous ont toujours été appréciées par nos clients et nos consommateurs pour leur efficacité et également pour leur look rétro et coloré. Cependant, depuis quelques années, nos packs étaient devenus polarisants. Si les égéries féminines, présentes sur les produits, représentaient des femmes en tant que gardiennes du foyer et expertes de l'entretien, prêtes à partager leurs secrets, ces personnages renvoyaient une image désuète et dévalorisante de la femme d'aujourd'hui. Même si les hommes tendent à prendre leur place en matière de gestion des tâches ménagères, la dernière étude sur le sujet montre qu'actuellement, les femmes passent 10h de plus par semaine que leurs homologues masculins sur ces missions domestiques (source INSEE). En tant que marques de produits ménagers, nous nous devons de nous positionner sur le sujet de l'égalité H/F dans l'accomplissement des tâches ménagères.

C'est pourquoi, Briochin et Starwax The Fabulous ont lancé de nouvelles égéries, plus modernes, proposant ainsi une vision moins sexiste de la droguerie. Les femmes apparaissent désormais dans des postures affirmées et surtout, des hommes utilisant nos produits d'entretien s'affichent eux aussi aujourd'hui sur les packagings des deux marques.



2 - Inciter à la réparation

Depuis 1947, Sinto propose des solutions de réparation durables, performantes et adaptées aux contraintes de chaque matériau. L'objectif : offrir un nouvel avenir à tous les équipements du quotidien. La marque inspire et accompagne ainsi les bricoleurs, débutants ou avertis, dans une démarche de réparation durable. Dans un contexte où 85% des Français se disent prêts à réparer davantage ce qui est cassé ou abîmé (source Etude LSA/Appinio 2023), Sinto affirme plus que jamais sa volonté d'accompagner ses utilisateurs dans leur démarche de réparation avec une nouvelle signature de marque « Ne jetez plus, réparez », une campagne de communication à destination des consommateurs et des dizaines de tutoriels pour les accompagner dans leurs réparations.

SINTO[®]
NE JETEZ PLUS • RÉPAREZ !

3 - Partager des éco-gestes et des astuces sur nos packagings

Pour une plus grande transparence et une meilleure utilisation de nos produits, nous avons développé les conseils et astuces d'utilisation sur nos packagings. Par exemple, la gamme poudre de nos produits Briochin a profité du passage au format doypack pour partager des informations sur la composition de son emballage et des gestes pratiques pour aller plus loin dans la consommation responsable.

4 - S'impliquer dans la démarche Clevercare

L'industrie textile est la deuxième industrie la plus polluante dans le monde, juste après celle du pétrole : matières premières issues de la pétrochimie, production polluante, lavages répétitifs, mauvais recyclage en fin de vie... C'est dans ce contexte que notre marque Starwax s'est associée à la démarche Clevercare. L'objectif de cette action est de sensibiliser les consommateurs à l'éco-entretien de leurs produits textiles. C'est ainsi que tous les accessoires textiles Starwax mettent en avant cette démarche. Des conseils concrets sont à retrouver sur les fiches produits du site internet Starwax.

5 - Communiquer activement sur notre démarche RSE

Pour embarquer les consommateurs dans une utilisation plus responsable des produits d'entretien, nous avons intensifié notre communication des sujets RSE sur les réseaux sociaux. Ainsi, Altair East consacre 1/3 de ses posts sur Facebook et TikTok aux thèmes de la protection de la planète, la consommation responsable, l'offre écologique de nos marques et les actions RSE menées au sein du Groupe.

→ Résultats :

610K

vues sur la vidéo polonaise la plus populaire / un taux d'engagement de la communauté en progression de 15%



NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU

12 CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES



5 ÉGALITÉ ENTRE LES SEXES



Qu'est ce que la démarche Clevercare ?



Clevercare.info est à la fois un logo et un site internet. Ils ont pour vocation d'encourager l'adoption d'éco-gestes simples au quotidien avec des bénéfices multiples tels que : préserver la qualité de ses produits textiles, augmenter leur durée de vie, réduire l'empreinte carbone et réaliser des économies d'énergie.



Des labels et des récompenses gages de qualité et de transparence

Exigeants tant sur l'efficacité que sur l'impact environnemental de nos produits, nous innovons chaque jour avec nos partenaires pour répondre aux cahiers des charges les plus stricts en matière de pratiques environnementales. Nous visons les labels les plus reconnus comme Ecocert et Air-Label et avons remporté le 1^{er} trophée de l'entretien responsable décerné par les consommateurs.

1 - LE LABEL ECOCERT



Les certifications délivrées par Ecocert garantissent et valorisent les meilleures pratiques environnementales. Remplir le cahier des charges drastique que le référentiel impose nous pousse donc à trouver des solutions vertueuses pour nos nouvelles formulations. Aujourd'hui, 14% de notre catalogue a obtenu la certification Ecocert. Notre objectif 2025 est de proposer plus de 200 références éco-certifiées.

2 - LE LABEL AIR-LABEL



Avec un air 5 à 10 fois plus pollué à l'intérieur qu'à l'extérieur, la qualité de l'air intérieur est devenue un véritable enjeu. C'est pourquoi, nous collaborons avec Air-Label, le premier label indépendant qui garantit la meilleure information sur le risque de toxicité par inhalation dans l'air intérieur. En 2023, nous comptons 20 références Starwax Air-labellisées dans notre catalogue.



3 - LA MÉDAILLE D'OR ECOVADIS

Brunel a reçu la médaille d'or lors de son évaluation par l'organisme international EcoVadis, plaçant ainsi l'entreprise parmi le Top 5% des sociétés évaluées par EcoVadis. Cette évaluation se fonde sur 4 thématiques : l'environnement, les droits de l'Homme, l'éthique et les achats responsables. Notre note de 68/100 a été obtenue après la revue de 102 critères d'analyse, parmi lesquels 61 points de force ont été mis en avant, comme notre politique environnementale sur la pollution de l'air, notre gestion des carrières et des formations ou encore notre politique anti-corruption.

68/100

4 - LE TROPHÉE DE L'ENTRETIEN RESPONSABLE

6 produits des marques Starwax Soluvert et Briochin ont été récompensés lors de la 1^{ère} édition du Trophée de l'entretien responsable.

Spécialiste indépendant de l'évaluation de produits par les consommateurs, Monadia récompense les produits de l'alimentation (Reconnu Saveur de l'Année) et de la cosmétique (Les Victoires de la Beauté) avec des prix prestigieux. Cette année, l'organisme a décidé de récompenser des produits d'un nouveau genre : les produits d'entretien responsables. L'objectif du prix est « d'encourager les Français à adopter un mode de vie et une consommation plus durables ».

Cette récompense est accordée sur la base de tests d'usage réalisés à l'aveugle, par des consommateurs, sous le contrôle d'un laboratoire d'analyse sensorielle. À cela s'ajoutent plusieurs autres critères comme le niveau vertueux de la formule, le taux de recyclabilité de l'emballage ou encore le nombre d'engagements liés à la durabilité de la marque. Les références récompensées chez Starwax Soluvert sont le nettoyant concentré carrelages, le nettoyant concentré parquets et l'anti-calcaire express. Chez Briochin, il s'agit des doses de dégraissant cuisine, des doses de nettoyant multi-usages ainsi que des doses de lessive en poudre.



5 - LE PRIX DES PERLES DU MARCHÉ POLONAIS

Briochin a reçu le prix Polonais « Market Pearls 2023 » dans la catégorie des produits d'entretien ménagers. Ce prix fait suite à une évaluation indépendante de distributeurs nationaux récompensant les nouveautés du marché selon différents critères : composition, qualité, packaging, mais aussi éco-responsabilité. Ce concours national a mis en lumière 3 produits Briochin (dégraissant cuisine, nettoyant salle de bain et savon de Marseille concentré) en leur attribuant l'une des distinctions les plus importantes valorisant ainsi la haute qualité et l'efficacité de ces produits éco-responsables.



PERFORMANCES EN MATIÈRE DE RSE POUR BRUNEL, RÉPARTIES EN 4 THÈMES DE NOTATION



Créée en 2007, EcoVadis est la **première plateforme collaborative de notation de responsabilité sociétale des entreprises (RSE)**. Elle est devenue au fil du temps l'un des organismes de notation de la RSE les plus importants, avec un réseau mondial de plus de 75.000 entreprises évaluées.

S'ENGAGER **pour nos collaborateurs**

→ Créer des conditions de travail favorables au développement des collaborateurs





Julien **DELESALLE**
DIRECTEUR ADMINISTRATIF
ET FINANCIER ALTAÏR

“ En 2021, nous nous sommes fixé l'objectif d'obtenir la certification Great Place to Work à échéance 2025. Depuis 3 ans, nous travaillons quotidiennement en ce sens. Cela passe par l'amélioration de la qualité de vie au travail, la formation de nos équipes, l'optimisation de leur sécurité, mais aussi par l'ouverture à tous, sans discrimination, au sein des entreprises de notre Groupe.

En 2023, nous avons candidaté pour la première fois à cette certification internationale de référence. Notre

objectif était de faire un état des lieux du chemin qu'il nous reste à parcourir pour l'obtenir. Le bilan est très positif et reflète notre engagement en faveur de nos collaborateurs : un taux de participation de 88% et un trust index – moyenne des réponses positives – à 62%. Nous sommes à 3 points de la certification dès notre première participation. Forts de cette enquête et de nos résultats, nous avons écrit des plans d'action spécifiques pour chacune de nos entités afin de progresser et d'être certifiés en 2025.

L'année 2024 sera donc orientée sur la formation des managers et la digitalisation des process RH pour toujours mieux guider et faire grandir nos équipes. La communication sera aussi intensifiée pour donner toujours plus de sens à nos actions.

.....

Chiffres clés 2023

1^{ère} participation à l'enquête Great Place to Work

88% de participants, un taux élevé pour une première étude

78% des collaborateurs se disent **fiers de travailler pour le Groupe**

80% ont le sentiment de faire la différence

>85% considèrent être traités équitablement quel que soit leur genre, leur orientation sexuelle ou leur origine

Faits marquants 2023

Des formations pour aider les salariés à prévenir les discriminations dans le monde du travail

Des investissements sur nos sites de production de Noyelles-Lès-Seclin (59) et Saint Brandan (22) pour améliorer les conditions de travail de nos équipes

Médaille d'or à l'évaluation Ecovadis nous plaçant dans le TOP 5% des entreprises évaluées

Favoriser le bien-être au travail



Nous nous sommes fixé l'objectif d'obtenir la certification Great Place To Work® à horizon 2025. Pour l'atteindre, nous avons mené une première évaluation avec l'organisme international en 2023 et nous mettons en place diverses actions pour améliorer le quotidien de nos équipes dans chacune de nos entreprises.

NOS OBJECTIFS 2025

→ Décrocher

la certification
Great Place to Work®

→ Obtenir

65%

de retours positifs à
l'étude Great Place to
Work® (62% en 2023)

1 - Mener notre première enquête Great Place To Work®

Impliqués depuis 3 ans déjà dans un processus d'audit social interne avec l'organisme Happy Index at Work, nous souhaitons augmenter notre niveau d'exigence et affiner nos critères d'évaluation. Nous avons donc pour la première fois, en 2023, passé la certification Great Place to Work® afin d'ajuster plus finement nos plans d'action. Cette évaluation, réalisée sur l'ensemble des entreprises du Groupe Altaïr, nous a permis de jauger notre situation et de travailler nos plans d'action en vue d'atteindre notre objectif 2025.

| LE SAVIEZ-VOUS ?

**Great
Place
To
Work®**

Great Place To Work® est la référence mondiale en matière d'expérience collaborateur.

Depuis 1992, l'organisme a interrogé plus de 100 millions de salariés à travers 60 pays. Leurs réponses ont permis de déterminer ce qui définit une expérience collaborateur de qualité.

Cet audit social s'appuie sur 2 outils de diagnostic pour son évaluation :

- **Le trust index** : un questionnaire anonyme adressé aux collaborateurs, fondé sur 5 dimensions (crédibilité, respect, équité, fierté et convivialité).
- **La culture Audit** : un dossier à compléter par l'entreprise permettant de recenser les programmes et pratiques managériales. Ce dossier est évalué sur la base d'une grille de notation internationale.

Les résultats 2023









399
répondants, soit
88% de taux
de participation

- **Trust Index® = 62% de réponses positives**
à 3 points de la certification, soit **8 points de plus** que la moyenne des salariés français.
- **Les 5 dimensions les mieux évaluées :
Crédibilité, Respect, Equité, Fierté,
Convivialité/Camaraderie.**



Les enseignements clés

Cet audit nous a permis de prendre conscience des forces sur lesquelles nous pouvons nous appuyer pour améliorer l'expérience collaborateur de nos équipes :

TAUX DE RÉPONSES POSITIVES	THÉMATIQUE ABORDÉE
>90%	 L'ÉGALITÉ DE TRAITEMENT (ORIGINE ETHNIQUE ET ORIENTATION SEXUELLE)
86%	 L'ACCUEIL DES NOUVEAUX ARRIVANTS
81%	 LA FIERTÉ POUR SON TRAVAIL
80%	 LE SENTIMENT DE FAIRE LA DIFFÉRENCE
74%	 L'AUTONOMIE
73%	 LA CONVIVIALITÉ ET LA SOLIDARITÉ ENTRE COLLÈGUES
71%	 LES ACTIONS RSE MENÉES PAR LE GROUPE
71%	 LA RESPONSABILITÉ ET LA CONFIANCE

Les pistes d'amélioration

Les points que nous devons travailler pour améliorer l'expérience de nos collaborateurs et obtenir la certification Great Place to Work® en 2025 sont quant à eux liés à la rémunération, l'accès aux formations et la reconnaissance. Forts de ces constats, nous avons écrit des plans d'action avec les collaborateurs de chaque entreprise afin d'améliorer la qualité de vie au travail de nos équipes.



Chez Altair East

un travail a été initié pour améliorer la communication entre les chefs de service et informer sur les projets en cours. Tous les salariés sont encouragés par leur manager à profiter d'une activité physique pour prendre soin de leur santé et un travail de sensibilisation au sujet des actions RSE dans l'organisation est mené.



Chez Briochin

c'est la reconnaissance qui sera travaillée avec une formation pour chaque employé, une meilleure explication de la rémunération de chacun - notamment via l'envoi chaque année d'un BSI (bilan social individuel) - , mais aussi l'intensification de la communication interne, l'amélioration du cadre de travail, ou encore la fierté d'appartenance avec la mise en place de « vis ma vie » et de team buildings.



Chez Brunel

des actions liées à la formation, comme l'écriture d'un plan de développement des compétences par service, l'aménagement des environnements de travail, la communication avec une information plus régulière des équipes ou la mise en place d'une convention sont privilégiées.



Chez Oro Brands

l'accent est mis sur la reconnaissance avec l'octroi d'une demi-journée de congé le jour de l'anniversaire du collaborateur mais aussi une assurance santé négociée par l'entreprise. La communication doit également être intensifiée, et l'évaluation de 100% des collaborateurs menée annuellement.



2 -Améliorer le quotidien des collaborateurs

Offrir un cadre de travail plus agréable pour les collaborateurs passe aussi par des actions et des attentions au quotidien comme offrir une demi-journée de congé le jour de son anniversaire comme le fait ORO Brands, financer des séances de sport et offrir des en-cas sains à base de fruits chez Altaïr East.

Briochin accentue de son côté la communication sur les sujets RSE en mettant en place des ateliers de sensibilisation auprès des équipes afin de les rassembler et de les impliquer sur ces enjeux essentiels pour le Groupe.



Ce type d'enquête est très important pour notre Groupe, d'autant que nous avons intégré l'année dernière une nouvelle entreprise -Briochin.

C'est essentiel pour nous de donner la parole à tous les collaborateurs pour prendre le pouls des équipes et mesurer l'efficacité des plans d'action déployés au fil des ans. C'est également une excellente ressource pour imaginer des solutions auxquelles nous n'aurions peut-être pas pensé en travaillant au niveau de chaque service. Nous avons été agréablement surpris d'obtenir un résultat de 62% de collaborateurs satisfaits au trust index pour cette première participation, à 3 points seulement de la certification !

Nous espérons que les plans d'action mis en place cette année porteront leurs fruits et nous permettront d'obtenir la certification en 2025 comme nous l'avons fixé dans nos objectifs !

Emilie SAPELIER
Directrice ressources humaines
chez Brunel



→ En 2023
62%
de collaborateurs satisfaits

NOTRE
CONTRIBUTION
AUX OBJECTIFS DE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE DE L'ONU



Rendre l'entreprise accessible à tous



Accueillir et faire grandir tous nos collaborateurs fait partie de nos objectifs. L'enquête réalisée avec Great Place to Work® le met en avant. La diversité et l'inclusion sont deux de nos forces. Nous œuvrons chaque jour en ce sens et mettons en place des formations ou adaptons certains postes sur nos sites industriels pour rendre notre Groupe toujours plus accessible.

1 - Informer et former à la lutte contre les discriminations au travail

En 2023, nous avons mené des campagnes d'information et de sensibilisation ainsi que des formations sur le thème de la lutte contre les discriminations au travail. Chez Oro Brands, une formation obligatoire a été dispensée à l'ensemble des collaborateurs pour repérer les situations de discrimination, comprendre les mécanismes en jeu, anticiper tout risque et enfin adopter des attitudes adaptées. Un code de bonnes pratiques a été écrit dans l'entreprise.

2 - Travailler avec des Centres d'Aide par le Travail

Intégrer des personnes en situation de handicap n'est pas toujours aisé sur nos sites de production. Aussi, pour soutenir les personnes en situation de handicap, nous travaillons avec des Centres d'Aide par le Travail pour des missions variées comme le conditionnement ou la mise en conformité réglementaire. Nous faisons ainsi travailler une entité voisine de notre site de production de Noyelles-Lez-Seclin (59) et une autre voisine de notre site de Saint Brandan (22). Chez Briochin, un partenariat a été noué avec un ESAT : un collaborateur en situation de handicap est intégré aux équipes et réalise le montage de boxes promotionnels. L'objectif est, à terme, d'accueillir 3 collaborateurs de l'ESAT à temps plein sur notre site de Saint Brandan.



NOTRE OBJECTIF 2025

→ Atteindre une répartition femmes/hommes plus équilibrée avec

50%

de femmes managers

Résultats de l'enquête Great Place to Work® 2023

- **92% des répondants estiment être considérés de la même façon**, quelle que soit leur orientation sexuelle
- **90% des collaborateurs se disent traités équitablement** quelles que soient leurs origines
- **83% des répondants se sentent considérés équitablement** quel que soit leur sexe
- **72% apprécient l'équité de traitement** quel que soit l'âge des salariés



FOCUS

Mamadou Alpha Bah Responsable méthodes et codifications se prépare aux jeux paralympiques de Paris 2024



Mamadou Alpha Bah est Responsable méthodes et codifications depuis 6 années chez Brunel. Il est aussi champion de France de volley assis. Pour lui permettre de poursuivre son parcours sportif et de préparer sa qualification dans l'équipe qui participera aux Jeux Paralympiques de Paris en 2024, nous avons signé la convention relative à l'insertion des sportifs de haut niveau avec l'ANS (Agence Nationale du Sport) et la fédération française de volley-ball. Cette convention permet à Mamadou de consacrer 20% de son temps de travail à son entraînement avec la fédération française de volley assis. Son salaire est ainsi maintenu à 100%, tout en consacrant une journée par semaine à sa préparation sportive durant l'année précédant la compétition olympique.

Mamadou, qui es-tu ?

Je suis Responsable méthodes et codifications, chez Brunel et papa de 3 filles et 1 garçon. Suite à la poliomyélite que j'ai contractée enfant, j'ai gardé des séquelles : atrophie des membres inférieurs gauches et inégalité de la longueur des jambes. Je cherchais à pratiquer un sport collectif et c'est un ami qui m'a fait découvrir le volley assis en 2017. J'ai intégré l'équipe de France dès ma première année de pratique et depuis, je n'ai manqué aucun stage de l'équipe de France.

Qu'est-ce que tu aimes dans ce sport ?

Le dépassement de soi, l'inclusion. Il est porté par des personnes qui ont vécu et qui continuent de vivre des histoires incroyables. À la suite de blessures, d'accidents ou de maladies, ce sport permet de reprendre confiance en soi et de se surpasser. En France, le volley assis encourage vraiment l'inclusion en permettant aux personnes non valides et valides de pratiquer ensemble, avec la même intensité et le même plaisir !

“ **C'est une opportunité incroyable pour moi de réaliser le rêve de tout sportif et ainsi de m'épanouir aussi bien dans ma vie professionnelle que personnelle** ”



NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU

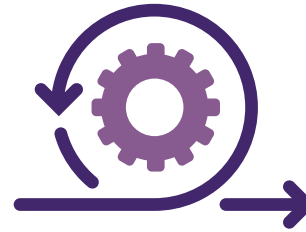


QU'EST-CE LE VOLLEY ASSIS ?

Le volley assis est une variante du volley-ball traditionnel. Dans cette version, les joueurs sont assis sur le sol et se déplacent en glissant ou en utilisant des mouvements de mains pour se propulser. Les règles du jeu sont similaires à celles du volley-ball classique, mais adaptées aux contraintes du jeu assis (filet plus bas et terrain plus petit). Il se joue à 6 contre 6 en 3 sets gagnants. Deux règles le différencient de la pratique traditionnelle : au volley assis, le tronc du corps doit obligatoirement rester en contact avec le sol au moment où le joueur touche la balle et le service peut être contré.

Développer les compétences de nos collaborateurs

Faire grandir nos collaborateurs est une de nos missions en tant qu'employeur. Néanmoins, l'enquête réalisée avec Great Place to Work® révèle que le volet formation reste à optimiser pour notre Groupe. En 2022, nous avons mis en place un plan de gestion des emplois et des compétences afin de cartographier les besoins et de les anticiper. Le déploiement des formations a quant à lui démarré en 2023, il se poursuivra et s'intensifiera en 2024.



NOTRE OBJECTIF 2025

→ Former au moins

35%

du personnel
chaque année

1 - Former nos collaborateurs à la RSE

Les attentes en termes de Responsabilité Sociétale des Entreprises sont de plus en plus importantes de la part de nos clients mais également de nos collaborateurs. Pour répondre à leurs interrogations et bien expliquer nos actions, nous avons mis en place différents temps forts au sein du Groupe.

Chez Brunel, des formations et ateliers destinés à l'équipe commerciale ont été menés avec pour objectif de :

- **Savoir expliquer facilement la stratégie RSE du Groupe,**
- **Comprendre les objectifs de nos clients (éco-score...),**
- **Découvrir les notions techniques pour gagner en expertise.**

A l'issue de ces sessions, un kit pédagogique et ludique leur a été remis.



Chez Briochin, un moment dédié sur le site de production et une autre dans les bureaux ont été dédiées à cette thématique. L'objectif : **comprendre les enjeux et nos engagements RSE.** À la suite de cette formation, **un atelier de sensibilisation à l'impact environnemental des déchets** a été organisé. Au total, ce sont 106 kg de déchets qui ont été ramassés proche de notre site afin de réaliser un atelier de broyage/ recyclage des plastiques et ainsi leur donner une seconde vie.



2 - Accompagner les managers dans leur rôle

Manager une équipe est loin d'être évident. Aussi, pour accompagner les managers dans leur rôle de leader, Oro Brands a déployé une formation de 2 jours destinée à l'ensemble des managers.

Les objectifs :

- Développer l'énergie positive et constructive
- Aligner les équipes sur les valeurs de l'entreprise
- Déterminer la place et les rôles de chacun
- Développer des postures autonomes et responsables
- Communiquer de manière maîtrisée et constructive



→ En 2023,

60% des collaborateurs
ont suivi une formation
soit 280 collaborateurs sur 468 au niveau Groupe.

NOTRE
CONTRIBUTION
AUX OBJECTIFS DE
DÉVELOPPEMENT
DURABLE DE L'ONU

10
INÉGALITÉS
RÉDUITES



4
ÉDUCATION
DE QUALITÉ



S U C C E S S

ENGAGEMENT

Protéger nos équipes



Assurer la sécurité des équipes est une de nos priorités. Même si 80% des collaborateurs se sentent en sécurité physique, la santé psychologique reste à travailler. Nous poursuivons et intensifions nos actions en faveur de la santé et de la sécurité de nos équipes, tant sur nos sites de production que dans nos bureaux.

NOTRE OBJECTIF 2025

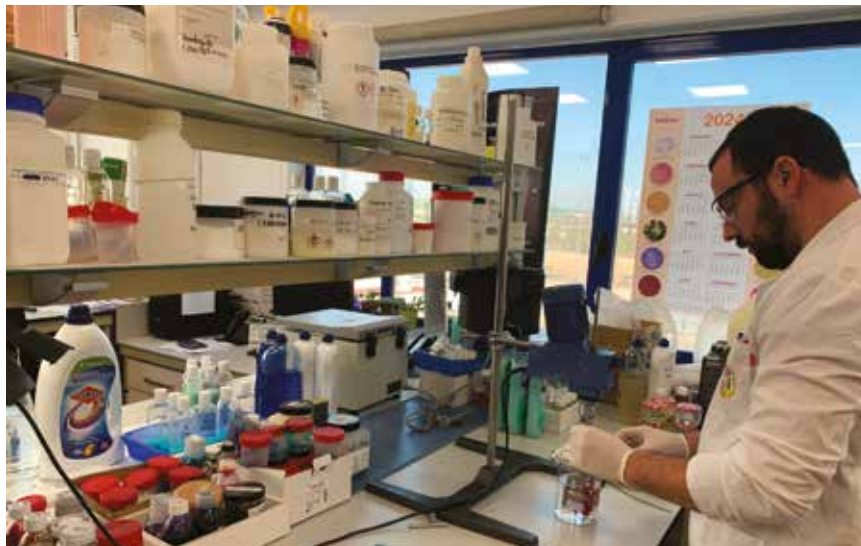
→ Réduire de

40%

la fréquence et
la sévérité des
accidents du travail

Résultats de l'enquête Great Place to Work® 2023

80% des collaborateurs
ont répondu positivement à l'affirmation
"Altair est un endroit sûr pour travailler"



1 - Investir sur nos sites de production

D'importants investissements ont été réalisés sur nos sites de production de Noyelles-Lez-Seclin (59) et de Saint Brandan (22) afin de préserver nos équipes. Renforcement des éclairages intérieurs et extérieurs, remplacement d'enrobés, optimisation du stockage selon les comptabilités produits ont été mis en place chez Briochin. Les investissements chez Brunel ont quant à eux permis de mettre en place des bras robotisés pour prendre en charge le dépôt des colis sur les palettes et ainsi limiter le port de charges lourdes.

2 - Former nos équipes à la sécurité

La sécurité passe par des optimisations sur sites mais aussi et surtout par la formation des collaborateurs. Ainsi, chez ORO Brands, l'ensemble des employés du site de production espagnol ont reçu des formations sur ce sujet en 2023. L'objectif était de leur fournir les compétences et les connaissances nécessaires pour identifier, évaluer et prévenir les risques sur des sujets variés comme la sécurité physique, la sécurité incendie, la sécurité au travail ou la gestion de crise...



3 - Optimiser les processus

Certains processus sont réalisés à la main et ne peuvent être automatisés. Ainsi, pour faciliter le travail de nos collaborateurs et limiter les risques de troubles musculo squelettiques, nous avons modifié certains emballages afin de limiter le poids des colis à manipuler.



S'engager à agir avec éthique



Au-delà des actions menées en faveur de la protection de la planète, des consommateurs et des collaborateurs, le Groupe Altair veille activement au respect de l'éthique dans ses relations d'affaires avec ses partenaires. Ainsi, nous avons décidé de formaliser un ensemble de lignes directrices permettant de promouvoir un comportement responsable de la part de nos collaborateurs, fournisseurs et sous-traitants.

Encadrer les relations commerciales par un code de conduite

Dès 2015, nous avons mis en place un code de conduite. Actualisé très régulièrement au regard des évolutions réglementaires et de nos engagements en matière de RSE, il encadre depuis 8 ans chacune des relations commerciales qu'entretient le Groupe avec un partenaire externe. Il doit être incorporé dans tout contrat entre Altair et ses partenaires commerciaux.

Ce code de conduite définit le standard minimum à respecter par chaque partenaire, il ne se substitue pas aux législations nationales et internationales applicables, auxquelles les partenaires commerciaux doivent se conformer strictement. Les principes qui y sont évoqués s'appuient sur les grandes conventions internationales telles que les 10 principes du Pacte Mondial des Nations Unies, les Conventions fondamentales et prioritaires de l'Organisation Internationale du Travail, ainsi que les déclarations relatives aux droits de l'Homme et des enfants.

Il couvre 8 engagements que le Groupe s'engage à tenir envers ses partenaires et ceux que les partenaires doivent s'engager à respecter afin de collaborer avec une entreprise du Groupe.

En cas de suspicion de non-respect du code de conduite, des audits peuvent être menés chez certains fournisseurs et des mesures correctives ou sanctions peuvent être appliquées en cas de violation avérée de ce code.

Lutter contre la corruption via une charte anti-corruption

S'appuyant sur les dispositions de la loi Sapin II, notre charte anti-corruption fixe les règles et principes à respecter en matière d'éthique des affaires et de lutte contre la corruption. Elle s'applique à toutes les entités du Groupe Altair, leurs dirigeants, mandataires sociaux, personnels permanents et intérimaires.

Elle reprend la politique du Groupe en matière de cadeaux, de mécénat, de lobbying ; présente les dispositifs d'alerte à actionner en cas de suspicion ou d'acte de corruption avéré et les sanctions encourues.

→ En 2023, près de

75%

de nos fournisseurs
ont signé notre
code de conduite



S'ENGAGER À TRAVERS LES ASSOCIATIONS

Notre Groupe s'engage pour l'environnement

RÉDUIRE LA POLLUTION DES OCÉANS AVEC THE SEACLEANERS

Pour lutter contre le fléau de la pollution plastique, depuis 2020, nous soutenons le projet Manta de l'association française The SeaCleaners. L'objectif : construire un catamaran géant capable de collecter et valoriser des quantités importantes de déchets plastiques marins.

17 t /minute

de déchets plastiques déversés en mer

80%

des déchets de nos océans sont plastiques

+ de

80 000€

collectés pour l'association

Une opération en magasin

Du 1^{er} juin au 30 septembre 2023, Starwax a donné l'occasion aux consommateurs de participer à la préservation des océans à ses côtés. Notre marque s'est engagée à reverser 5 % des recettes générées sur une sélection d'une vingtaine de ses best-sellers (cuisine, canalisations, salle de bains et sols intérieurs) à l'association The SeaCleaners pour financer le navire géant Manta.

Une opération de sensibilisation auprès des collaborateurs

En tant que mécène de The SeaCleaners, nous avons proposé à nos collaborateurs de s'impliquer dans l'association à l'occasion de la journée mondiale des océans via une campagne de communication interne. Elle mettait en avant différentes manières de soutenir la cause :

- En réalisant un don : pour chaque euros versé, Brunel s'engage à reverser le même montant
- En devenant adhérent : pour devenir membre à part entière de l'association
- En devenant bénévole : pour participer à des événements et des actions concrètes





RESTAURER LES FORÊTS AVEC ECOTREE

7 X plus

d'incendies forestiers
que la moyenne annuelle
en 2022

10 000 m³

reboisés en Gironde

1 500

arbres plantés

L'année dernière, les incendies ont brûlé 72 000 hectares de forêts en France, un nombre sept fois supérieur à la moyenne annuelle depuis dix ans. Avec le changement climatique, le risque de voir les forêts partir en fumée grandit chaque année. Après chaque été, de nombreux propriétaires forestiers font face à un manque de moyens financiers pour reboiser.

Nous souhaitons les soutenir en participant au financement de travaux de restauration des forêts françaises incendiées. C'est pourquoi, Starwax s'est engagé à reboiser 10 000m² de forêts girondines soit plus de 1 500 arbres, grâce à son partenariat avec EcoTree.

En septembre, les travaux de préparation des sols ont été engagés : nettoyage des parcelles, broyage du bois calciné, actions en faveur des sols... Ainsi, le reboisement de la forêt située dans la commune de Landiras a pu être réalisé dès la fin d'année.

DES SAVONS RECYCLÉS POUR LES COLLABORATEURS AVEC UNISOAP

Fidèle à son ADN de bon sens et à sa volonté de réduire au maximum son impact sur l'environnement, Briochin a offert en début d'année à ses collaborateurs, des savons créés à partir de savons non utilisés, récupérés dans les hôtels par l'association Unisoap. Au total, 150 savons ont ainsi été donnés aux équipes.

Une attention appréciée et en parfaite cohérence avec les valeurs de l'entreprise.



S'ENGAGER À TRAVERS LES ASSOCIATIONS

Notre Groupe s'engage pour les familles



58 000€

reversés pour favoriser l'hospitalisation à domicile des enfants malades

OFFRIR DU CONFORT AUX ENFANTS MALADES DU CANCER GRÂCE À L'HOSPITALISATION À DOMICILE

Depuis 2019, Altair East soutient « Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową ». Cette fondation œuvre au financement d'équipements permettant aux enfants atteints de cancer de bénéficier de soins à domicile (kits de soins par cathéter, non remboursés notamment). Les jeunes patients évitent ainsi de longs séjours à l'hôpital, loin de leurs parents. En 2023, nous avons reversé 18 000€ à la fondation, et plus de 58 000€ depuis le début de notre partenariat.



Soutien actif

dans la promotion des campagnes «Parent in touch» et «My life, Your 1,5%»

SOUTENIR LES PARENTS D'ENFANTS GRAVEMENT MALADES

En 2023, Altair East a noué un nouveau partenariat afin de soutenir davantage les familles touchées par la maladie d'un enfant. Notre entité Polonaise est ainsi devenue l'un des principaux ambassadeurs de la campagne de l'association « Parents in touch ». Cette campagne vise à sensibiliser le grand public à l'importance du bien-être des parents lors de la maladie d'un enfant, parce qu'il est important, pour soutenir au mieux leurs enfants, que les parents soient eux aussi accompagnés durant les longs mois de soins. L'association offre ainsi aux parents un soutien via des ateliers, des échanges, mais aussi des temps de relaxation... Dans le cadre de la stratégie de la fondation, nous nous impliquons sur deux axes : « Éducation et sensibilisation » et « Recherche et innovation ». Au début de l'année 2023, notre entité polonaise a également participé, en tant que partenaire, à la campagne sociale « My Life, Your 1.5% ». Cette campagne vise à inciter les particuliers à faire don de 1,5% de leur impôt sur les revenus à des organismes d'utilité publique de leur choix. Le Directeur Général d'Altair East est devenu un des porte-paroles de la campagne.



**RODZICE
W KONTAKCIE**
robimy to dla dzieci

Notre Groupe s'engage pour les personnes démunies

4^{ème} année

de sponsoring pour
l'association culturelle et
sportive de San Antonio



4 600

produits d'entretien
donnés à des personnes
âgées démunies en Ukraine

RENDRE LE SPORT ACCESSIBLE AUX ENFANTS

Depuis 4 ans, Oro Brands soutient l'association culturelle et sportive de San Antonio.

L'objectif de ce partenariat est de développer l'offre sportive locale à destination des enfants en finançant des équipements ainsi que des tenues adaptées à la pratique sportive.

En 4 ans, l'association est passée de 700 à 1200 enfants accompagnés dans leur pratique sportive, l'offre proposée s'est grandement diversifiée permettant ainsi aux jeunes espagnols de pratiquer des disciplines aussi variées que le tennis, la gym, la danse, le football, le basket...



SOUTENIR LA POPULATION UKRAINIENNE

Bouleversés par la situation de la population ukrainienne depuis le début du conflit avec la Russie, notre Groupe, présent en Pologne avec sa filiale Altaïr East, a souhaité soutenir les habitants.

Nous avons donné au total 4 600 produits d'entretien à des personnes âgées démunies restées en Ukraine, ainsi qu'aux personnes dans le besoin à Kherson dans le cadre d'une action humanitaire organisée par un client. Ces produits permettent d'améliorer de manière significative les conditions sanitaires et hygiéniques, par exemple des produits anti-moisissures et de désinfection, des liquides vaisselle, etc...



SOUTENIR LES PERSONNES DANS LE BESOIN EN FRANCE

En 2023, nous avons fait don de près de 34 000 produits à des associations venant en aide aux personnes démunies comme Les banques alimentaires, La Croix Rouge ou encore l'association Lazare qui héberge des personnes sans domicile fixe en habitat collectif (collocation ou famille).









SOUTENIR LES SINISTRÉS DU TREMBLEMENT DE TERRE AU MAROC

Très touché par la situation de la population marocaine sinistrée suite au séisme de septembre 2023, Oro Brands a souhaité soutenir les habitants en apportant une aide financière à La Croix Rouge espagnole présente sur les lieux de la catastrophe.

Feuille de route 2023-2025

S'ENGAGER POUR LA PLANÈTE Optimiser l'utilisation des ressources

	THÉMATIQUE	UNITÉ	2021	2022	2023	OBJECTIF 2024	OBJECTIF 2025
	Réduire les émissions de gaz à effet de serre de nos opérations	Tonnes équivalent CO ₂	ND	1 542	1 328	1 264	1200
	Réduire les émissions de CO ₂ de nos matières premières et emballages	Tonnes équivalent CO ₂	ND	70 442	64 497	61 989	56 354
	Optimiser les consommations d'eau dans nos productions	l/kg produit	1,3	0,79	1,08	1,15	1.1
	Utiliser de l'énergie provenant de sources renouvelables	% MWH vertes vs MWH consommés	59,2	62,0	99,6	100	100
	Réduire nos quantités générées de déchets	Tonnes générées	3 020	2 976	2 989	2 700	2 500
	Valoriser nos déchets (dangereux et non dangereux)	% de déchets valorisés	28,4	33,0	33,6	45	50

ODD ASSOCIÉS



ND : donnée non disponible

S'ENGAGER POUR NOS CONSOMMATEURS

Améliorer le profil éco-responsable de nos produits



THÉMATIQUE	UNITÉ	2021	2022	2023	OBJECTIF 2024	OBJECTIF 2025
S'engager pour un approvisionnement responsable de nos matières	% de fournisseurs signataires de notre charte achat	5	10	74,4	90	100
Augmenter notre portefeuille de produits certifiés durables (Ecocert, Ecolabel, FSC, PEFC...)	% du chiffres d'affaires	10	19,8	14,8	15	17
Vendre des produits formulés sans ingrédients controversés	% sur le total de nos références catalogue	ND	78,1	92,5	100	100
Remplacer le plastique vierge par du plastique recyclé	% de recyclé sur le total emballage	8.6	22,8	31,2	38	50
Etablir le profil éco-responsable de nos produits	% sur le total de nos produits	0	0,1	4,2	20	30
Promouvoir la consommation responsable à travers nos marques	% de marques engagées	ND	40	45	70	100











ODD ASSOCIÉS



ND : donnée non disponible

Feuille de route 2023-2025









S'ENGAGER POUR NOS COLLABORATEURS Agir pour le bien-être au travail

	THÉMATIQUE	UNITÉ	2021	2022	2023	OBJECTIF 2024	OBJECTIF 2025	ODD ASSOCIÉS
	Atteindre une représentation plus équilibrée femmes/hommes dans le management	% femmes managers	54	42,4	46	50	50	
	Former notre personnel chaque année	% personnel formé /an	70	36	60	35	40	
	Obtenir la certification Great Place to work	% de participation à l'audit social	ND	ND	88	75	75	
	Obtenir la certification Great Place to work	Trust index % de réponses positives	ND	ND	62	65	65	
	Réduire la fréquence d'accidents de travail	Taux de fréquence (TF)	15,9	11,3	21,2	12	10	

ND : donnée non disponible

S'ENGAGER POUR NOS COLLABORATEURS

Agir pour le bien-être au travail

	THÉMATIQUE	UNITÉ	2021	2022	2023	OBJECTIF 2024	OBJECTIF 2025	ODD ASSOCIÉS
	Réduire la gravité d'accidents de travail	Taux de gravité (TG)	0,55	0,17	0,74	0,4	0,33	
	Partager la création de valeur avec nos collaborateurs	% du personnel bénéficiaire	30	99,1	98	100	100	
	Assurer l'ensemble de nos collaborateurs via une assurance prévoyance et santé	% du personnel bénéficiaire	75	77,3	100	100	100	
	Engager nos employés via des objectifs RSE individuels	% du personnel concerné	ND	13	42	75	100	

ND : donnée non disponible

Altair



DES SOCIÉTÉS DU GROUPE ALTAÏR

16, rue Harald Stambach - Z.I. de la Pilaterie - 59290 Wasquehal - Tél : +33 (0)3 20 43 21 80

