

A group of hands of various skin tones are cupped together, holding a small, round, vibrant green moss ball. The background is a soft-focus green, suggesting a natural outdoor setting.

Altair

**WSPÓLNIE  
DLA CZYSTSZEGO  
ŚWIATA**

RAPORT SPOŁECZNEJ ODPOWIEDZIALNOŚCI  
PRZEDSIĘBIORSTWA 2023

# SPIS TREŚCI

|   |      |  |      |
|---|------|--|------|
| <b>SŁOWO WSTĘPU</b>   | s.03 | <b>ZOBOWIĄZANIA NA RZECZ PRACOWNIKÓW</b>   |      |
| Nasza misja i strategia CSR   | s.04 | Promowanie dobrego samopoczucia w pracy  | s.44 |
| Nasi dyrektorzy opowiadają o swoich zobowiązaniach                                  | s.05 | Uczynienie przedsiębiorstwa przystępnym dla wszystkich   | s.48 |
| Prezentacja Grupy Altair  | s.06 | Skupienie na: Mamadou Alpha Bah, kierowniku ds. metod i kodeksów pracy, przygotowującym się do igrzysk paraolimpijskich w Paryżu w 2024 roku | s.49 |
| Prezentacja organizacji CSR   | s.08 | Rozwijanie kompetencji naszych pracowników   | s.50 |
| Nasz wkład w realizację celów zrównoważonego rozwoju ONZ                            | s.10 | Ochrona naszych zespołów   | s.52 |
| Najważniejsze wydarzenia w 2023 roku  | s.12 | .....  |      |
| .....   |      | <b>ZOBOWIĄZANIE DO ETYCZNEGO POSTĘPOWANIA</b>  | s.54 |
| <b>ZOBOWIĄZANIA NA RZECZ PLANETY</b>  |      | .....  |      |
| Zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych  | s.16 | <b>ZOBOWIĄZANIA NA RZECZ ORGANIZACJI</b>   |      |
| Zmniejszenie ilości oraz odzyskiwanie odpadów z produkcji                           | s.20 | Nasza grupa angażuje się na rzecz środowiska   | s.56 |
| Zmniejszenie śladu środowiskowego naszych produktów                                 | s.22 | Nasza grupa angażuje się w pomoc rodzinom  | s.58 |
| Zmniejszenie zużycia energii  | s.26 | Nasza grupa angażuje się w pomoc osobom najbardziej potrzebującym  | s.59 |
| Skupienie na: proekologicznych inwestycjach w nasze narzędzia przemysłowe           | s.28 | .....  |      |
| .....   |      | <b>PLAN DZIAŁANIA NA LATA 2023 - 2025</b>  | s.60 |
| <b>ZOBOWIĄZANIA NA RZECZ KONSUMENTÓW</b>  |      |  |      |
| Wyeliminowanie substancji wzbudzających kontrowersje                                | s.34 |  |      |
| Opracowywanie bardziej naturalnych i praktyczniejszych produktów                    | s.36 |  |      |
| Promowanie zrównoważonej konsumpcji w obrębie naszych marek                         | s.38 |  |      |
| Skupienie na: etykietach i certyfikatach gwarantujących jakość oraz transparentność | s.40 |  |      |



# Słowo wstępu



Od powstania naszej Grupy angażujemy się w dostarczanie najskuteczniejszych, najbardziej innowacyjnych i najbardziej przyjaznych dla ludzi oraz planety rozwiązań do utrzymania domu i ochrony przed owadami. W 2021 roku osiągnęliśmy pierwszy kamień milowy poprzez ukierunkowanie naszego podejścia do społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa (CSR). Wyzaczyliśmy sobie ambitne, wymierne cele na 2025 rok: zmniejszyć o połowę nasz ślad środowiskowy, dwukrotnie zwiększyć obrót ze sprzedaży produktów z certyfikatem ekologicznym i uzyskać certyfikat wspaniałego miejsca pracy Great Place to Work.

Jesteśmy w połowie drogi, a nasze działania już przynoszą efekty: przekształciliśmy procesy, zainwestowaliśmy w zakłady produkcyjne, szkolimy i angażujemy nasze zespoły, zmieniliśmy skład produktów i opakowań itd. Wiele się nauczyliśmy i zostaliśmy nagrodzeni za zaangażowanie na rzecz planety, konsumentów i współpracowników. Jesteśmy na dobrej drodze, by zrealizować cele na 2025 rok. Niniejszy raport CSR 2023 jest tego odzwierciedleniem.

W tym miejscu pragnę szczerze podziękować wszystkim



interesariuszom wewnętrznym i zewnętrznym za codzienne zaangażowanie w nasze wspólne działania. Stan planety wymaga od nas jeszcze szerzej zakrojonych działań, aby uniknąć najgorszych skutków zmian klimatu.

W 2023 roku osiągnęliśmy nowy kamień milowy. Dołączyliśmy do inicjatywy Science Based Target (SBTi), a eksperci ds. klimatu zatwierdzili nasze cele redukcji emisji CO<sub>2</sub>. Inicjatywa ta pokazuje nam, jak możemy przyczynić się do ogólnoświatowych działań w walce ze zmianą klimatu i dotrzymać celów Porozumienia paryskiego, które ma pomóc w ograniczeniu globalnego ocieplenia do maks. 1,5°C.

Nasze cele są bardzo ambitne i uczynimy wszystko, by je osiągnąć. Wraz z dyrekcją zobowiązuję się do zrobienia wszystkiego, co w naszej mocy, abyśmy od 2024 roku przestali mówić o zamiarach, a zaczęli omawiać działania, które będziemy z przekonaniem realizować!

Etienne **SACILOTTO**  
Prezes Grupy Altaïr

# Nasza misja i strategia CSR

Naszym zobowiązaniom przyświeca wspólna misja zdefiniowana w 2023 roku.

## Nasza misja

Dążymy do spełniania potrzeb wymagających konsumentów, którzy chcą, aby ich środowisko było piękniejsze, zdrowsze i bardziej trwałe, poprzez dostarczanie specjalistycznych produktów do konserwacji, łączących skuteczność z poszanowaniem ludzi i środowiska.

## Nasza strategia CSR

Chcemy działać, wywierając mniejszy wpływ na naszą planetę i jej zasoby, mając jednocześnie pozytywny wpływ na naszych pracowników, konsumentów i społeczeństwo. Aby osiągnąć postęp w kierunku coraz bardziej odpowiedzialnego i zrównoważonego modelu biznesowego, włączyliśmy CSR do naszego zarządzania i naszej ogólnej strategii.

## Nasze 3 filary CSR

→ ZOBOWIĄZANIA  
NA RZECZ  
PLANETY

→ ZOBOWIĄZANIA  
NA RZECZ  
KONSUMENTÓW

→ ZOBOWIĄZANIA  
NA RZECZ  
PRACOWNIKÓW



# Nasi dyrektorzy

## opowiadają o swoich zobowiązaniach



Anibal **AYALA VIEGAS**

DYREKTOR GENERALNY JEDNOSTKI  
BIZNESOWEJ (BU) ORO BRANDS

2023 r. był kolejnym solidnym rokiem dla OROBrands. Poczyniliśmy postępy niemal we wszystkich obszarach zobowiązań na rzecz CSR. Wszystkie działy ambitnie realizują projekty, które pozwalają nam osiągnąć kilka kluczowych celów, takich jak przekroczenie zakładanej zawartości tworzyw sztucznych z recyklingu w naszych opakowaniach (15,8% w porównaniu z 15%, przy czym jeszcze 2022 roku wartość ta wynosiła poniżej 5%), wykorzystywanie wyłącznie ekologicznej energii, równouprawnienie płci w postaci 48% kobiet na stanowiskach kierowniczych i 43% w Komitecie Zarządzającym oraz zmniejszenie różnic w wynagrodzeniu do zaledwie 3%. Mamy nadal wiele do zrobienia, ale osiągnięcia te inspirują i motywują nas do dalszej wyężonej pracy przy realizacji celów na 2024 rok.



Armel **DELEBARRE-DEBAY**

DYREKTOR GENERALNY JEDNOSTKI  
BIZNESOWEJ (BU) ALTAIR EAST

W 2023 roku wprowadziliśmy w życie szereg inicjatyw środowiskowych, które pozwoliły umocnić przedsiębiorstwo i skonsolidować zespół. Najlepszym przykładem naszych działań jest akcja «Podziel się kartonem», dzięki której zespół zgromadził materiały potrzebne do stworzenia przyjaznych dla środowiska wypełnień paczek. Cała firma aktywnie wsparła fundację Szopowisko poprzez zbiórkę żywności dla zwierząt. W ramach inicjatywy Eco-engines (Ekologiczne silniki) kierownicy ds. sprzedaży przemieszczają się samochodami hybrydowymi, by zmniejszyć nasz ślad węglowy. Działania z zakresu odpowiedzialności społecznej (CSR) przyczyniają się do budowy zespołu, jak również jednoczenia pracowników wokół wspólnego celu. Jestem niezwykle dumny z tego, że tworzymy silne więzi w oparciu o nasze wartości. Wspólne zaangażowanie w projekty CSR umacnia naszą społeczność.



François-Xavier **APOSTOLO**

DYREKTOR GENERALNY JEDNOSTKI  
BIZNESOWEJ (BU) HARRIS-BRIOCHIN

W 2023 roku kwestie CSR stały się ważnym czynnikiem odróżniającym markę Briochin od konkurencji. Naturalnie chcemy, by konsumenci i klienci byli tego jeszcze bardziej świadomi. Jesteśmy dumni z tego, że — oprócz objęcia niemal wszystkich naszych produktów certyfikatem środowiskowym — poczyniliśmy rzeczywiste postępy w przypadku opakowań: przeszliśmy na tworzywo sztuczne z recyklingu w naszych ręcznych dozownikach płynu do mycia naczyń oraz zmniejszyliśmy wykorzystanie tworzyw sztucznych o ponad 10 ton wraz z wyeliminowaniem miarek z opakowań z proszkiem. Chcemy również, aby zespoły marki Briochin stanowiły siłę napędową programu CSR. W tym celu zorganizowaliśmy dwie inicjatywy uświadamiające przy okazji zbiórki odpadów w Saint-Brandan i na plażach Saint-Malo. W październiku 2023 roku powołaliśmy również radę ds. CSR. W jej skład wchodzi 10 pracowników-ambasadorów, którzy pomogą nam działać jeszcze szybciej, jeszcze lepiej i jeszcze prężniej w 2024 roku. Jest to rok igrzysk olimpijskich — a dla nas również kolejny rok działań na rzecz CSR.



Stanislas **BAUDRY**

DYREKTOR GENERALNY JEDNOSTKI  
BIZNESOWEJ (BU) BRUNEL

W 2023 roku jeszcze prężniej realizowaliśmy zobowiązania na rzecz CSR. W szczególności przekroczyliśmy cele związane z wykorzystaniem tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu w ponad 50% opakowań. Rok 2023 był również ważnym punktem zwrotnym dla marki Starwax The Fabulous, która od przeszło 10 lat jest pionierem i wzorem w obszarze DIY w GSB. Choć markę od zawsze ceniono za styl vintage, nasze opakowania stały się polaryzujące, gdyż postać na etykietach prezentowała przestarzały i poniżający wizerunek odstający od współczesnej kobiety. Gospodyni domowa rodem z lat pięćdziesiątych ubiegłego wieku ustąpiła więc miejsca nowej, asertywnej i ponadczasowej parze. Jest to dobra alternatywa pozbawiona seksistowskich i dyskryminujących podtekstów. Stanowi również okazję do promowania równości płci przy podziale obowiązków domowych. Tym samym poprawiliśmy wyniki: 4,1% udziału w rynku przy wzroście +20% (dane na listopad 2023 r.).



# Grupa Altair podmiot zaangażowany w prowadzenie odpowiedzialnych marek oferujących wysoką jakość

Od powstania Grupa Altair codziennie dokonuje innowacji, by móc stale oferować rozwiązania, które są z jednej strony jak najskuteczniejsze, a z drugiej – odznaczają się poszanowaniem dla ludzi i planety. Jest to możliwe dzięki bogactwu natury. Produkty naturalne są tak samo skuteczne, jak produkty stworzone przez człowieka. My potrafimy natomiast czerpać ze środowiska w sposób przemysłowy i rozsądny.

**3250**  
PRODUKTÓW

**11**  
MAREK

**4**  
ZAKŁADY  
PRODUKCYJNE

## NASZE MARKI



## SILNE WARTOŚCI W GRUPIE

ŻYCZLIWOŚĆ

WSPÓLNY SUKCES

ZAANGAŻOWANIE

ODPOWIEDZIALNOŚĆ

## Europejska potęga przemysłowa

- 
**1** **Biuro Altair East:** Wrocław - **12** PRACOWNIKÓW
- 
**2** **Biuro Brunel** Wasquehal - **106** PRACOWNIKÓW
- 
**3** **Fabryka Brunel** Noyelles-lès-Seclin : **115** PRACOWNIKÓW : **Zdolności produkcyjne: 20 000 t** rocznie  
 Opracowywanie i produkcja płynów w małych i dużych butelkach oraz torebkach
- 
**4** **Biuro Briochin:** Saint-Malo - **40** PRACOWNIKÓW
- 
**5** **Fabryka Briochin** Saint-Brandan : **61** PRACOWNIKÓW : **Zdolności produkcyjne: 12 000 t** rocznie  
 Opracowywanie i produkcja płynów w małych i dużych butelkach
- 
**6** **Obiekt logistyczny Briochin:** Plaintel - **21** PRACOWNIKÓW
- 
**7** **Biuro i fabryka Oro Brands** Valence : **110** PRACOWNIKÓW : **Zdolności produkcyjne: 45 000 t** rocznie  
 Opracowywanie i produkcja aerozoli i płynów w butelkach
- 
**8** **Biuro i fabryka Sinto** Aubagne : **35** PRACOWNIKÓW : **Zdolności produkcyjne: 5 000 t** rocznie  
 Opracowywanie i produkcja proszków
- 
**9** **Biuro Enteco :** Wilrijk - **4** PRACOWNIKÓW



  
**Altair East**  
1

  
**Enteco**  
9

  
**Brunel**  
2

  
**Brunel**  
3

  
**Briochin**  
4

  
**Briochin**  
5

  
**Briochin**  
6

  
**Sinto**  
8

  
**Oro Brands**  
7

## Prezentacja organizacji CSR



Zarządzanie kwestiami CSR odbywa się na najwyższym poziomie strategicznym przedsiębiorstwa, gdyż dyrektorka ds. rozwoju biznesowego i zrównoważonego rozwoju jest członkinią komitetu wykonawczego Grupy. Towarzyszy jej zespół, który nadzoruje i koordynuje strategię Grupy w obrębie poszczególnych podmiotów oraz kieruje komitetami ds. społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa.

Aby zoptymalizować nasze podejście i stworzyć kulturę CSR z prawdziwego zdarzenia w Grupie, opracowaliśmy specjalny sposób organizacji. Jego celem jest ułatwienie dzielenia się naszymi ambicjami i działaniami ze wszystkimi pracownikami, angażowania ich i nadawanie jeszcze większego sensu ich codziennej pracy.

Organizacja ta opiera się na sieci ambasadorów ds. CSR ze wszystkich podmiotów Grupy.

### AMBASADORZY PROWADZĄCY

Ich misja polega na informowaniu o wszystkich działaniach i danych liczbowych powiązanych z CSR. Zajmują się naszym planem zmniejszenia śladu węglowego i gromadzeniem kluczowych danych. Pozwala nam to zrozumieć i analizować skutki naszych akcji, by móc działać jeszcze skuteczniej.

### AMBASADORZY DS. KOMUNIKACJI

Mają dostęp do wszystkich informacji na temat działań i zobowiązań przedsiębiorstwa dotyczących CSR. Są prawdziwymi rzecznikami: rozpowszechniają wewnątrz i na zewnątrz firmy najważniejsze komunikaty i wiadomości na temat Grupy lub danego podmiotu.

## ZESPÓŁ DS. CSR w naszej Grupie



**Oriane Perreaux**  
dyrektorka ds. rozwoju biznesowego i zrównoważonego rozwoju



**Séverine Guilbert**  
dyrektorka ds. przepisów jakości CSR



**Claire Thellier**  
kierowniczka ds. CSR



**Laurence Impens**  
kierowniczka ds. komunikacji CSR



## Ambasadorzy prowadzący



**Bogusia Stepniewska**



**Jodie Le Guennic**



**Claire Thellier**



**Jose Manuel Cebrian Flores**



**Ayoub Laghnimi**



## Ambasadorzy ds. komunikacji



**Anna Sudot**



**Carole Doche Le Moine**



**Nicolas Vilquin**



**Ana Valencia**



# Nasz wkład w realizację celów zrównoważonego rozwoju ONZ



Zobowiązania poczynione w naszej strategii społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa (ang. Corporate Social Responsibility, CSR) w pełni wpisują się w cele zrównoważonego rozwoju przyjęte przez Organizację Narodów Zjednoczonych w 2015 roku. Cele te — określane również mianem ogólnościatowych — określają 17 priorytetów sprawiedliwego społecznie, bezpiecznego dla środowiska, korzystnego dla gospodarki, inkluzywnego i przewidywalnego rozwoju do 2030 roku.

Oferują nam wytyczne, którymi powinniśmy się kierować, aby tworzyć bardziej przyjazny świat.



Te ikony umieszczone w raporcie podkreślają działania, które wpisują się w ogólny program zrównoważonego rozwoju ONZ

**Grupa Altair przyczynia się do realizacji celów zrównoważonego rozwoju ONZ poprzez swoje najważniejsze zobowiązania.**

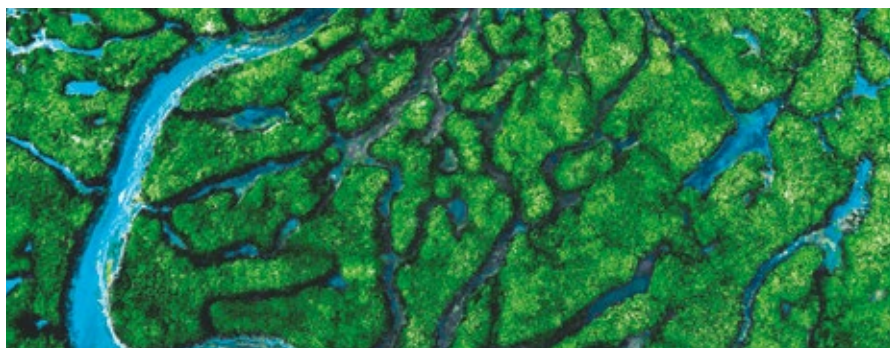
|                                   | ŚRODOWISKO   | ETYKA  | SPOŁECZNOŚĆ  |
|-----------------------------------|--|--|--|
| FILAR                             | FILAR 1<br>ZOBOWIĄZANIA<br>NA RZECZ PLANETY  | FILAR 2<br>ZOBOWIĄZANIA NA<br>RZECZ KONSUMENTÓW  | FILAR 3<br>ZOBOWIĄZANIA NA<br>RZECZ PRACOWNIKÓW  |
| ZOBOWIĄZANIA                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Zmniejszanie emisji gazów cieplarnianych powstających w ramach naszej działalności</li> <li>• Zmniejszenie emisji dwutlenku węgla w przypadku surowców i opakowań</li> <li>• Optymalizacja zużycia wody w ramach produkcji</li> <li>• Wykorzystywanie energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych</li> <li>• Zmniejszanie ilości wytwarzanych odpadów</li> <li>• Odzyskiwanie odpadów</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Angażowanie się w odpowiedzialne i zrównoważone zaopatrzenie</li> <li>• Zwiększanie oferty produktów z certyfikatem zrównoważonego rozwoju</li> <li>• Sprzedaż produktów niezawierających składników wzbudzających kontrowersje</li> <li>• Zastępowanie pierwotnych tworzyw sztucznych materiałami pochodzącymi z recyklingu</li> <li>• Opracowanie profilu środowiskowego naszych produktów</li> <li>• Promowanie zrównoważonej konsumpcji w obrębie wszystkich naszych marek</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promowanie równowagi zatrudnienia kobiet i mężczyzn na stanowiskach kierowniczych</li> <li>• Szkolenie pracowników przedsiębiorstwa w każdym roku</li> <li>• Uzyskanie certyfikatu Great Place to Work</li> <li>• Jak największe zmniejszenie ciężkości i częstotliwości wypadków przy pracy</li> <li>• Dzielenie się wartościami z pracownikami</li> <li>• Angażowanie pracowników poprzez indywidualne i zbiorowe cele CSR</li> </ul> |
| CELE<br>ZRÓWNOWAŻONEGO<br>ROZWOJU |   |   |   |





# Najważniejsze wydarzenia w 2023 roku

## ZOBOWIĄZANIA NA RZECZ PLANETY



Zatwierdzenie poprzez inicjatywę Science Based Target naszego zobowiązania do zmniejszenia emisji dwutlenku węgla

**6,6 mln EUR**

zainwestowanych w nasze zakłady produkcyjne w celu poprawy efektywności energetycznej i zmniejszenia emisji

**100%**

energii wykorzystywanej w naszych fabrykach z umów na zieloną energię

Zwiększanie udziału materiałów pochodzących z recyklingu w naszych opakowaniach.

**31,2%** w 2023 roku

**Redukcja o 218 tCO2e (tj. -14%) naszych emisji w zakresie 1 i 2**

## ZOBOWIĄZANIA NA RZECZ KONSUMENTÓW



Opracowanie zasad stosowania substancji obowiązujących w całej Grupie

**6 produktów z nagrodą**

dla odpowiedzialnych środków czystości

Wyprodukowanie **600 000 sztuk**

nowego kamienia do czyszczenia z certyfikatem Ecocert



1 nowa marka środków owadobójczych ze składnikami aktywnymi w

**100%** pochodzenia roślinnego

Promowanie równiejszego podziału zadań kobiet i mężczyzn przy pracach domowych w oparciu o nowe szaty graficzne **Briochin i Starwax The Fabulous**



## ZOBOWIĄZANIA NA RZECZ PRACOWNIKÓW



**1 badanie Great Place to Work;**  
uzyskanie wysokiego wskaźnika  
uczestnictwa na poziomie

**88%**

**Szkolenie** dla kierowników  
w Oro Brands

Kampania uświadamiająca,  
poświęcona walce z  
dyskryminacją w pracy

Inwestycje w poprawę  
bezpieczeństwa i higieny  
pracy **w naszych zakładach  
produkcyjnych**

## ZOBOWIĄZANIA NA RZECZ ORGANIZACJI



**80 000 €**

**przekazanych organizacji**  
**The SeaCleaners** walczącej z  
zanieczyszczeniem oceanów  
tworzywami sztucznymi

**10 000 m<sup>2</sup>**

drzew posadzonych w celu  
odtworzenia spalonych lasów  
w departamencie Żyronda  
(Francja)

**58 000 €**

przekazanych polskiemu stowarzyszeniu pomagającemu dzieciom  
w walce z nowotworami poprzez hospitalizację domową

4. rok wsparcia organizacji kulturowej i sportowej z San Antonio:  
**ułatwienie dostępu do sportu 1200 dzieciom**





**ZOBOWIĄZANIA**  
na rzecz planety





Hugues **DEL PINO**  
DYREKTOR OPERACYJNY  
ALTAIR



*Jesteśmy przemysłową grupą chemiczną, a nasze oddziaływanie na planetę jest dalekie od neutralnego.*

*Mamy świadomość skutków naszej działalności dla środowiska. Dlatego wyznaczaliśmy sobie ambitny cel polegający na zmniejszeniu o połowę naszego śladu środowiskowego do 2025 roku. Od lat pracujemy w pocie czoła nad jego realizacją: dokonujemy przeglądów składu produktów, procesów przemysłowych i opakowań oraz zmniejszamy wykorzystanie wody i energii.*

*W 2023 roku przyspieszyliśmy działania, dokonując ogromnych inwestycji w nasze zakłady produkcji na północy Francji i w Bretanii. Zoptymalizowaliśmy nasze podmioty produkcyjne, by ograniczyć straty przemysłowe oraz ilość odpadów, a jednocześnie ułatwiliśmy pracę naszemu zespołowi. Zorganizowaliśmy również transport kolejowy między podmiotem w Hiszpanii a zakładem w Lille oraz zoptymalizowaliśmy obciążenie samochodów ciężarowych w celu zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych powiązanych z transportem. Realizacja tych projektów strukturalnych była możliwa dzięki niesłabnącemu zaangażowaniu naszych zespołów, które przykładają coraz większą wagę do kwestii środowiskowych w Grupie.*

*Rok 2024 będzie ponownie obfitował w projekty. W szczególności należy wspomnieć o podpisaniu umowy na panele fotowoltaiczne oraz modernizacji miejsca pakowania w zakładzie przemysłowym w Noyelles-lès-Seclin (59).*

.....

## Najważniejsze dane liczbowe w 2023 roku

**6,6 mln EUR**

zainwestowanych w 2 francuskie zakłady produkcyjne w celu poprawy ich ekologicznie odpowiedzialnego profilu

**100%**

zakładów produkcyjnych podpisało umowy na dostawy energii ze źródeł odnawialnych

**31,2%**

opakowań z tworzywa sztucznego w Grupie zawiera materiały pochodzące z recyklingu

Dzięki działaniom wszystkich naszych fabryk odzyskaliśmy

**62,6 ton peluru**

## Najważniejsze wydarzenia w 2023 roku

Zatwierdzenie celów zmniejszenia emisji gazów cieplarnianych w ramach inicjatywy SBTi

Wdrożenie planu działania oraz strategii odchodzenia od paliw kopalnych (dekarbonizacji)

Redukcja o 218 tCO<sub>2</sub>e (tj. -14%) naszych emisji w zakresie 1 i 2

## ZOBOWIĄZANIE

# Zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych



Raporty GIEC jasno wskazują, że należy podjąć pilne działania — każdy na swoim szczeblu i w sposób skoordynowany — aby odwrócić krzywą globalnego ocieplenia. Dlatego też w 2022 roku przeprowadziliśmy nasz pierwszy bilans dwutlenku węgla na poziomie Grupy. Na jego podstawie sformułowaliśmy strategię dekarbonizacji, której zatwierdzenie zleciliśmy SBTi.

→ W toku działalności Grupy Altair w 2022 roku wygenerowano

**89 327**  
ton dwutlenku węgla



Odpowiada to:



**36 929** lotom między  
Paryżem a Nowym  
Jorkiem



**11 571** okrążeniom  
Ziemi samochodem



**6 dniom** emisji  
generowanych przez Paryż

Spośród tych emisji:

**94%** jest związanych  
z produktami (produkcja  
surowców, transport,  
pakowanie itd.)



**6%** jest związanych  
działalnością naszych  
obiektów (zaopatrzenie,  
podróże, energia, odpady itd.)



## 1 - Ustalenie i zatwierdzenie celów dekarbonizacji

Aby ustalić adekwatne i ambitne cele dla naszej Grupy, które będą wpisywać się w ciągłość działań na rzecz dekarbonizacji, dołączyliśmy do przedsięwzięcia Science Based Targets initiative (SBTi). Zostało ono zapoczątkowane przez organizacje Carbon Disclosure Project (CDP), World Resource Institute (WRI), Światowy Fundusz na rzecz Przyrody (WWF) oraz inicjatywę ONZ Global Compact. Nasze cele zatwierdziła komisja złożona z ekspertów, którzy dopilnowali, by były one zgodne z Porozumieniem paryskim i przyczyniły się do ograniczenia ocieplenia klimatu do 1,5°C względem epoki przedprzemysłowej.

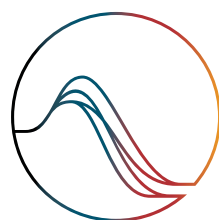


### Na czym polegają cele oparte na nauce?

Co to jest SBTi? Inicjatywa Science Based Targets (w skrócie SBTi) oferuje przedsiębiorstwom zrozumiałą, transparentną i opartą na nauce metodę ustalania celów emisji gazów cieplarnianych, co z kolei prowadzi do zmniejszania ich śladu węglowego. Firmy dołączające do inicjatywy SBTi przyczyniają się do zapobiegania najgorszym skutkom zmian klimatu i utrzymania swojego rozwoju. Cele uznaje się za „oparte na nauce”, gdy są zgodne z tym, co najnowsze badania klimatyczne uznają za niezbędne do zrealizowania wymagań Porozumienia paryskiego.

**Od czasu naszej ostatniej grupowej oceny emisji dwutlenku węgla, nasze emisje gazów cieplarnianych zmniejszyły się o 14% w zakresie 1 i 2, co stanowi redukcję o 218 tCO<sub>2e</sub>.**





SCIENCE  
BASED  
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

Cele dekarbonizacji do 2030 roku: Inicjatywa SBTi potwierdza cele odchodzenia od paliw kopalnych (dekarbonizacji) Grupy Altair

## → Cel na rok 2030

**Zmniejszenie  
emisji gazów  
cieplarnianych  
z zakresów 1 i 2**

**o 42%**

**Zmniejszenie  
emisji z zakresu 3**

**o 25%**

### | CCO OZNACZAJĄ ZAKRESY 1, 2 I 3?

Zakresy to klasyfikacja służąca do oceny emisji gazów cieplarnianych w bilansie dwutlenku węgla.



#### ZAKRES 1:

Emisje bezpośrednie powiązane z działalnością produkcyjną



#### ZAKRES 2:

Emisje pośrednie powiązane ze zużyciem energii



#### ZAKRES 3:

Emisje pośrednie niepowiązane z produkcją (zaopatrzenie, transport, eksploatacja, koniec cyklu życia itd.)



## 2 - Utworzenie kompleksowego planu działania obejmującego wszystkie 3 zakresy

Po ustaleniu i zatwierdzeniu naszych celów dekarbonizacji w 2023 roku rozpoczęliśmy tworzenie kompleksowego planu działania na poziomie Grupy. Plan ten obejmuje 3 zakresy wchodzące w skład naszego bilansu dwutlenku węgla i uwzględnia trzy obszary odznaczające się największymi emisjami dwutlenku węgla: energia, transport i ekoprojektowanie.

“

*Zorganizowaliśmy warsztaty z udziałem zespołów ds. badań i rozwoju, marketingu i zaopatrzenia, aby ustalić dobre praktyki wykorzystywane już w każdej firmie. Na tej podstawie wynajęty przez nas doradca pomógł nam opracować plan działania. Następnie przystąpiliśmy do realizacji tych działań, które uznaliśmy za skuteczne i możliwe do szybkiego wprowadzenia w całej Grupie. Kolejny etap będzie polegał na przeanalizowaniu obszarów, w których nasze starania nie są jeszcze wystarczająco skuteczne, oraz na rozważeniu odpowiednich projektów.*

*Spodziewamy się aktualizacji bilansu dwutlenku węgla dla zakresów 1 i 2 w 2024 roku. Mamy również zamiar sfinalizować naszą strategię klimatyczną. W tym celu wykorzystamy metodę postępowania krok po kroku — ADEME.*

**Séverine GUILBERT**  
dyrektorka ds. regulacji CSR.



”



## Działania już przeprowadzone w Grupie — transport

Oto kilka przykładów działań w obszarze transportu przeprowadzonych w każdej spółce należącej do Grupy:



### Altair East

- Nawiązanie współpracy z kurierami, którzy dostarczają przesyłki naszym partnerom na terenie Wrocławia. Rezultaty: zmniejszenie emisji dwutlenku węgla o 28 kg w latach 2022 i 2023



### Briochin

- Optymalizacja opakowań zbiorczych i operacji paletyzacji w celu ograniczenia pustych przejazdów, tym samym poprawiając obciążenie samochodów ciężarowych.
- Zwiększenie minimalnej wartości zamówień kwalifikujących się do bezpłatnej dostawy z 380 do 1500 EUR. Umożliwiło to realizację większych dostaw i ograniczenie zapotrzebowania na transport.



### Brunel

- Wykorzystanie samochodów ciężarowych z podwójną przestrzenią ładunkową do niektórych dostaw, co pozwoliło dwukrotnie zwiększyć liczbę palet (66 zamiast 33 palet na ciężarówkę). Łącznie uniknięto 100 przejazdów ciężarówek na trasie między Noyelles-Les-Seclin a Paryżem, co oznacza zmniejszenie długości przejazdów o 21 700 km.
- Zorganizowanie transportu kolejowego na części trasy przewozu towarów między zakładem Oro Brands a zakładem w Noyelles-lès-Seclin, co pozwoliło skrócić transport drogowy o 26 955 km i zmniejszyć roczne emisje CO2 o 37,6 ton.



### Oro Brands

- Zoptymalizowanie liczby gotowych produktów, składników i dostawców w ramach programu Oro fit. Celem tej inicjatywy jest uproszczenie naszego katalogu surowców, a tym samym zoptymalizowanie procesów zaopatrzenia i wywarcie pozytywnego wpływu na nasz bilans węglowy. Od czasu rozpoczęcia programu w 2019 roku uszczupliliśmy nasz katalog o 37%.



### Sinto

- 100% przejazdów między miejscowościami Aubagne a Noyelles-les-Seclin odbywa się drogą kolejową. Przejazdy koleją wywierają 100-razy mniejszy wpływ na środowisko niż przejazdy samochodem. Rezultat: 100 mniej ciężarówek na drogach w każdym roku, czyli zmniejszenie ruchu drogowego o 101 200 km.





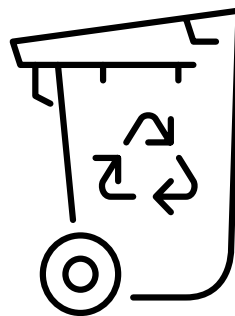
## ZOBOWIĄZANIE

# Zmniejszenie ilości oraz odzyskiwanie odpadów z produkcji

Wytwarzamy duże ilości odpadów: 2976 ton w 2022 roku. Pracujemy nad zoptymalizowaniem naszych procesów oraz inwestujemy w zmniejszenie naszego wpływu na planetę

## 1 - Odzyskiwanie dużej ilości odpadów produktowych

W Briochin i Brunel od kilku lat w naszych zakładach produkcyjnych poddajemy recyklingowi glassine, czyli «papiery powlekane silikonem» i «papiery podkładowe», z których produkowane są nasze etykiety. Po recyklingu stosowane są jako izolacja budynków i rozpoczynają nowe życie, pomagając jednocześnie osobom oddalonym od świata zawodowego w powrocie do zatrudnienia. W 2023 roku Oro Brands przyłączyło się do tej inicjatywy i również znalazło partnera do odzysku tych odpadów produkcyjnych.



**100%**

fabryk  
wchodzących  
w skład Grupy  
odzyskuje  
glassine

**62,6 t**

odzyskanego  
materiału na  
poziomie Grupy

## NASZE CELE NA 2025 ROK

→ Zmniejszenie o

**25%**

ilość naszych  
odpadów z produkcji

→ Odzyskiwanie

**50%**

odpadów





W Oro Brands przystąpiliśmy również do odsprzedaży naszych palet drewnianych. Palety są wykorzystywane do przewożenia produktów i stanowią ważne ogniwo w łańcuchu dostaw, transporcie i przechowywaniu. W naszych fabrykach używa się bardzo dużej liczby palet. Pod koniec okresu eksploatacji znacząco wpływają na ilość wytwarzanych odpadów. Poprzez to działanie w 2023 roku Oro Brands zmniejszyła ogólną ilość odpadów w swoim zakładzie o 21%.



NASZ WKŁAD  
W REALIZACJĘ CELÓW  
ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU

13 CLIMATE  
ACTION



## 2 - Zmniejszenie objętości odpadów i liczby ich odbiorów

Transport opakowań produktów do miejsca recyklingu lub spalania również wpływa na planetę. Dlatego w Brunel zainwestowaliśmy w nową zgniatarkę Bi-flux do przetwarzania odpadów z kartonu i tworzyw sztucznych. Poprzez optymalizację objętości bezpośrednio zmniejszamy liczbę przejazdów samochodów ciężarowych usuwających odpady z 7 do 2 miesięcznie. A zatem to działanie pozytywnie wpływa zarówno na środowisko, jak i koszty. Jest również korzystne dla naszego bezpośredniego otoczenia, gdyż pozwala uniknąć wyrzucania odpadów do otwartych pojemników, jak to miało miejsce wcześniej.



## ZOBOWIĄZANIE

# Zmniejszenie śladu środowiskowego naszych produktów



Aby działać jeszcze bardziej odpowiedzialnie i stale oferować coraz przyjaźniejsze dla planety rozwiązania, rozpoczęliśmy proces analizy cyklu życia naszych produktów. Pragniemy zrozumieć, na jakich etapach życia nasze produkty wywierają największy wpływ na środowisko, oraz poznać największe wyzwania środowiskowe, by móc skutecznie reagować.

## CEL NA 2025 ROK:

→ ustalić profil środowiskowy co najmniej

# 50%

naszych produktów

## 1 - Przeanalizowanie cyklu życia naszych produktów

Analiza cyklu życia jest standardową metodą zawartą w normach ISO 14040 i 14044. Pozwala ocenić wpływ środowiskowy naszych produktów na przestrzeni całego „życia” oraz dostarcza kluczowych informacji potrzebnych do bardziej odpowiedzialnego ekologicznego projektowania produktów.

W kwietniu 2022 roku przystąpiliśmy do analizy najważniejszych produktów z naszej oferty w Brunel i Briochin. Skorzystaliśmy przy tym z usług firmy zewnętrznej Eeva. Następnie odbyliśmy szkolenie z obsługi oprogramowania, które umożliwia nam samodzielne tworzenie uproszczonych analiz cyklu życia, co zapewnia nam niezależność i szybkość reakcji. W dalszej

kolejności przez kilka miesięcy — do lata 2023 roku — przebadaliśmy 30 produktów, aby stworzyć bazę danych surowców, składów i opakowań. Już teraz oceny te pozwalają nam uzyskać całościowe spojrzenie na etapy o największym wpływie poszczególnych typów produktów, a tym samym rozważyć alternatywy poprawiające profil środowiskowych produktów i przewidywać przyszły rozwój.

Ekologiczne projektowanie jest obecnie nieodłączną częścią naszych prac badawczo-rozwojowych. Staje się również niezbędnym kryterium przy opracowywaniu nowych produktów i opakowań.

## Cykl życia? A co to takiego?

Cykl życia produktu obejmuje wszystkie działania związane z jego produkcją, użytkowaniem, transportem i usuwaniem. Składa się przeważnie z szeregu etapów i stanowi podstawę ekologicznego projektowania.

→ W 2023 roku  
przeanalizowanie

**30** najważniejszych  
produktów



## 2 - Uświadamianie i szkolenie zespołów w zakresie ekologicznego projektowania

Wraz z rozpoczęciem analizy cyklu życia produktów przystąpiliśmy do uświadamiania i szkolenia zespołów ds. marketingu oraz badań i rozwoju w kwestii ekologicznego projektowania. Przeprowadziliśmy prezentację wyników ocen środowiskowych naszych najważniejszych produktów, zorganizowaliśmy wspólne warsztaty zespołów ds. marketingu i zaprojektowaliśmy opakowania w celu stworzenia planów działania i ustalenia komunikatów mających na celu zmniejszenie wpływu środowiskowego produktów podczas użycia i po jego zakończeniu.

1 warsztaty poświęcone ekologicznemu projektowaniu dla etapu użytkowania produktów (Altair).

1 warsztaty poświęcone ekologicznemu projektowaniu opakowań z myślą o marketingu (Briochin).

1 prezentacja wyników analizy cyklu życia i przedstawienie planów działania (Brunel).

### Przykłady działań z zakresu ekologicznego projektowania wprowadzonych w spółkach wchodzących w skład Grupy

a - zmniejszenie ilości tworzyw sztucznych w naszych opakowaniach zewnętrznych i wewnętrznych

Dokonałiśmy optymalizacji naszych opakowań wykorzystywanych do transportu. Na przykład: **Altair East** zainwestowała w niszczarkę do kartonów pozwalającą zastąpić plastikową folię bąbelkową skrawkami tektury i papieru, które służą do wypełniania zamówień z butelkami. Pracowników zaangażowano w działanie, prosząc ich o przyniesienie z domu nieużywanych kartonów. Inwestycja

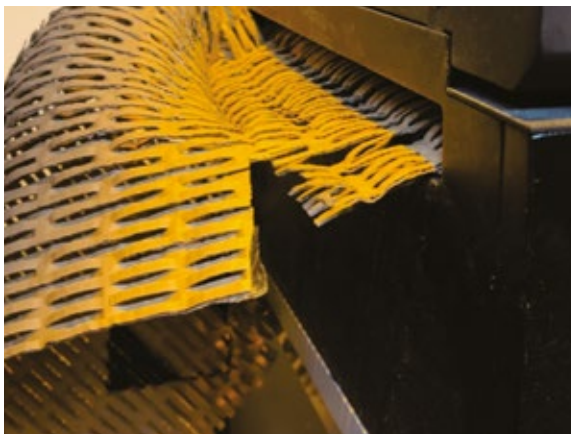
doprowadziła do zmniejszenia korzystania z tworzywa sztucznego o 90%, zminimalizowania odpadów papierowych o 20% oraz uniknięcia 100 kg emisji dwutlenku węgla do atmosfery rocznie w naszej polskiej spółce.

**W Briochin** usunięto plastikowe miarki z opakowań z proszkiem i typu doypack, aby móc zaoferować jeszcze bardziej ekologiczne

produkty. Konsumenci mogą używać zwykłych łyżek zamiast miarek dołączanych dotychczas do artykułów.

#### Rezultaty:

– Zmniejszenie rocznego wykorzystania tworzyw sztucznych o 10 ton.



## b - Opracowanie opakowań uzupełniających i typu doypack

**W Oro Brands** marka Tenn oferuje teraz wkłady uzupełniające bez rozpylacza w przypadku swoich 2 najpopularniejszych produktów (środki do czyszczenia kuchni i uniwersalne). Rozwiązanie to pozwoliło zmniejszyć o 30% zawartość tworzywa sztucznego w tych produktach.

**Marka Briochin** 7-krotnie zwiększyła natomiast liczbę produktów sprzedawanych w opakowaniach doypack w formatach 450 i 900 g (Soda oczyszczona, Kwas cytrynowy, Soda w kryształkach, Nadwęglan sodu, Proszek do zmywarek, Proszek do WC). Wybór elastycznych opakowań umożliwił znaczne zmniejszenie ilości plastiku w porównaniu do grubszych i sztywniejszych butelek. Nowym formatom towarzyszą również porady i informacje proekologiczne służące do uświadamiania konsumentów.



## c - Zwiększenie ilości tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu w naszych opakowaniach

W 2023 roku kontynuowaliśmy proces wprowadzania tworzyw sztucznych pochodzących z recyklingu do naszych opakowań. Działania objęły również kraje, w których ta praktyka nie jest jeszcze powszechna, jak np. w Hiszpanii. Ponowne użycie materiałów pozwala uniknąć produkcji pierwotnych tworzyw sztucznych, a tym samym wykorzystywania nieodnawialnych zasobów kopalnych, takich jak ropa naftowa

**W Briochin** pierwsze prace rozpoczęto w 2021 roku. Następnie były one kontynuowane w latach 2022–2023. Wskutek tego zwiększyliśmy odsetek opakowań PEhd zawierających przynajmniej 50% plastiku

pochodzącego z recyklingu z 64% do 95%. Przeprojektowano również czarne, różowe i przezroczyste butelki, by zwiększyć udział tworzywa sztucznego poddanego recyklingowi w składzie do takiego samego poziomu, jak w butelkach niebieskich, które poddano procesowi w 2022 roku.

Nasza hiszpańska spółka **Oro Brands** wykonała wiele pracy nad wszystkimi swoimi markami: Teen, Mistol i Oro. Na przykład zmiękczacze — czyli najważniejsze produkty Oro — są teraz sprzedawane w butelkach wykonanych w 100% z tworzywa sztucznego pochodzącego z recyklingu. Dzięki wszystkim

projektom zrealizowanym w tym obszarze wykorzystanie materiałów poddanych recyklingowi uległo dwukrotnemu zwiększeniu: z 6% w 2022 roku do 12% w 2023 roku.

**W Brunel** zaoszczędziliśmy ponad 13 ton pierwotnych tworzyw sztucznych w ciągu roku. Było to możliwe dzięki wykorzystaniu materiału pochodzącego w 100% z recyklingu w butelkach o pojemności 250 ml, puszkach o pojemności 1 l i zakrętkach do słoiczków. Od czasu rozpoczęcia procesu w 2020 roku wszystkie zrealizowane projekty przyczyniły się do zmniejszenia wykorzystania pierwotnych tworzyw sztucznych o 250 ton rocznie.



→ W 2023 roku

# 31,2%

opakowań z tworzywa sztucznego w Grupie zawierało materiały pochodzące z recyklingu



NASZ WKŁAD  
W REALIZACJĘ CELÓW  
ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU

12 RESPONSIBLE  
CONSUMPTION  
AND PRODUCTION

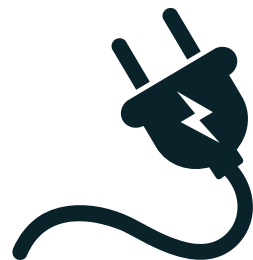


13 CLIMATE  
ACTION



ZOBOWIĄZANIE:

## Zmniejszenie zużycia energii



Nasze zakłady produkcyjne potrzebują do funkcjonowania dużych ilości energii, nawet pomimo naszych działań zmierzających do radykalnego zmniejszenia jej zużycia. W 2023 roku osiągnęliśmy kolejny kamień milowy polegający na zatwierdzeniu umowy na zieloną energię we wszystkich naszych fabrykach we Francji.

Od 2023 roku nasze zakłady Brunel (Noyelles-lès-Seclin, 59), Sinto (Aubagne, 13) i Briochin (Saint-Brandan, 56) są zaopatrywane w zieloną energię. Poprzez ten wybór przyjmujemy bardziej odpowiedzialną postawę wobec środowiska, ponieważ ten rodzaj energii jest wytwarzany ze źródeł naturalnych i niewyczerpalnych. Przy wykorzystaniu zielonej energii powstaje również mniej gazów cieplarnianych i odpadów zanieczyszczających planetę.

Od 2 lat nasz hiszpański zakład Oro Brands również wykorzystuje energię ze źródeł odnawialnych. Fabryka pokrywa w ten sposób 100% zapotrzebowania na prąd, z czego 50% zapewniają dachowe panele słoneczne.

→ Od 2023 roku

**wszystkie  
nasze zakłady  
produkcyjne  
mają podpisane  
umowy na  
zieloną energię.**



NASZ CEL NA 2025 ROK

# 100%

zużycia wyłącznie  
zielonej energii

NASZ WKŁAD W  
REALIZACJĘ CELÓW  
ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU

7 AFFORDABLE AND  
CLEAN ENERGY



13 CLIMATE  
ACTION









FOCUS

## Proekologiczne inwestycje w nasze narzędzia przemysłowe

W 2023 roku Grupa zrealizowała duże inwestycje w dwóch naszych francuskich zakładach produkcyjnych: w miejscowościach Noyelles-Lès-Seclin (59) i Saint-Brandan (56).

Inicjatywy te — o łącznej wartości 6,6 mln EUR — pozwoliły nie tylko poprawić efektywność energetyczną, zmniejszyć zanieczyszczenie i ograniczyć emisje gazów cieplarnianych, ale również podnieść komfort pracy i kompetencje techniczne pracowników.

### Nowy zaawansowany technologicznie i odpowiedzialny ekologicznie warsztat

W 2023 roku w zakładzie w Noyelles-Lès-Seclin (wcześniej sklasyfikowany według normy Seveso) przeprowadzono szeroko zakrojone prace. Pozwoliły one zmienić klasyfikację oraz zoptymalizować działalność produkcyjną i oddziaływanie na środowisko. Dzięki poczynionym inwestycjom Brunel dysponuje aktualnie nową generacją sprzętem do produkcji i pakowania.



### 1 - Optymalizacja produkcji

#### Poprawa zwinności i elastyczności:

Zespoły otrzymały do dyspozycji osiem nowych zbiorników. Ich powłoki są specjalnie przystosowane do wszelkiego rodzaju składów, bez względu na poziom pH. Zwiększyły one nasze możliwości opracowywania bardziej innowacyjnych produktów.

#### Poprawa jakości i zmniejszenie marnotrawstwa:

Warsztat wykorzystuje w pełni zautomatyzowany system wprowadzania surowców wchodzących w skład receptur, co pozwoliło zmniejszyć marnotrawstwo i poprawić jakość.

#### Zmniejszenie zużycia wody:

Automatyzacja procesu czyszczenia pozwala istotnie zmniejszyć ilość wykorzystywanej wody. Oczekiwane zmniejszenie zużycia wody do potrzeb czyszczenia przekracza 20%.

#### Zmniejszenie emisji gazów cieplarnianych:

Wspomniane instalacje są wyposażone w innowacyjny system przechwytywania szkodliwych emisji za pomocą węgla aktywnego, który wskutek reakcji istotnie zmniejsza ślad węglowy (37 ton rocznie).



## W liczbach

**8** NOWYCH ZBIORNIKÓW

**-20%** ZUŻYWANEJ WODY

**-37 Ton** EKW. CO<sub>2</sub>

**70 GODZIN** SZKOLEŃ

## 2 - Poprawa jakości życia i warunków pracy

### Rozwój umiejętności:

Nowy warsztat produkcyjny wykorzystujący najnowsze rozwiązania w dziedzinie automatyzacji, oferuje pracownikom możliwość znaczącego podniesienia kwalifikacji. Przewidziano łącznie 70 godzin szkoleń, aby nauczyć personel obsługi nowych maszyn, które oddano do jego dyspozycji.

### Poprawa warunków pracy i bezpieczeństwa:

Całkowicie przeprojektowano środowisko pracy, by zwiększyć ergonomię, ułatwić wykonywanie różnych zadań i — tym samym — poprawić dobrostan pracowników. Oprócz remontu miejsca produkcji, przeprowadzono prace w miejscu pakowania. Wśród szeregu usprawnień znalazły się ramiona robotyczne, które umieszczają paczki na paletach i pozwalają zwiększyć wolumen produkcji.

“ Wspólnie z naszym wewnętrznym zespołem projektowym podjęliśmy się ważnego wyzwania: zoptymalizować nasz proces i narzędzia produkcyjne pomimo ograniczeń biznesowych. Nowa technologia łącząca wydajność, korzyści środowiskowe i społeczne pomaga naszym zespołom, przedsiębiorstwu i Grupie

”



Guillaume **SIDERI**  
dyrektor zakładu przemysłowego



# Briochin: nowa linia do produkcji past

Pasty są jednym z tych produktów, które są obecne w ofercie naszej Grupy od bardzo dawna. Dotyczy to szczególnie marki Briochin. W tym roku zakład w Saint-Brandan w regionie Bretanii (Francja) przeprowadził kompletny remont swojej linii produkcyjnej, aby usprawnić proces wytwórczy. Optymalizacja pracy pozwoliła również wprowadzić na rynek kamień do czyszczenia o nowym, odpowiedzialnym ekologicznie składzie.

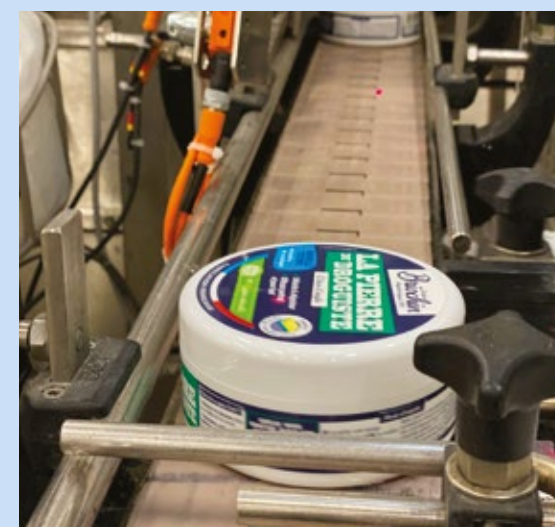
## 1 - Optymalizacja produkcji

Dzięki pełnemu zaangażowaniu zespołów udało nam się w kilka miesięcy całkowicie przekształcić nasz proces przemysłowy. W następstwie renowacji linii produkcyjnej możemy wlewać na gorąco płynne mieszanki, które nabierają konsystencji pasty lub kamienia po schłodzeniu. Zmiana procesu pozwoliła również Grupie uzyskać nowe kompetencje przemysłowe. Jednocześnie umożliwiła optymalizację procesu wytwarzania aktualnych produktów (czarne mydło w płynie itp.) oraz poprawę innowacyjności poprzez wprowadzenie nowych formatów o stałej konsystencji (kostki, sztyfty itd.).

## 2 - Poprawa profilu środowiskowego oferty produktów

Inwestycje wprowadzone w bretońskim zakładzie produkcyjnym pozwoliły zoptymalizować skład naszego kamienia do czyszczenia, który cieszy się dużym uznaniem i popularnością wśród konsumentów. Oferuje lekkie właściwości ściernie i nadaje się do kontaktu z żywnością. Skutecznie czyści, usuwa brud, chroni i nabłyszcza wszelkiego rodzaju powierzchnie zmywalne w domu i na zewnątrz. Poddaliśmy przeglądowi jego skład, aby poprawić profil środowiskowy i właściwości.

Nasz kamień do czyszczenia w nowej wersji z certyfikatem Ecocert jest produkowany w 99% ze składników pochodzenia naturalnego z Francji. Składa się głównie z kaolinu (glinki porcelanowej) pochodzącego z Bretanii, proszku marmurowego z Pirenejów oraz czarnego mydła z naszej bretońskiej fabryki. Wykorzystanie miejscowych składników pozwala między innymi uniknąć dalekobieżnego transportu surowców. Zmianę tę wprowadziliśmy również we wszystkich markach wchodzących w skład Grupy, co ograniczyło zaopatrzenie zewnętrzne realizowane czasem na kilku tysiącach kilometrów.





### 3 - Poprawa poziomu zadowolenia konsumentów

Nowy skład kamienia do czyszczenia, który sprawia, że jest on bardziej miękki i nie kruszy się po wyschnięciu, może dziwić wieloletnich użytkowników. Z tego względu przeprowadziliśmy wśród konsumentów badanie oceniające użycie i zadowolenie.

#### Wyniki dostarczyły ciekawych informacji:

- Ocena zadowolenia konsumentów 8,6/9 (różnica do 1 punktu w porównaniu do poprzedniego składu)
- Najbardziej cenione elementy to sprawność czyszczenia (8,25/9), skuteczność usuwania ciężkich zabrudzeń (8,35/9) oraz przyjazność dla powierzchni (8,75/9)
- 95% respondentów zadeklarowało chęć ponownego użycia produktu
- 93% użytkowników stwierdziło, że skład produktu jest dla nich ważny. Oczekują w szczególności informacji na temat naturalnego pochodzenia artykułu, braku negatywnego wpływu na zdrowie oraz braku alergenów.



### W liczbach

**14** PRODUKTÓW Z KATEGORII KAMIENI DO CZYSZCZENIA WYTWARZANYCH W SAINT-BRANDAN

**600 000** SZTUK PRODUKOWANYCH ROCZNIE

PRODUKT JEST OFEROWANY PRZEZ

**6** MAREK WCHODZĄCYCH W SKŁAD GRUPY: BRIOCHIN, MAISON BRIOCHIN, STARWAX, SOLUVERT, TENN I ORO PROFESSIONNEL.

NASZ WKŁAD W REALIZACJĘ CEŁÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU

7 AFFORDABLE AND CLEAN ENERGY



13 CLIMATE ACTION



9 INDUSTRY, INNOVATION AND INFRASTRUCTURE



8 DECENT WORK AND ECONOMIC GROWTH



# ZOBOWIĄZANIA na rzecz konsumentów







Oriane **PERREAUX**  
DYREKTOR GENERALNY DS. SPRZEDAŻY  
E-COMMERCE ALTAÏR



*Od zawsze wprowadzamy innowacje, by oferować konsumentom bezpieczne i skuteczne rozwiązania do upiększania, sprzątnia, ochrony i odnawiania domów. Realizujemy tę misję, przykładając dużą wagę do wpływu naszej Grupy na planetę i jej mieszkańców. Ponadto od powstania Grupy mocno angażujemy się w realizację celu polegającego na poprawie profilu środowiskowego naszych środków czystości.*

*Z tego względu opracowaliśmy pierwszą gamę produktów specjalistycznych na bazie składników naturalnych lub tradycyjnych. Są one dla nas często przełomowe pod względem certyfikacji ekologicznej oraz odpowiedzialnej i obywatelskiej postawy naszych marek. W 2023 roku osiągnęliśmy kolejny kamień milowy: otoczyliśmy się ekspertami pokroju firmy EVEA, aby bardzo*

*precyzyjnie zbadać wpływ naszych produktów na środowisko, wykorzystując certyfikowane metody analizy cyklu życia. W ten sposób udało nam się opracować szczegółowy i ambitny plan działań, aby postępować skutecznie na wszystkich etapach cyklu życia naszych produktów. Na podstawie tych prac — ale nie tylko — stworzyliśmy również kartę środowiskową dla dostawców, politykę dotyczącą składników na poziomie Grupy, opracowaliśmy nowe składy i innowacyjne opakowania, a nawet rozpoczęliśmy zaangażowaną, uświadamiającą komunikację z konsumentami. Do sprawnego działania i osiągnięcia ambitnych celów, jakie sobie wyznaczaliśmy, potrzebna jest współpraca.*

*To dzięki zaangażowaniu wszystkich interesariuszy związanych z naszymi produktami — od dostawców przez przewoźników, dystrybutorów, specjalistów od zbiórki i odzyskiwania odpadów, aż po konsumentów — udaje nam się tworzyć coraz lepsze, ale też dużo bardziej odpowiedzialne produkty.*

*W 2024 roku zrealizujemy wiele wspólnych projektów zapoczątkowanych w roku 2023, by przyczynić się do ogólnoswiatowych celów na rzecz klimatu.*

.....

## Najważniejsze wydarzenia w 2023 roku

**12** nowych produktów owadobójczych ze składnikami aktywnymi pochodzenia naturalnego składających się na markę K

**6** produktów marek Starwax Soluvert i Briochin nagrodzonych podczas 1. edycji nagród dla odpowiedzialnych środków czystości

Wyprodukowanie

**600 000** sztuk nowej Magicznej pasty z certyfikatem Ecocert

**3** produkty Briochin wyróżnione polską nagrodą Perła Rynku 2023 w kategorii „dla domu”

## Najważniejsze wydarzenia w 2023 roku

Utworzenie zasad stosowania substancji na poziomie Grupy w celu wyeliminowania substancji wzbudzających kontrowersje

Wprowadzenie innowacyjnych zmian do produktów, aby uczynić je bardziej przyjaznymi i łatwiejszymi w użyciu dla konsumentów

Wzmożenie odpowiedzialnej komunikacji skierowanej do konsumentów za pośrednictwem serwisów społecznościowych i opakowań produktów

Promowanie równości płci przy wykonywaniu prac domowych dzięki nowym bohaterom prezentowanym na produktach Briochin i Starwax The Fabulous

## ZOBOWIĄZANIE

# Wyeliminowanie substancji wzbudzających kontrowersje



W branży chemicznej na listę substancji wzbudzających kontrowersje codziennie trafiają nowe pozycje. Współpracujemy z laboratoriami i partnerami, by wyeliminować wszelkie szkodliwe substancje ze składów naszych produktów jeszcze, zanim będą tego wymagać przepisy.

Aby zadbać o dobry skład naszych produktów, opracowaliśmy zasady stosowania substancji na poziomie Grupy. Zawierają one materiały chemiczne, których zobowiązujemy się nie wprowadzać bezpośrednio do wytwarzanych przez nas produktów (lub których produkcję zlecamy firmom zewnętrznym) ze względu na ich toksyczność i szkodliwość dla środowiska, jak również aby uniknąć ekspozycji pracowników zakładów produkcyjnych. Tym samym stworzyliśmy listę 20 kategorii substancji. Co kwartał analizujemy zgodność naszych produktów, a raz w roku aktualizujemy listę substancji zakazanych. Zasady stosowania substancji wynikają z naszych zaangażowania i odpowiedzialności. Mają ambitny i dobrowolny charakter, ponieważ wykraczają poza ograniczenia prawne, które i tak są już bardzo restrykcyjne w naszym sektorze działalności. Są stosowane do wszystkich naszych marek i do naszego katalogu.

## Jak stworzono zasady stosowania substancji w Grupie Altair?

**Lista ta jest rozwijana na podstawie:**

- Stanu wiedzy naukowej i technicznej w naszych sektorach działalności, z uwzględnieniem danych udostępnianych przez stowarzyszenia naukowe;
- Wymogów „zasad stosowania substancji” naszych klientów-dystrybutorów;
- Badań do potrzeb różnych certyfikatów mających zastosowanie do naszych produktów lub sektorów działalności (ECOCERT, oznakowanie ekologiczne UE, CDC Natures & Progres, Nordic Swan itd.).

CEL NA ROK 2025

# 100%

naszych referencji wolnych od substancji kontrowersyjnych





## Kilka przykładów substancji zakazanych w naszych produktach

**SILIKONY** to związki syntetyczne, pochodne ropy naftowej. Są wykorzystywane w środkach do konserwacji, zazwyczaj jako składniki chroniące przed pleśniami. Nie stwarzają one co prawda zagrożenia dla zdrowia, jednak prawie wcale nie ulegają biodegradacji. Są zatem źródłem zanieczyszczeń dla środowiska wodnego, ponieważ kiedy znajdują się w wodzie, na ich całkowite rozłożenie się potrzeba setek lat.

**FTALANY** są wykorzystywane w perfumach i środkach zapachowych jako substancje stabilizujące. Uznaje się je za substancje drażniące, rakotwórcze i zaburzające równowagę hormonalną. Istotnie, wiele ftalanów może wpływać na rozwój nienarodzonego dziecka i powodować problemy z płodnością.



*Od dłuższego czasu w poszczególnych spółkach zależnych — zgodnie z kulturą i typami produktów — zwracamy uwagę na pewne rodziny substancji. Musieliśmy udostępnić te wymagania na poziomie całej Grupy, aby stworzyć i ujednolicić oficjalną listę substancji zakazanych i nadzorowanych, która wykracza poza wymogi prawne. Tego lata nawiązaliśmy współpracę z zespołami badawczo-rozwojowymi wszystkich podmiotów (SINTO, ORO BRANDS, BRIOCHIN i BRUNEL), aby ustalić listę, która posłuży jako wspólne wytyczne przyszłego rozwoju i utrzymania obecnej oferty. Na początku 2024 roku lista zostanie udostępniona wewnątrz firmy oraz dostawcom i klientom.*

Hélène **ROUSSAUD**  
Kierowniczka ds. regulacyjnych,  
Brunel



Substancje niebezpieczne są możliwie najszybciej zastępowane innymi, bezpieczniejszymi dla zdrowia składnikami.



3 GOOD HEALTH  
AND WELL-BEING



14 LIFE  
BELOW WATER



15 LIFE  
ON LAND



## ZOBOWIĄZANIE



# Opracowywanie bardziej naturalnych i praktyczniejszych produktów

Jesteśmy wymagający, podobnie jak nasi klienci. Współpracujemy z partnerami nad opracowywaniem bardziej naturalnych składów, które zachowują skuteczność. Jednocześnie dbamy o to, by nasze produkty były bardziej praktyczne i łatwiejsze w użyciu dla konsumentów

## 1 - Ułatwienie konsumentom dostępu do wiedzy specjalistycznej z zakresu ekologii

W 2023 roku wprowadziliśmy do dużych sklepów spożywczych nową francuską markę środków owadobójczych do użytku domowego: K végétal, których specjalnie opracowany skład oparty jest w 100% na składnikach, pochodzenia roślinnego lub feromonach. Produkty te uzupełniają asortyment dostępny już na półkach sklepowych, ponieważ wpisują się w niezaspokojone zapotrzebowanie na zaangażowaną, łatwo dostępną i innowacyjną markę.

Przykład sprayu do zwalczania gniazd os i szerszeni marki K: skład niezawierający syntetycznych składników aktywnych, natychmiastowe działanie i potwierdzona naukowo skuteczność z odległości 6 metrów. Produkt ten jest zwieńczeniem 9 miesięcy prac rozwojowych. Jego skład bazuje na pyretrum — naturalnym pestycydzie otrzymywanym z suszonych kwiatów chryzantem.



→ w 2023 roku  
**12**  
produktów pod  
marką K végétal

## CEL NA ROK 2025

# 20%

sprzedaż produktów z certyfikatami zrównoważonego rozwoju (ECOCERT, FSC, oznakowanie ekologiczne itd.) będzie generować 20% naszych obrotów.

## W 100% odpowiedzialna marka

Aby zachować wierność zasadom naszej Grupy, uruchomiliśmy dla marki K végétal witrynę internetową o małym oddziaływaniu na środowisko. Podejście to wpisuje się w chęć oferowania produktów ekologicznych oraz interakcje z użytkownikami w poszanowaniu natury. Ocena śladu węglowego nowej witryny marki wykazała, że generuje ona 0,26 g CO<sub>2</sub> na każde odwiedzenie. Jest to wartość mniejsza od 72% badanych stron. Aby osiągnąć ten wynik, maksymalnie uprościliśmy interakcję z użytkownikami. W tym celu zmniejszyliśmy liczbę stron ładowanych przy każdej wizycie. Zoptymalizowaliśmy również wyświetlanie plików multimedialnych: zdjęcia są skompresowane, ilustracje i piktogramy są zapisane w formacie SVG, filmy są przechowywane w serwisie YouTube itd.



## 2 - Rozwijanie innowacyjności w celu poprawy skuteczności i wygody użytkownika

W 2023 roku zmieniliśmy skład naszego asortymentu olejów odżywiających oferujących duży stopień ochrony. Celem tego projektu było zmniejszenie naszego wpływu na środowisko w tej kategorii produktów przy jednoczesnym zagwarantowaniu optymalnej jakości i łatwości nakładania.

„ Ten projekt wymagał około trzydziestu testów wewnętrznych, badań porównawczych w laboratorium zewnętrznym i prób u naszych dostawców. Naszym celem było znalezienie takiego składu, który dorównywałby skutecznością starszym produktom przy wykorzystaniu składników pochodzenia biologicznego, co stanowi prawdziwy przełom na rynku. W wyniku naszych działań uzyskaliśmy właściwości dorównujące klasycznym produktom niezawierającym składników pochodzenia biologicznego (odporność na promieniowanie UV, chlorowaną wodę, plamy żywności, wilgotność itp.). Udało nam się wręcz usprawnić stosowanie (jednorodny wygląd, brak rozbieżności, żelowa konsystencja itd.). Jeśli chodzi o wpływ na środowisko, przeprowadziliśmy analizę węglem-14 w laboratorium zewnętrznym, aby rozdzielić węgiel pochodzenia biologicznego i kopalnego. W ten sposób dowiedzieliśmy się, że 48% składników organicznych w nowym składzie ma pochodzenie biologiczne. Tym samym nasze produkty są w 95% naturalne. Dzięki temu projektowi w 2023 roku 245 ton produktów będzie zawierać składniki pochodzenia biologicznego



**Vincent Pelini**  
kierownik ds. projektów badawczo-rozwojowych w Brunel



NASZ WKŁAD W  
REALIZACJĘ CELÓW  
ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU

3 GOOD HEALTH  
AND WELL-BEING



13 CLIMATE  
ACTION



14 LIFE  
BELOW WATER



15 LIFE  
ON LAND



## Promowanie zrównoważonej konsumpcji w obrębie naszych marek



Wpływ naszych produktów na planetę uwzględnia również sposób ich użytkowania przez konsumentów. Ponadto, poza pracami na rzecz ekologicznego projektowania obejmującymi skład i opakowania naszych produktów, prowadzimy działania informujące użytkowników o odpowiedzialnym korzystaniu z naszych rozwiązań.

CELE NA 2025 ROK

**100%**

Wszystkie nasze marki będą promować i angażować się w odpowiedzialną konsumpcję

### 1 - Promowanie równości płci przy wykonywaniu prac domowych

Konsumenci od zawsze cenią nasze marki Briochin i Starwax The Fabulous ze względu na skuteczność, styl retro i charakterystyczną kolorystykę. Jednakże w ostatnich kilku latach nasze opakowania stały się polaryzujące. Bohaterki przedstawiane na naszych produktach uosabiały kobiety dbające o gospodarstwa domowe i ekspertki od utrzymania czystości gotowe do dzielenia się swoimi sekretami. Obraz ten jest obecnie jednak przestarzały i poniżający dla współczesnych kobiet. Choć mężczyźni coraz częściej zajmują się pracami domowymi, ostatnie badanie nad tym zagadnieniem wykazało, że panie poświęcają 10 godzin więcej na utrzymanie gospodarstw domowych niż panowie (źródło: INSEE). Musieliśmy zająć stanowisko w kwestii równości podziału prac między kobiety a mężczyzn. I właśnie dlatego nasze marki Briochin i Starwax The Fabulous wprowadziły bardziej nowoczesne postacie, które przedstawiają mniej seksistowską wizję świata. Od teraz prezentują one bardziej asertywną postawę ciała. Oprócz tego, na opakowaniach produktów dwóch marek umieściliśmy mężczyzn korzystających z artykułów gospodarstwa domowego.



### 2 - Zachęcanie do napraw

Od 1947 roku marka Sinto oferuje rozwiązania do naprawy, które charakteryzują się trwałością, skutecznością i przystosowaniem do ograniczeń każdego materiału. Cel: zapewnić drugie życie wszystkim sprzętom codziennego użytku. Marka inspirowa i wspiera początkujących i wprawionych majsterkowiczów w ramach swojego podejścia do zrównoważonych napraw. Obecnie 85% Francuzów zgłasza chęć naprawy uszkodzonych lub zepsutych produktów (źródło: badanie Etude LSA/Appinio 2023). Marka Sinto bardziej niż kiedykolwiek wcześniej potwierdza chęć pomagania w tym użytkownikom, wprowadzając nowe hasło „Ne jetez plus, réparez” (Nie wyrzucaj, naprawiaj) i realizując kampanię skierowaną do konsumentów.

**SINTO**<sup>®</sup>  
NE JETEZ PLUS • RÉPAREZ !



### 3 - Dzielenie się proekologicznymi nawykami i wskazówkami

Aby zadbać o jak największą transparentność i lepsze korzystanie z naszych produktów, opracowaliśmy porady i wskazówki umieszczane na opakowaniach. Na przykład środki marki Briochin są teraz sprzedawane w formacie doypack, co pozwala prezentować informacje na temat składu opakowania i praktyczne wskazówki dotyczące bardziej odpowiedzialnego użytkowania.

### 4 - Zaangażowanie się w inicjatywę Clevercare

Przemysł tekstylny jest drugim — zaraz po przemyśle paliwowym — najbardziej zanieczyszczającym planetę sektorem gospodarki. Surowce pochodzące z procesów petrochemicznych, szkodliwa dla środowiska produkcja, wielokrotne pranie, słabej jakości recykling pod koniec użytkowania itd. Ze względu na to nasza marka Starwax przystąpiła do inicjatywy Clevercare. Celem tego przedsięwzięcia jest zwiększenie świadomości ekologicznego utrzymania produktów tekstylnych wśród konsumentów. Wszystkie akcesoria do pielęgnacji tkanin Starwax zawierają informacje na temat przedmiotowej inicjatywy. Porady można znaleźć w kartach produktów dostępnych w witrynie internetowej Starwax.

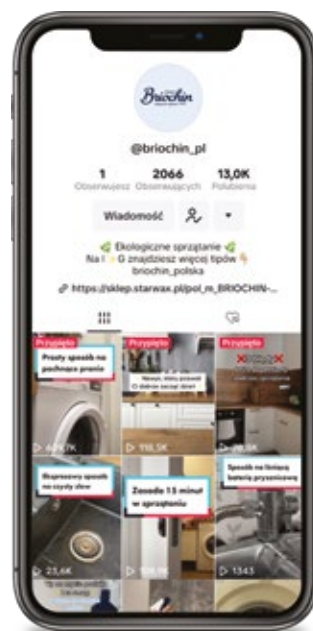
### 5 - Aktywne informowanie o naszym podejściu do CSR

Aby zachęcić konsumentów do bardziej odpowiedzialnego użytkowania środków czystości, zwiększyliśmy liczbę komunikatów na temat społecznej odpowiedzialności przedsiębiorstwa w mediach społecznościowych. Altair East poświęca 1/3 wpisów w serwisach Facebook, Instagram i Tiktok kwestiom ochrony planety, odpowiedzialnej konsumpcji, ekologicznej oferty naszych marek i działań CSR realizowanych w Grupie.

→ Rezultaty:

# 610 tys.

wyświetleń najpopularniejszego polskiego klipu / wzrost wskaźnika zaangażowania społeczności o 15%



NASZ WKŁAD W  
REALIZACJĘ CEŁÓW  
ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU

12 RESPONSIBLE  
CONSUMPTION  
AND PRODUCTION



5 GENDER  
EQUALITY



## Na czym polega inicjatywa Clevercare?



Clevercare.info to jednocześnie logo i witryna internetowa. Jest to również inicjatywa, która ma zachęcać do stosowania prostych, codziennych proekologicznych nawyków oferujących liczne korzyści: utrzymanie jakości produktów tekstylnych, wydłużenie użytkowania, zmniejszenie śladu węglowego, oszczędność energii itp.



## Etykiety i nagrody gwarantujące jakość i transparentność

Mamy duże wymagania co do skuteczności oraz wpływu naszych produktów na środowisko. Codziennie wraz z partnerami opracowujemy innowacyjne rozwiązania, by sprostać najbardziej restrykcyjnym wymogom praktyk środowiskowych. Pragniemy uzyskać najbardziej uznane certyfikaty, takie jak Ecocert czy Air-Label, oraz otrzymaliśmy od konsumentów 1. nagrodę dla odpowiedzialnych środków czystości.

### 1 - CERTYFIKAT ECOCERT



Certyfikaty przyznawane przez organizację Ecocert gwarantują i promują najlepsze praktyki środowiskowe. Chęć spełnienia rygorystycznych wymogów certyfikacji motywuje nas do wprowadzania proekologicznych rozwiązań w naszych produktach. Obecnie 14% artykułów z naszej oferty uzyskało certyfikat Ecocert. Chcemy, aby do 2025 roku ponad 200 produktów wchodzących w skład naszego katalogu było opatrzonych certyfikatami ekologicznymi.

### 2 - CERTYFIKAT AIR-LABEL



Biorąc pod uwagę fakt, że powietrze wewnątrz pomieszczeń jest 5–10 razy bardziej zanieczyszczone od powietrza zewnętrznego, jego jakość stała się prawdziwym wyzwaniem dla zdrowia publicznego. Dlatego też współpracujemy z Air-Label — pierwszym niezależnym organem oferującym najlepsze informacje na temat ryzyka zatrucia poprzez wdychanie powietrza wewnątrz pomieszczeń. W 2023 roku 21 produktów marki Starwax otrzymało certyfikaty Air-Label.



### 3 - ZŁOTY MEDAL ECOVADIS

Marka Brunel otrzymała złoty medal w wyniku oceny przeprowadzonej przez międzynarodową organizację EcoVadis. Nagroda ta plasuje nas wśród 5% najlepszych spółek poddanych audytowi przez EcoVadis. Ocena opiera się na 4 kategoriach tematycznych: środowisko, prawa człowieka, etyka i zrównoważone zakupy. Wynik 68/100 przyznano w następstwie analizy 102 kryteriów. Wykazała ona 61 mocnych punktów, takich jak nasza polityka środowiskowa dotycząca zanieczyszczenia powietrza, zarządzanie rozwojem zawodowym i szkoleniami oraz polityka przeciwdziałania korupcji.

# 68/100



#### 4 - NAGRODA DLA ODPOWIEDZIALNYCH ŚRODKÓW CZYSTOŚCI

6 produktów marek Starwax Soluvert i Briochin otrzymało wyróżnienie podczas 1. edycji nagród przyznawanych odpowiedzialnym środkom czystości.

Monadia — niezależny specjalistyczny organ oceny produktów przez konsumentów — przyznaje prestiżowe nagrody artykułom spożywczym (tytuł Reconnu Saveur de l'Année, czyli smaku roku) i kosmetykom (tytuł Les Victoires de la Beauté, czyli laury piękna). W tym roku postanowiono utworzyć nową kategorię — odpowiedzialne środki czystości. Celem wyróżnień jest, zachęcenie Francuzów do bardziej zrównoważonych konsumpcji i sposobu życia”.

Nagroda jest przyznawana na podstawie testów przeprowadzonych metodą ślepej próby przez konsumentów pod nadzorem laboratorium analiz sensorycznych. Istnieje również szereg innych kryteriów, takich jak przyjazność składu produktu dla środowiska, wskaźnik zdolności do recyklingu opakowania czy zobowiązanie do zrównoważonego rozwoju marki. Nagrodzone produkty marki Starwax Soluvert to: skoncentrowany środek do czyszczenia płytek, skoncentrowany środek do czyszczenia parkietów oraz środek do usuwania kamienia Express. W przypadku marki Briochin wyróżnienie otrzymały: środek odtłuszczający do kuchni, uniwersalny środek czyszczący i proszek do prania.



#### 5 - NAGRODA PERŁY RYNKU 2023

3 produkty Briochin zostały wyróżnione polską nagrodą Perła Rynku 2023 w kategorii „dla domu”.

21 września odbyła się gala laureatów Ogólnopolskiego Badania Perły Rynku FMCG oraz Kosmetycznego, które polega na niezależnej ocenie detalistów wskazujących najbardziej udane nowości spożywcze, kosmetyczne i chemii gospodarczej.

Grono Jury, w którego skład wchodziłi jedni z najważniejszych specjalistów i praktyków w branży, wzięło pod uwagę takie parametry jak: wysoka jakość, skuteczność, skład, ale także wpływ na środowisko, zapach, łatwość użycia oraz wsparcie marketingowe.

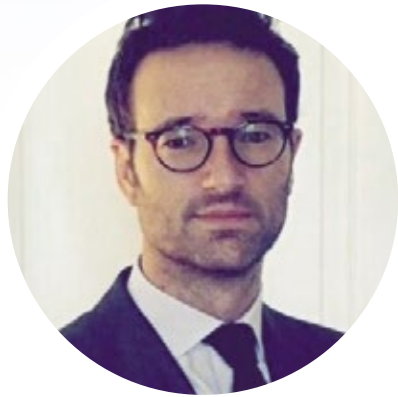


Organizacja EcoVadis powstała w 2007 roku. Jest to pierwsza platforma wspólnej oceny odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstw. Z biegiem czasu stała się jednym z najważniejszych organów oceniających kwestie CSR. W skład jej ogólnosięwiatowej sieci wchodzi 75 tys. przedsiębiorstw poddanych ewaluacji.

# ZOBOWIĄZANIA na rzecz pracowników







Julien **DELESALLE**  
DYREKTOR DS. ADMINISTRACYJNYCH  
I FINANSOWYCH ALTAÏR



W 2021 roku obraliśmy sobie za cel uzyskanie certyfikatu Great Place To Work do roku 2025. Od 3 lat codziennie

pracujemy nad jego realizacją. Przekłada się to na poprawę jakości życia w pracy, szkolenia dla zespołów, optymalizację bezpieczeństwa pracowników, ale także otwarcie przedsiębiorstw wchodzących w skład naszej Grupy na wszystkie osoby, bez żadnej dyskryminacji.

W 2023 roku po raz pierwszy złożyliśmy wniosek o przyznanie tego prestiżowego międzynarodowego certyfikatu. Chcieliśmy .....

w ten sposób przekonać się, jaką drogę musimy jeszcze pokonać, aby osiągnąć cel. Wynik jest bardzo pozytywny i odzwierciedla nasze zaangażowanie na rzecz współpracowników: wskaźnik uczestnictwa na poziomie 88% oraz wynik ankiety Trust Index (średnia liczba pozytywnych odpowiedzi) równy 62%. Już teraz od uzyskania certyfikatu dzieli nas 3 punkty. Na podstawie ankiety i wyników opracowaliśmy konkretne plany działania dla każdego podmiotu, aby dokonać dalszych postępów i uzyskać certyfikat w 2025 roku.

W związku z tym w 2024 roku skupimy się na szkoleniu kierowników i cyfryzacji procesów kadrowych, aby móc coraz lepiej kierować naszymi zespołami i pomagać im w rozwoju. Ponadto zwiększymy częstotliwość komunikacji, aby lepiej informować o naszych działaniach.

## Najważniejsze dane liczbowe w 2023 roku

**1** badanie **Great Place to Work**; uzyskanie wysokiego wskaźnika uczestnictwa na poziomie

**88%**

**78%** pracowników jest dumnych z pracy w Grupie

**80%** pracowników uważa, że ich praca ma znaczenie

**>85%** pracowników uważa, że są traktowani sprawiedliwie bez względu na orientację seksualną, płeć czy pochodzenie

## Najważniejsze dane liczbowe w 2023 roku

**Szkolenia pomagające pracownikom zapobiegać dyskryminacji w środowisku pracy**

**Inwestycje poczynione w zakładach produkcyjnych w Noyelles-lès-Seclin (59) i Saint Brandan (22) w celu poprawy warunków pracy naszych zespołów**

**Złoty medal EcoVadis plasujący nas wśród 5% najlepiej ocenianych przedsiębiorstw**

## Promowanie dobrego samopoczucia w pracy



Obraliśmy sobie za cel uzyskanie certyfikatu Great Place To Work® do 2025 roku. Aby tego dokonać, w 2023 roku przeprowadziliśmy pierwszą ocenę we współpracy z międzynarodową organizacją certyfikacyjną. Realizujemy również szereg działań mających poprawić codzienną pracę naszych zespołów we wszystkich spółkach.

### NASZE CELE NA 2025 ROK

→ Uzyskać

Uzyskać certyfikat  
Great Place to Work®

→ Otrzymać

# 65%

pozytywnych informacji  
zwrotnych w następstwie  
badania Great Place to  
Work® (62% w 2023 roku)

## 1 - Pierwsze badanie Great Place To Work®

Od 3 lat uczestniczymy w procesie wewnętrznego audytu społecznego we współpracy z organizacją Happy Index at Work. Ma on pomóc nam podnieść wymagania i dopracować kryteria oceny. W 2023 roku przeprowadziliśmy pierwsze badanie na potrzeby certyfikacji Great Place to Work®, aby dostosować nasze plany działania.

Ocena zrealizowana we wszystkich spółkach wchodzących w skład Grupy Altair pozwoliła oszacować naszą sytuację i dopracować plany zbliżające nas do celu na 2025 rok.

Great  
Place  
To  
Work®

### ! CZY WIESZ, ŻE?

**Organizacja Great Place To Work®** odpowiada za międzynarodowy wskaźnik doświadczeń pracowników. Od 1992 roku przebadła ponad 100 mln osób z 60 krajów. Uzyskane odpowiedzi pozwoliły ustalić, co wpływa na doświadczenia pracowników.

**Ocena Great Place To Work® opiera się na dwóch narzędziach diagnostycznych:**

- **Ankieta Trust Index:** anonimowy kwestionariusz skierowany do pracowników, obejmujący 5 obszarów (wiarygodność, poszanowanie, sprawiedliwość, duma i życzliwość).
- **Ocena Culture Audit:** audyt realizowany przez przedsiębiorstwo w celu ustalenia programów i praktyk kierowniczych. Jest on analizowany przez Great Place To Work® na podstawie międzynarodowej skali ocen.

## Wyniki w 2023 roku

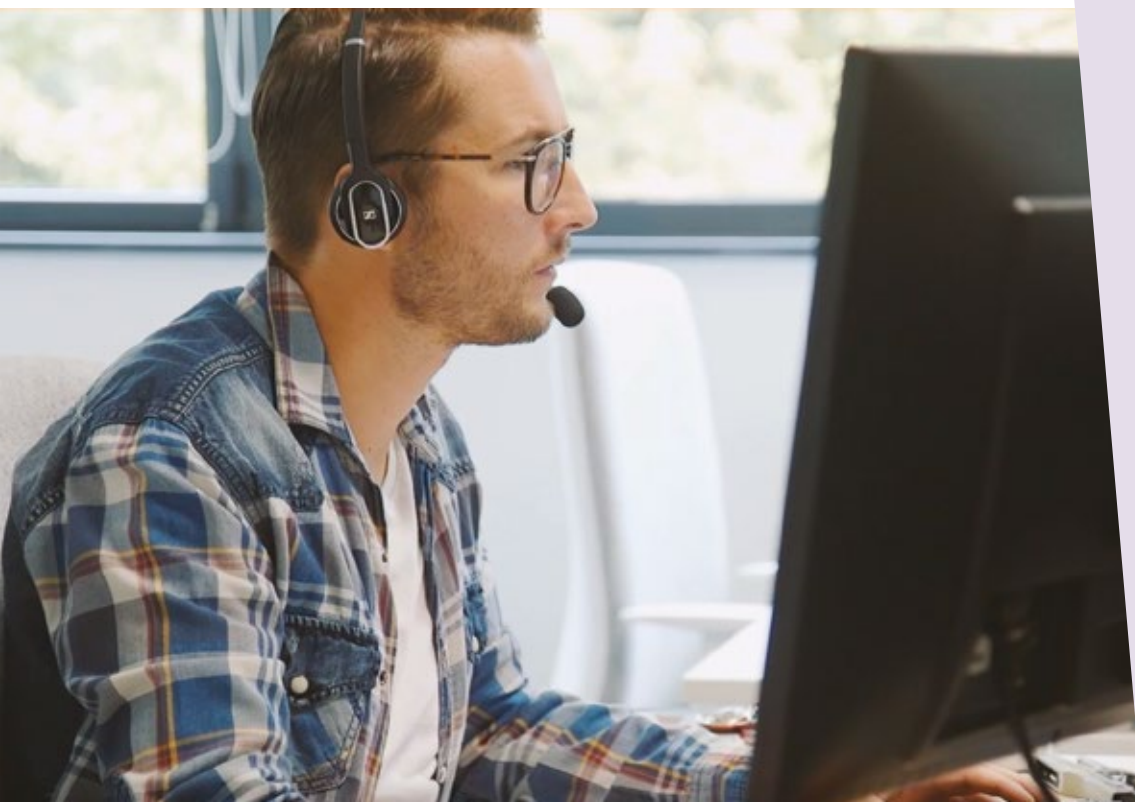
# 399

respondentów  
czyli wskaźnik  
uczestnictwa  
na poziomie

# 88%









- **Ankieta Trust Index® = 62%** (o 8% więcej niż średnia wśród pracowników we Francji w 2023 roku [54%])
- **Najwyżej ocenionymi obszarami są duma z pracy w firmie oraz poczucie wspólnoty.**
- **5 obszarów ocenianych lepiej\*** w porównaniu do średnich wyników przedsiębiorstw we Francji

\*Zaufanie, szacunek, sprawiedliwość, duma z pracy i życzliwość/koleżeństwo



## Najważniejsze wnioski

Audyt pozwolił nam ustalić mocne strony, na których możemy się opierać, aby poprawić doświadczenia członków naszych zespołów:

| WSKAŹNIK POZYTYWNYCH ODPOWIEDZI | TEMAT PODJĘTY  |
|---------------------------------|--|
| >90%                            |  Sprawiedliwe traktowanie (ze względu na pochodzenie etniczne i orientację seksualną) |
| 86%                             |  Traktowanie nowych pracowników   |
| 81%                             |  Duma z wykonywanej pracy   |
| 80%                             |  Poczucie ważności wykonywanej pracy  |
| 74%                             |  Niezależność  |
| 73%                             |  Życzliwość i solidarność między współpracownikami                                  |
| 71%                             |  Działania na rzecz CSR realizowane przez Grupę                                     |
| 71%                             |  Odpowiedzialność i zaufanie  |



## Kierunki działań na rzecz poprawy

Obszary, nad którymi musimy pracować, aby poprawić doświadczenia pracowników i uzyskać certyfikat Great Place to Work® w 2025 roku, są związane z wynagrodzeniami, dostępem do szkoleń i uznawaniem wkładu pracowników. Na podstawie poczynionych obserwacji opracowaliśmy plan działania wraz z pracownikami każdej spółki, by poprawić jakość życia w pracy członków zespołów.



### W Altair East

zainicjowano działania mające na celu poprawę komunikacji między kierownikami działów oraz informowanie o bieżących projektach. Kierownicy zachęcają wszystkich pracowników do aktywności fizycznej pomagając dbać o zdrowie. Prowadzone są też działania uświadamiające w kwestii działań CSR realizowanych w organizacji.



### W Briochin

podjęte zostaną działania dotyczące uznawania wkładu pracowników. Dla wszystkich członków zespołów przeprowadzone zostaną szkolenia. Postaramy się lepiej opisywać wynagrodzenia każdej osoby, zwłaszcza poprzez wysyłanie corocznych indywidualnych raportów społecznych (fr. bilan social individuel, BSI). Zwiększymy liczbę komunikatów wewnętrznych i usprawnimy środowisko pracy. Zadbamy również o dumę z wykonywanej pracy poprzez spotkania indywidualne i rozwijanie współpracy zespołowej.



### W Brunel

odbędą się działania powiązane ze szkoleniami, takie jak tworzenie planu rozwoju kompetencji w poszczególnych działach, organizacja środowiska pracy, bardziej regularne przysyłanie informacji zespołom, wdrożenie konwencji itd.



### W Oro Brands

kładzie się nacisk na wkład pracowników poprzez oferowanie pół dnia urlopu w dniu urodzin czy wynegocjowanie ubezpieczeń zdrowotnych przez firmę. Należy również zwiększyć liczbę komunikatów i poddawać corocznej ocenie 100% pracowników.



## 2 - Poprawa jakości codziennej pracy

Tworzenie przyjemniejszego środowiska pracy odbywa się również poprzez rozmaite działania i przykładanie wagi do takich codziennych spraw jak: umacnianie ducha współpracy zespołowej, udział w wydarzeniach sportowych, obchodzenie dnia bezpieczeństwa i ochrony zdrowia w pracy, spotkania przy zdrowych posiłkach (jak ma to miejsce w Oro Brands), finansowanie aktywności sportowych czy oferowanie zdrowych przekąsek na bazie owoców (Altair East). Briochin kładzie nacisk na komunikację w kwestiach dotyczących CSR poprzez organizowanie warsztatów zespołowych, podczas których przedstawia się i angażuje pracowników w najważniejsze wyzwania dla Grupy.



*Tego rodzaju badanie jest bardzo ważne dla naszej Grupy, zwłaszcza że w ubiegłym roku dołączyła do nas nowa spółka — Briochin.*

*Musimy dać głos wszystkim pracownikom, aby móc poznać nastroje panujące w zespołach i zmierzyć skuteczność planów działań realizowanych na przestrzeni lat. Jest to również doskonałe źródło pomysłów na rozwiązania, na które moglibyśmy nie wpaść, zajmując się tylko poszczególnymi działami. Jesteśmy pozytywnie zaskoczeni, że już w pierwszej ocenie zadowolenia pracowników Trust Index uzyskaliśmy wynik 62%. Do certyfikacji zabrakło jedynie 3 punktów!*

*Mamy nadzieję, że plany działań wdrożone w tym roku przyniosą efekty i pozwolą nam otrzymać certyfikat w 2025 roku, zgodnie z wyznaczonym celem.*

**Emilie SAPELIER**  
dyrektorka ds. HR, Grupa Altair



→ w 2023 roku  
**62%**  
zadowolonych współpracowników

NASZ WKŁAD W  
REALIZACJĘ CEŁÓW  
ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU

4  
QUALITY  
EDUCATION



5  
GENDER  
EQUALITY



3  
GOOD HEALTH  
AND WELL-BEING

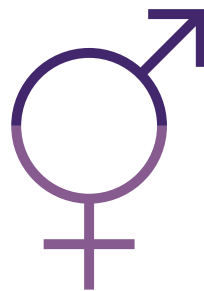


10  
REDUCED  
INEQUALITIES



## Uczynienie przedsiębiorstwa przystępnym dla wszystkich

Jednym z naszych celów jest zatrudnianie i dbanie o rozwój wszystkich osób, bez względu na płeć, wiek, orientację seksualną czy ewentualną niepełnosprawność. Wyraźnie pokazuje to ankieta przeprowadzona we współpracy z organizacją Great Place to Work®. Zróżnicowanie i inkluzywność to nasze dwie mocne strony. Codziennie działamy w tym obszarze poprzez szkolenia i przystosowywanie miejsc pracy w zakładach przemysłowych, aby zwiększać dostępność naszej Grupy.



### NASZE CELE NA 2025 ROK

większa równowaga między kobietami a mężczyznami i

# 50%

→ kobiet na stanowiskach kierowniczych

### 1 - Informacje i szkolenia na temat walki z dyskryminacją w miejscu pracy

W 2023 roku zrealizowaliśmy kampanie informacyjne i uświadamiające oraz szkolenia poświęcone tematyce walki z dyskryminacją w miejscu pracy. W Oro Brands przeprowadzono obowiązkowe szkolenie dla wszystkich pracowników. Dotyczyło ono rozpoznawania dyskryminacji, zrozumienia sposobów postępowania, przewidywania zagrożeń i przyjmowania odpowiednich postaw. W firmie stworzono kodeks dobrych praktyk.

### 2 - Współpraca z ośrodkami wsparcia zawodowego

Integracja osób z niepełnosprawnościami w naszych zakładach produkcyjnych nie zawsze jest łatwa. Dlatego też współpracujemy z ośrodkami wsparcia zawodowego nad różnymi zagadnieniami, takimi jak przystosowanie stanowisk pracy czy zapewnienie zgodności z przepisami. Korzystamy z usług podmiotu sąsiadującego z naszym zakładem produkcyjnym w Noyelles-Lès-Secclin (59) oraz innym podmiotem położonym niedaleko fabryki w Saint Brandan (22). W Briochin nawiązano współpracę partnerską z ESAT: do zespołów dołączył współpracownik z niepełnosprawnością, który zajmuje się składaniem pudełek promocyjnych. Naszym ostatecznym celem jest zatrudnienie 3 pracowników z ESAT w pełnym wymiarze w zakładzie w Saint-Brandan.



### Wyniki ankiety Great Place to Work® 2023

- **92% respondentów wskazało, że są traktowani tak samo bez względu na orientację seksualną**
- **pracowników wskazało, że są traktowani tak samo bez względu na pochodzenie**
- **83% respondentów uważa, że są traktowani tak samo bez względu na płeć**
- **72% respondentów docenia sprawiedliwe traktowanie bez względu na wiek**





FOCUS

## Mamadou Alpha Bah

**kierownik ds. metod i kodeksów pracy, przygotowuje się do igrzysk paraolimpijskich w Paryżu w 2024 roku**



Mamadou Alpha Bah od 6 lat pracuje jako kierownik ds. metod i kodeksów pracy. Jest również mistrzem Francji w siatkówce na siedząco. Aby umożliwić mu kontynuowanie rozwoju sportowego i przygotowań do igrzysk paraolimpijskich, które odbędą się w 2024 roku w Paryżu, podpisaliśmy z ANS (fr. Agence Nationale du Sport, Narodowa Agencja Sportu) i Francuską Federacją Piłki Siatkowej porozumienie w sprawie integracji sportowców wysokiego szczebla. Porozumienie to pozwoli Mamadou poświęcić 20% swojego czasu pracy na treningi z Francuską Federacją Siatkówki na Siedząco. A zatem będzie mógł przeznaczyć jeden dzień w tygodniu na przygotowania w roku poprzedzającym zmagania olimpijskie, zachowując 100% wynagrodzenia.

### Mamadou, kim jesteś?

*Jestem kierownikiem ds. metod i kodeksów pracy w Brunel oraz ojcem 3 córek i 1 chłopca. W następstwie choroby Heinego-Medina, na którą zachorowałem w dzieciństwie, doświadczyłem zaniku sprawności lewej kończyny dolnej oraz nierównej długości nóg. Zawsze chciałem uprawiać sport zespołowy i w 2017 roku dzięki znajomemu odkryłem siatkówkę na siedząco. Już w pierwszym roku treningów dołączyłem do reprezentacji Francji i od tamtej pory nie opuściłem żadnego zgrupowania.*

### Dlaczego podoba Ci się ten sport?

*Sport ten podoba mi się ze względu na inkluzywność i możliwość pokonywania własnych ograniczeń. Siatkówkę na siedząco uprawiają osoby, które wiele przeżyły i mają do opowiedzenia niesłychane historie. Sport ten pozwala odzyskać pewność siebie i przezwyciężyć trudności ludziom, którzy doznali obrażeń w wyniku wypadków czy chorób. We Francji siatkówka na siedząco realnie promuje inkluzywność: pozwala osobom sprawnym i z niepełnosprawnościami trenować wspólnie z taką samą intensywnością i przyjemnością!*



**Możliwość spełnienia marzeń każdego sportowca oraz rozwoju pod względem zawodowym i osobistym jest dla mnie wspaniałą szansą**



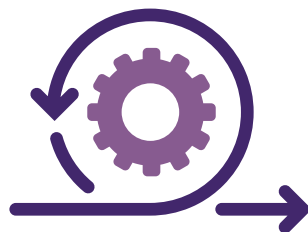
NASZ WKŁAD W REALIZACJĘ CEŁÓW ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU



### ! NA CZYM POLEGA SIATKÓWKA NA SIEDZĄCO?

Siatkówka na siedząco jest odmianą tradycyjnej piłki siatkowej. W tej wersji zawodnicy siedzą na ziemi. Przemierzają się natomiast przez przesuwanie lub wykorzystanie rąk. Reguły są zbliżone do klasycznej siatkówki, przy czym przystosowano je do ograniczeń gry na siedząco (niżej zawieszona siatka i mniejsza powierzchnia boiska). Rozgrywka toczy się w 6-osobowych drużynach do 3 wygranych setów. Ta odmiana piłki siatkowej różni się dwoma zasadami: w siatkówce siedzącej tułów musi pozostać w kontakcie z podłożem w chwili, gdy zawodnik dotyka piłki, a serwis można zablokować. Jest to dynamiczna i pasjonująca dyscyplina sportu, w której liczą się zdolności atletyczne. Wymagane są również refleks, zręczność, szybkość i duża zwinność.

## Rozwijanie kompetencji naszych pracowników



Pomaganie współpracownikom w rozwoju jest jedną z misji naszego przedsiębiorstwa jako pracodawcy. Jednakże badanie przeprowadzone we współpracy z organizacją Great Place to Work® pokazało, że obszar szkoleń wymaga optymalizacji w obrębie Grupy. W 2022 roku wdrożyliśmy plan zarządzania zatrudnieniem i kompetencjami, by określić bieżące potrzeby i móc je przewidywać. W 2023 roku rozpoczęliśmy szkolenia, które będą kontynuowane i zintensyfikowane w 2024 roku.

**NASZ CEL NA ROK 2025**

szkolić każdego roku

**35%**

→ pracowników.

### 1 - Szkolenia z zakresu CSR dla pracowników

Nasi klienci, ale także pracownicy, mają coraz większe oczekiwania w kwestii odpowiedzialności społecznej przedsiębiorstwa (CSR). Aby odpowiedzieć na pytania i wyjaśnić nasze podejście, przygotowaliśmy szereg działań w obrębie Grupy.

**W Brunel** przeprowadzono szkolenia i warsztaty przeznaczone dla zespołu ds. sprzedaży. Cel:

- **Nauczyć się łatwo wyjaśniać strategię CSR Grupy;**
- **Zrozumieć cele naszych klientów (ocena wpływu na środowisko itp.);**
- **Poznać słownictwo techniczne, by rozwijać kompetencje.**

Po zakończeniu sesji uczestnicy otrzymali zestawy materiałów szkoleniowo-rozrywkowych.



**W Briochin**, zarówno w zakładzie produkcyjnym, jak i w biurach zorganizowano specjalny dzień poświęcony tej tematyce. Cel: **zrozumieć nasze wyzwania i zobowiązania CSR**. W następstwie szkolenia odbyły się warsztaty na temat wpływu odpadów na środowisko. Łącznie w okolicy naszego zakładu zebrano 106 kg odpadów, aby zorganizować warsztaty poświęcone przeróbce/recyklingowi tworzyw sztucznych i dawaniu im drugiego życia.



## 2 - Wspieranie kierowników w pracy

Zarządzanie zespołem nie jest prostym zadaniem. Aby pomóc w odgrywaniu roli liderów, Oro Brands przeprowadziła 2-dniowe szkolenia przeznaczone dla wszystkich pracowników szczebla kierowniczego.

Cele:

- Rozwój pozytywnej i konstruktywnej energii
- Dopasowanie pracy zespołów i wartości przedsiębiorstwa
- Określenie miejsca i roli każdego pracownika
- Rozwój niezależnych i odpowiedzialnych postaw
- Sprawna i konstruktywna komunikacja



→ Dane liczbowe z 2023

**60%** pracowników  
odbyło szkolenie, czyli 280 z 468 osób  
na poziomie Grupy.

NASZ WKŁAD W  
REALIZACJĘ CEŁÓW  
ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU

10  
REDUCED  
INEQUALITIES



4  
QUALITY  
EDUCATION





ZOBOWIĄZANIE

## Ochrona naszych zespołów



Dbanie o bezpieczeństwo zespołów jest jednym z naszych priorytetów. Pomimo że 80% współpracowników nie odczuwa zagrożenia fizycznego, musimy czynić starania w kwestii zdrowia psychicznego. Kontynuujemy i intensyfikujemy działania na rzecz bezpieczeństwa i higieny pracy zarówno w zakładach produkcyjnych, jak i w biurach.

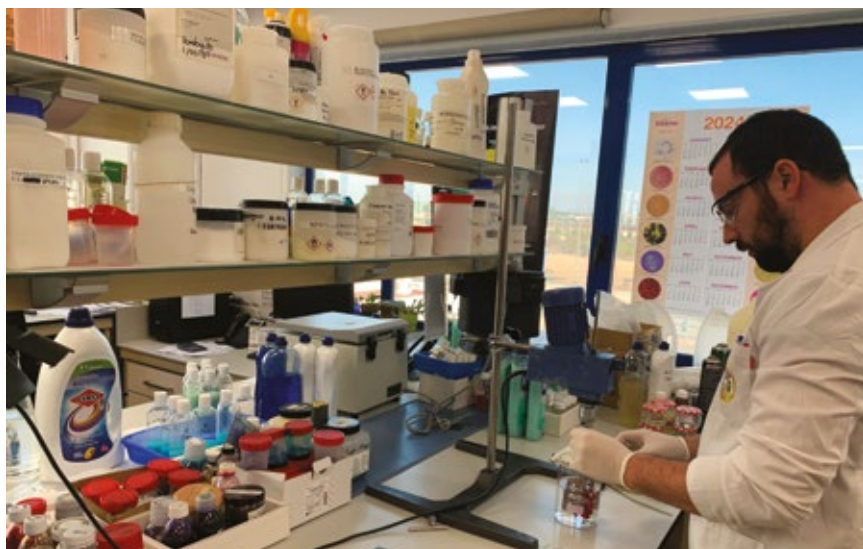
**NASZ CEL NA 2025 ROK**

Zmniejszenie częstotliwości występowania i ciężkości wypadków przy pracy o

**40%**

**Wyniki ankiety Great Place to Work® 2023:**

**80% pracowników** pozytywnie oceniło stwierdzenie "Altair to dobre miejsce do pracy"



## 1 - Inwestowanie w nasze zakłady produkcyjne

Poczyniliśmy ważne inwestycje w naszych zakładach produkcyjnych w Noyelles-Lès-Seclin (59) i Brandan (22) w celu ochrony zespołów. W Briochin poprawiliśmy oświetlenie wewnętrzne i zewnętrzne, wymieniliśmy asfalt i zoptymalizowaliśmy procesy magazynowe na podstawie zgodności produktów. Inwestycje w Brunel umożliwiły instalację ramion robotycznych przeznaczonych do układania paczek na paletach. To z kolei pozwoliło ograniczyć przenoszenie ciężkich ładunków.

## 2 - Szkolenia z zakresu bezpieczeństwa dla zespołów

Dbamy o bezpieczeństwo poprzez optymalizację pracy zakładów oraz — przede wszystkim — realizację szkoleń dla pracowników. W 2023 roku w Oro Brands wszyscy współpracownicy z naszej hiszpańskiej fabryki odbyli szkolenie przedmiotowe. Jego celem był rozwój wiedzy i kompetencji niezbędnych do identyfikacji, oceny i unikania zagrożeń w różnych obszarach, takich jak bezpieczeństwo fizyczne, bezpieczeństwo przeciwpożarowe, bezpieczeństwo w pracy, zarządzanie sytuacjami kryzysowymi itd.



## 3 - Optymalizacja procesów

Niektóre procesy są realizowane ręcznie i nie mogą być zautomatyzowane. Dlatego też, aby ułatwić pracę współpracownikom i zmniejszyć ryzyko schorzeń narządu ruchu, zmodyfikowaliśmy część opakowań w celu zmniejszenia masy przenoszonych paczek.



## Zobowiązanie do etycznego postępowania



Oprócz działań na rzecz ochrony planety, konsumentów i współpracowników, Grupa Altair aktywnie dba o przestrzeganie zasad etyki w relacjach handlowych ze swoimi partnerami. Dlatego postanowiliśmy opracować zbiór wytycznych promujących odpowiedzialne postępowanie wśród współpracowników, dostawców i podwykonawców.

### Nadzór nad relacjami handlowymi na podstawie kodeksu postępowania

W 2015 roku wprowadziliśmy nasz kodeks postępowania. Dokument ten jest regularnie aktualizowany w oparciu o zmiany przepisów i nasze zaangażowanie w kwestie CSR. Od 8 lat reguluje wszystkie relacje handlowe Grupy z partnerami zewnętrznymi. Musi być dołączany to wszystkich umów między Altair a partnerami handlowymi.

Kodeks postępowania określa minimalne standardy dla każdego partnera. Nie zastępuje natomiast krajowych i międzynarodowych przepisów prawa, których partnerzy handlowi muszą ściśle przestrzegać. Zasady przedstawione w kodeksie opierają się na najważniejszych międzynarodowych konwencjach, takich jak 10 zasad ONZ Global Compact, konwencje fundamentalne i priorytetowe Międzynarodowej Organizacji Pracy oraz deklaracje dotyczące praw człowieka i dzieci.

Kodeks zawiera osiem zobowiązań Grupy wobec partnerów oraz zobowiązań, których muszą dotrzymać partnerzy, aby móc współpracować z przedsiębiorstwami Grupy. W przypadku podejrzenia naruszenia kodeksu postępowania dostawcy mogą zostać poddani audytowi. W następstwie stwierdzenia naruszenia mogą zostać natomiast nałożone działania naprawcze lub sankcje.

### Walka z korupcją na podstawie karty antykorupcyjnej

Nasza karta antykorupcyjna opiera się na treści francuskiej ustawy Sapin II. Zawiera reguły i zasady etycznego postępowania i zwalczania korupcji.

Karta ma zastosowanie do wszystkich podmiotów Grupy Altair, kadry kierowniczej, przedstawicieli spółek, pracowników stałych i tymczasowych. Zawiera zasady Grupy dotyczące prezentów, sponsoringu i lobbyingu. Opisuje sposoby informowania o podejrzeniu lub stwierdzeniu korupcji oraz ewentualne sankcje.

→ W 2023 roku  
kodeks postępowania  
podpisał prawie  
**75%**  
naszych dostawców





## ZOBOWIĄZANIA NA RZECZ ORGANIZACJI

# Nasza grupa angażuje się na rzecz środowiska

### ZMNIĘSZENIE ZANIECZYSZCZENIA OCEANÓW Z POMOCĄ ORGANIZACJI THE SEACLEANERS

Aby walczyć z zanieczyszczeniami, od 2020 roku wspieramy projekt Manta realizowany przez francuską organizację The SeaCleaners. Cel: zbudować ogromny katamaran do zbierania i przetwarzania dużych ilości morskich odpadów z tworzyw sztucznych.

Co minutę do mórz trafia

**17 ton**

odpadów z tworzyw sztucznych

**80%**

odpadów w oceanach to tworzywa

Ponad

**70 000€**

zebranych na rzecz organizacji

### Kampania w sklepach

W dniach od 1 czerwca do 30 września 2023 roku Starwax umożliwiła konsumentom przyczynienie się do ochrony oceanów. Marka zobowiązała się do przekazania 5% obrotów ze sprzedaży dwudziestu najpopularniejszych produktów (do kuchni, kanalizacji, łazienek i powierzchni wewnętrznych) organizacji The SeaCleaners w celu sfinansowania budowy ogromnego katamaranu Manta.

### Akcja uświadamiająca wśród pracowników

W ramach wsparcia zaproponowaliśmy naszym pracownikom zaangażowanie się w działalność organizacji The SeaCleaners przy okazji Światowego Dnia Oceanów. Na przestrzeni czerwca 2023 roku przeprowadziliśmy wewnętrzną kampanię komunikacyjną:

- Darowizny: za każde przelane euro marka Brunel zobowiązała się do przelania takiej samej kwoty na rzecz organizacji
- Członkostwo: możliwość zostania pełnoprawnym członkiem organizacji
- Wolontariat: możliwość uczestniczenia w konkretnych akcjach i wydarzeniach





## PRZYWRACANIE LASÓW Z POMOCĄ ECOTREE



**72 000**  
**hektarów**

więcej niż wynosi  
roczna średnia

**7 X**

więcej niż wynosi  
roczna średnia

**10 000 m<sup>3</sup>**

zalesionych

**1 500**

zasadzonych  
drzew

W ubiegłym roku pożary strawiły 72 000 hektarów lasów we Francji. Jest to siedmiokrotnie więcej, niż wynosi średnia roczna z dziesięciu lat. W obliczu zmian klimatu z każdym rokiem zwiększa się ryzyko pożarów lasów. Rok rocznie po zakończeniu lata wielu właścicieli lasów boryka się z problemem braku środków finansowych na ponowne zalesienie.

Chcemy ich wspierać, pomagając w finansowaniu przywracania spalonych terenów leśnych we Francji. Dlatego też marka Starwax zobowiązała się do ponownego zalesienia 10 000 m<sup>2</sup> (czyli zasadzenia ponad 1500 drzew) w departamencie Żyronda poprzez współpracę partnerską z organizacją EcoTree.

We wrześniu rozpoczęto prace związane z przygotowaniem gleby: sprzątanie terenów, rozdrabnianie zwęglonego drzewa, poprawa jakości gruntów itp. Dzięki temu pod koniec roku będzie można ponownie zalesić las w pobliżu gminy Landiras.

## MYDŁA POCHODZĄCE Z RECYKLINGU DLA WSPÓŁPRACOWNIKÓW DZIĘKI ORGANIZACJI UNISOAP

Zgodnie z zasadami Grupy i chęcią jak największego ograniczenia wpływu na środowisko, na początku roku marka Briochin przekazała swoim pracownikom mydła wyprodukowane z pozostałości odzyskanych z hoteli przez organizację Unisoap. Łącznie zespołom przekazano 150 sztuk mydła. Akcja spotkała się z uznaniem, a ponadto idealnie wpisuje się w wartości przedsiębiorstwa.





## Nasza grupa angażuje się w pomoc rodzinom



**58 000€**

w celu umożliwienia hospitalizacji chorych dzieci w warunkach domowych

### PRZYNOSZENIE ULGI DZIECIOM CHORYM NA RAKA DZIĘKI HOSPITALIZACJI DOMOWEJ

Od 2019 roku Altair East wspiera fundację Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową. Organizacja ta zajmuje się finansowaniem sprzętu pozwalającego dzieciom chorym na raka odbywać leczenie w domu (zestawy do pielęgnacji cewnika, które nie podlegają refundacji). Udzielana pomoc pozwala młodym pacjentom uniknąć długich pobyków w szpitalu z dala od rodziców. W 2023 roku przekazaliśmy 18 000 EUR na rzecz fundacji. Łączna kwota darowizn od początku współpracy partnerskiej wynosi ponad 58 000 EUR.



## Aktywne wsparcie

w promocji kampanii „Rodzice w kontakcie” i „Moje życie, Twoje 1,5%”.

### WSPARCIE DLA RODZICÓW CIĘŻKO CHORYCH DZIECI

W 2023 roku Altair East nawiązała współpracę partnerską mającą na celu dalsze wsparcie rodzin borykających się z chorobą dziecka. Tym samym nasz podmiot działający w Polsce stał się jednym z głównych ambasadorów kampanii „Rodzice w kontakcie”. Inicjatywa ta ma na celu zwiększenie świadomości ogółu społeczeństwa w kwestii dobrostanu rodziców borykających się z chorobą dziecka. Wynika to z faktu, iż dla tych, których potomek walczy z chorobą nowotworową, zadania i wyzwania stają się jeszcze bardziej trudne i wymagające. Dlatego tak ważne jest, abyśmy jako społeczność, a także jako firma, otoczyli ich wsparciem, życzliwością i empatią. Stowarzyszenie oferuje warsztaty, dyskusje, formy odpoczynku itp. Angażujemy się w dwa obszary wchodzące w skład strategii realizowanej przez fundację: „Kształcenie i uświadamianie” oraz „Badanie oraz innowacje”.

Na początku 2023 roku nasza polska spółka wzięła również udział w charakterze partnera w kampanii „Moje życie, Twój 1,5%”. Inicjatywa ta ma na celu zachęcenie do przekazania 1,5% podatku na wybrane organizacje użyteczności publicznej. Dyrektor generalny Altair East został jednym z ambasadorów kampanii.



# Nasza grupa angażuje się w pomoc osobom najbardziej potrzebującym

## 4 rok

działalności sponsorskiej na rzecz organizacji kulturowej i sportowej z San Antonio:



## ZWIĘKSZANIE DOSTĘPNOŚCI SPORTU DLA DZIECI

Od 4 lat Oro Brands wspiera organizację kulturową i sportową z San Antonio. Celem tej współpracy partnerskiej jest rozwój miejscowej oferty skierowanej do dzieci poprzez finansowanie zakupu wyposażenia i strojów do ćwiczeń.

W ciągu 4 lat stowarzyszenie zwiększyło liczbę podopiecznych z 700 do 1200. Aktualna oferta jest bardzo zróżnicowana i pozwala młodym Hiszpanom w uprawianiu takich dyscyplin jak tenis ziemny, podnoszenie ciężarów, taniec, piłka nożna, koszykówka itd.



## 4 600

sztuk środków czystości przekazanych ubogim osobom z Ukrainy

## WSPARCIE DLA LUDNOŚCI UKRAIŃSKIEJ

Jesteśmy poruszeni sytuacją, w jakiej ludność ukraińska znalazła się w związku z wojną z Rosją. Grupa postanowiła udzielić im wsparcia poprzez spółkę Altair East obecną w Polsce.

W ramach akcji humanitarnej zorganizowanej przez naszego partnera przekazaliśmy łącznie 4600 sztuk środków czystości o wartości ponad 28 500 PLN (6300 EUR). Trafiły one do osób poszkodowanych, które zostały na Ukrainie, oraz osób potrzebujących w Chersoniu. Produkty te pozwoliły znacząco poprawić warunki sanitarne i higieniczne. Są to np. środki przeciwpleśniowe i dezynfekujące, płyny do mycia naczyń itp.



## POMAGANIE OSOBOM W POTRZEBIE WE FRANCJI

W 2023 roku przekazaliśmy prawie 34 000 produktów organizacjom pomagającym osobom ubogim, takim jak banki żywności, Czerwony Krzyż czy stowarzyszenie Lazare, które zapewnia schronienie osobom bezdomnym w mieszkaniach zbiorowych (wspólnych lub rodzinnych).






## WSPARCIE DLA OFIAR TRZĘSIENIA ZIEMI W MAROKU

Jesteśmy bardzo poruszeni sytuacją mieszkańców Maroka, gdzie we wrześniu 2023 roku doszło do trzęsienia ziemi. Marka Oro Brands postanowiła wesprzeć osoby poszkodowane, przekazując środki finansowe Hiszpańskiemu Czerwonemu Krzyżowi działającemu w miejscu tej klęski żywiołowej.

# ANGAŻOWANIE SIĘ NA RZECZ PLANETY

## optymalizowanie wykorzystania surowców

| TEMATYKA   | JEDNOSTKA  | 2021  | 2022   | 2023          | CEL NA ROK 2024 | CEL NA ROK 2025 |
|--|--|-------|--------|---------------|-----------------|-----------------|
|  Zmniejszanie emisji gazów cieplarnianych powstających w ramach naszej działalności | Tony ekwiwalentu CO2   | DN    | 1 542  | <b>1 328</b>  | <b>1 264</b>    | <b>1 200</b>    |
|  Zmniejszenie emisji CO2 w przypadku surowców i opakowań                            | Tony ekwiwalentu CO2   | DN    | 70 442 | <b>64 497</b> | <b>61 989</b>   | <b>56 354</b>   |
|  Optymalizacja zużycia wody w ramach produkcji                                      | l/kg produktu  | 1,3   | 0,79   | <b>1,08</b>   | <b>1,15</b>     | <b>1,1</b>      |
|  Wykorzystywanie energii pochodzącej ze źródeł odnawialnych                        | % „ekologicznych” megawatogodzin (MWh) w stosunku do wykorzystania MWh | 59,2  | 62,0   | <b>99,6</b>   | <b>100</b>      | <b>100</b>      |
|  Zmniejszanie ilości wytwarzanych odpadów   | Liczba wygenerowanych ton  | 3 020 | 2 976  | <b>2 989</b>  | <b>2 700</b>    | <b>2 500</b>    |
|  Odzyskiwanie naszych odpadów (niebezpiecznych i innych niż niebezpieczne)        | % odzyskiwanych odpadów  | 28,4  | 33,0   | <b>33,6</b>   | <b>43</b>       | <b>50</b>       |

**POWIĄZANE CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU**









DN: dane niedostępne



# ANGAŻOWANIE SIĘ NA RZECZ **KONSUMENTÓW**

## poprawa profilu ekologicznego naszych produktów

| TEMATYKA  | JEDNOSTKA  | 2021 | 2022 | 2023        | CEL NA ROK 2024 | CEL NA ROK 2025 |
|---|--|------|------|-------------|-----------------|-----------------|
|  <b>Angażowanie się w odpowiedzialne pozyskiwanie surowców</b>  | % dostawców, którzy podpisali naszą kartę w sprawie zaopatrzenia | 5    | 10   | <b>74,4</b> | 90              | 100             |
|  <b>Rozbudowanie naszej oferty produktów opatrzonych certyfikatem zrównoważonego rozwoju</b><br>(Ecocert, Ecolabel, FSC, PEFC itp.) | % obrotu   | 10   | 19,8 | <b>14,8</b> | 15              | 17              |
|  <b>Sprzedaż produktów niezawierających składników wzbudzających kontrowersje</b>   | % łącznej liczby produktów w naszym katalogu                     | DN   | 78,1 | <b>92,5</b> | 100             | 100             |
|  <b>Zastępowanie pierwotnych tworzyw sztucznych tworzywami pochodzącymi z recyklingu</b>  | % udział tworzyw z recyklingu w stosunku do wszystkich opakowań  | 8,6  | 22,8 | <b>31,2</b> | 38              | 50              |
|  <b>Stworzenie ekologicznie odpowiedzialnego profilu naszych produktów</b>  | % łącznej liczby naszych produktów                               | 0    | 0,1  | <b>4,2</b>  | 20              | 30              |
|  <b>Promowanie zrównoważonej konsumpcji w obrębie wszystkich naszych marek</b>  | % zaangażowanych marek   | DN   | 40   | <b>45</b>   | 70              | 100             |

### POWIĄZANE CELE ZRÓWNOWAŻONEGO ROZWOJU








DN: dane niedostępne

# Plan działań na lata 2023-2025

# ANGAŻOWANIE SIĘ NA RZECZ WSPÓŁPRACOWNIKÓW

## działanie na rzecz dobrego samopoczucia w pracy

| TEMATYKA  | JEDNOSTKA                              | 2021 | 2022 | 2023        | CEL NA ROK<br>2024 | CEL NA ROK<br>2025 |
|---|--|------|------|-------------|--------------------|--------------------|
|  Zwiększenie równowagi zatrudnienia kobiet i mężczyzn na stanowiskach kierowniczych | % kobiet na stanowiskach kierowniczych | 54   | 42,4 | <b>46</b>   | 50                 | 50                 |
|  Coroczne szkolenie pracowników   | % przeszkolonych pracowników / rok     | 70   | 36   | <b>60</b>   | 35                 | 35                 |
|  Uzyskanie certyfikatu Great Place to Work  | % uczestnictwa w audycie społecznym    | DN   | DN   | <b>88</b>   | 75                 | 75                 |
|  Uzyskanie certyfikatu Great Place to Work  | Wskaźnik zadowolenia                   | DN   | DN   | <b>62</b>   | 65                 | 65                 |
|  Zmniejszenie występowania wypadków przy pracy                                   | Wskaźnik częstotliwości (TF)           | 15,9 | 11,3 | <b>21,2</b> | 12                 | 10                 |





**POWIĄZANE CELE  
ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU**



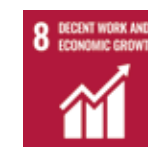
DN: dane niedostępne

# ANGAŻOWANIE SIĘ NA RZECZ WSPÓŁPRACOWNIKÓW

działanie na rzecz dobrego samopoczucia w pracy

| TEMATYKA  | JEDNOSTKA                    | 2021 | 2022 | 2023        | CEL NA ROK<br>2024 | CEL NA ROK<br>2025 |
|---|------------------------------|------|------|-------------|--------------------|--------------------|
|  Zmniejszenie występowania wypadków przy pracy.                          | Wskaźnik dotkliwości (TG)    | 0,55 | 0,17 | <b>0,74</b> | 0,4                | 0,33               |
|  Dzielenie się wartością z pracownikami                                  | % pracowników-beneficjentów  | 30   | 91,1 | <b>98</b>   | 100                | 100                |
|  Zaoferowanie wszystkim pracownikom ubezpieczenia na życie i zdrowotnego | % pracowników-beneficjentów  | 75   | 77,3 | <b>100</b>  | 100                | 100                |
|  Angażowanie pracowników poprzez cele CSR                              | % uwzględnionych pracowników | DN   | 13   | <b>42</b>   | 75                 | 100                |

POWIĄZANE CELE  
ZRÓWNOWAŻONEGO  
ROZWOJU



DN: dane niedostępne



# Altair



SPÓŁKI GRUPY ALTAIR

16, rue Harald Stambach - Z.I. de la Pilaterie - 59 290 Wasquehal - Tél : +33 (0)3 20 43 21 80