



Altair

**JUNTOS
POR UN MUNDO
MÁS LIMPIO**

INFORME DE RESPONSABILIDAD
SOCIAL EMPRESARIAL 2023

RESUMEN

Editorial	p.03
Nuestra misión y nuestra estrategia RSE	p.04
Nuestros directores nos hablan de sus compromisos	p.05
Presentación del grupo Altair	p.06
Presentación de la organización RSE	p.08
Nuestra contribución a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU	p.10
Lo más destacado del 2023	p.12

COMPROMETERSE CON EL PLANETA

Reducir los gases de efecto invernadero	p.16
Reducir y valorizar nuestros residuos de producción	p.20
Limitar la huella medioambiental de nuestros productos	p.22
Actuar sobre nuestro consumo energético	p.26
Foco en: Inversiones virtuosas en nuestras herramientas industriales	p.28

COMPROMETERSE CON NUESTROS CONSUMIDORES

Prohibir las sustancias controvertidas	p.34
Desarrollar productos más naturales y más prácticos	p.36
Fomentar un consumo responsable para todos nuestras marcas	p.38
Foco en: Etiquetas y premios, garantías de calidad y transparencia	p.40

COMPROMETERSE CON NUESTROS EMPLEADOS

Fomentar el bienestar en el trabajo	p.44
Hacer que nuestra empresa sea accesible para todos	p.48
Foco en: Mamadou Alpha Bah, Responsable de Métodos y Codificaciones, se prepara para los Juegos Paralímpicos París 2024	p.49
Desarrollar las aptitudes de nuestros empleados	p.50
Proteger a nuestros equipos	p.52

COMPROMETERSE A ACTUAR CON ÉTICA

COMPROMETERSE CON LAS ASOCIACIONES

Nuestro grupo se compromete con el medio ambiente	p.56
Nuestro grupo se compromete con las familias	p.58
Nuestro grupo se compromete con las personas necesitadas	p.59

HOJA DE RUTA 2023 - 2025

p.60

Editorial



UN NUEVO RUMBO PARA ALTAIR

Desde la creación de nuestro Grupo, hemos asumido el compromiso de aportar las soluciones para el cuidado del hogar y la protección contra insectos más eficaces, innovadoras y respetuosas con las Personas y el Planeta. En 2021, superamos un primer reto estructurando nuestro concepto RSE. Nos hemos propuesto objetivos ambiciosos y medibles en el horizonte 2025: **reducir a la mitad nuestra huella medioambiental, duplicar la facturación que generamos con la venta de productos ecocertificados y, finalmente, obtener la certificación Great Place to Work.**

A mitad de camino, el balance es muy positivo: hemos perfeccionado nuestros procesos, invertido en nuestros centros de producción, formado e implicado a nuestros equipos, reelaborado nuestras fórmulas y nuestros envases, optimizado el transporte de nuestros productos... Hemos aprendido mucho y hemos sido recompensados de nuestro compromiso con el planeta, con nuestros consumidores y con nuestros colaboradores. Vamos bien encaminados para alcanzar nuestros objetivos de 2025. Este informe RSE 2023 es un fiel reflejo de ello. Por todo ello, quiero agradecer



sinceramente a cada una de nuestras partes implicadas -tanto internas como externas- por su compromiso diario con nuestro proyecto colectivo. No obstante, el estado del planeta nos exige ir aún más allá para evitar los peores efectos del cambio climático. Con este propósito, nos marcamos un nuevo rumbo en 2023. Así pues, nos hemos sumado a la iniciativa Science Based Target (SBTi) y hemos hecho validar nuestros objetivos de reducción de emisiones de CO2 por expertos en climatología. Esta iniciativa nos sirve de guía para contribuir, en la medida de nuestras posibilidades, a la acción global de lucha contra el cambio climático y ceñirnos a los objetivos fijados en el Acuerdo de París, esto es, un calentamiento mundial de 1,5 °C como máximo.

Tenemos objetivos muy ambiciosos y haremos todo lo posible por alcanzarlos. Por mi parte, me comprometo, junto al equipo de dirección, a hacer todo lo posible para que, a partir de 2024, dejemos de decir simplemente que *queremos conseguirlo* para afirmar con convicción que *¡lo vamos a conseguir!*

Etienne SACILOTTO
Presidente del grupo Altabi

Nuestra misión y nuestra estrategia **RSE**

Nuestros compromisos son guiados por nuestra misión definida y participada en 2023.

Nuestra misión

Existimos para que los consumidores más exigentes puedan disfrutar de un hogar más hermoso, más saludable y más sostenible con soluciones de limpieza especializadas que combinan la eficacia con el respeto (por las Personas y el Medio Ambiente).

Nuestra estrategia RSE

Queremos actuar con un menor impacto en nuestro planeta y sus recursos, y al mismo tiempo tener un efecto positivo en nuestros empleados, nuestros consumidores y la sociedad. Hemos integrado la RSC en nuestra gobernanza y en nuestra estrategia general para avanzar hacia un modelo de negocio cada vez más responsable y sostenible.

Nuestros 3 pilares de RSE

→ **Comprometerse
con el planeta**

→ **Comprometerse
con nuestros
consumidores**

→ **Comprometerse
con nuestros
empleados**



NUESTROS DIRECTORES

NOS HABLAN DE SUS COMPROMISOS



Anibal **AYALA VIEGAS**

DIRECTOR GENERAL
BU OROBRANDS

El 2023 ha sido otro año intenso para OROBRANDS, con avances importantes en casi todos nuestros compromisos de RSE. Los equipos de todos los departamentos siguen esforzándose al máximo, llevando a cabo proyectos ambiciosos que nos permitan alcanzar varios objetivos clave como superar el porcentaje de plástico reciclado en nuestros envases (15,8% vs. 15%, partiendo de menos del 5% en 2022), lograr un 100% de consumo de energía verde, promover la igualdad de género consiguiendo un 48% de mujeres en puestos ejecutivos y un 43% en el Comité de Dirección, así como reduciendo la diferencia salarial a tan solo un 3%, entre muchos otros logros. Por supuesto, aún queda mucho por hacer, pero estos avances son inspiradores y nos motivan para seguir trabajando duro en pos de nuestros objetivos para 2024.



Armel **DELEBARRE-DEBAY**

DIRECTOR GENERAL
BU ALTAÏR EAST

En 2023, implantamos unas iniciativas medioambientales que no sólo hacen crecer a nuestra empresa, sino que también buscan integrar a nuestro equipo. El mejor ejemplo es la campaña «Comparte una caja de cartón», para la cual todo el equipo recolectó los materiales necesarios para crear rellenos de cajas ecológicas. Asimismo, apoyamos activamente a la Fundación Szopowisko, con la implicación de toda la empresa en la recogida de alimentos para animales. Gracias a nuestra iniciativa «Ecomotores», los directores de ventas viajan en coches híbridos, reduciendo así nuestra huella de carbono. Estas actividades de responsabilidad social no sólo consolidan nuestro equipo, sino que también mantienen a todos los empleados unidos en torno a un objetivo común. Me siento muy orgulloso de este estrecho vínculo basado en los valores que estamos creando. La participación conjunta en proyectos de RSE contribuye a fortalecer nuestra comunidad.



François-Xavier **APOSTOLO**

DIRECTOR GENERAL
BU HARRIS-BRIOCHIN

En el 2023, hemos vuelto a colocar la RSE como punto central de diferenciación de nuestra marca. Obviamente, deseamos que nuestros consumidores y nuestros clientes tengan mayor conciencia aún de ello. Para ello, además de nuestra eco-certificación para la casi totalidad de nuestros productos, nos orgullece también haber realizado auténticos avances en nuestros envases con el cambio al plástico reciclado para nuestros dispensadores bomba de lavavajillas a mano y la reducción de más de 10 toneladas de plástico al eliminar las cucharas dosificadoras hasta ahora sistemáticamente presentes en nuestras bolsas de detergente en polvo. También queremos que los equipos de Briochin tengan un papel activo en el programa de RSE y, para lograrlo, se organizaron dos operaciones de sensibilización sobre la recogida de residuos en Saint-Brandan y en las playas de Saint-Malo, y finalmente, en octubre de 2023, lanzamos la tribu RSE, que reúne a 10 empleados embajadores que nos ayudarán a ir aún más rápido, más alto y más fuerte en 2024. Un año olímpico, pero también un año RSE para nosotros.



Stanislas **BAUDRY**

DIRECTOR GENERAL
BU BRUNEL

En el 2023, nuestros logros en materia de RSE han sido aún más significativos, especialmente en lo referente a la utilización de plástico reciclado en más del 50 % de nuestros envases. Pero el año 2023 también ha supuesto un importante punto de inflexión para Starwax The Fabulous, pionero y referente del DIY en las Grandes Superficies de Bricolaje desde hace más de 10 años. Si bien nuestros envases siempre han sido apreciados por su look vintage, se habían vuelto polémicos, ya que nuestra imagen impresa proyectaba una visión anticuada y desvalorizante de la mujer actual. Así pues, hemos dicho adiós al ama de casa de los años 50 para dar paso a una nueva pareja, atemporal y asertiva; una alternativa no sexista y no discriminatoria. Se trata de una oportunidad para promover la igualdad de género a través de todas las tareas domésticas. Y los resultados han sido positivos: 4,1% de cuota de mercado con un incremento del 20% (datos a 23 de noviembre).

El Grupo Altair, un actor comprometido con una droguería responsable y de calidad

Desde su creación, el Grupo Altair sigue innovando día tras día para ofrecer soluciones cada vez más eficaces pero también más respetuosas con las Personas y el Planeta. Esto es posible porque la naturaleza está repleta de riquezas, tan eficaces como los productos sintéticos, y tenemos ahora la capacidad de utilizarlas de forma racional y razonable.

3250
REFERENCIAS
PRODUCTOS

11
MARCAS

4
CENTROS DE
PRODUCCIÓN

Nuestras marcas



Valores sólidos para el grupo

SOLIDARIDAD

ÉXITO COLECTIVO

HUMILDAD

RESPONSABILIDAD

Una fuerza europea

1  **Sede Brunel** Wasquehal - **106** EMPLEADOS

2  **Fábrica Brunel** Noyelles-lès-Seclin | **115** EMPLEADOS | **Capacidad 20 000 toneladas** al año
Formulación y envasado de líquidos en frasco, botes y Bag-in-Box

3  **Sede Briochin** : Saint-Malo - **40** EMPLEADOS

4  **Fábrica Briochin** Saint-Brandan | **61** EMPLEADOS | **Capacidad 12 000 toneladas** al año
Formulación y envasado de líquidos en frasco y botes

5  **Centro logístico Briochin** : Plaintel - **21** EMPLEADOS

6  **Sede y fábrica OROBRANDS** Valencia | **110** EMPLEADOS | **Capacidad 45 000 toneladas** al año
Formulación y envasado de aerosoles y líquidos en botes

7  **Sede y fábrica Sinto** Aubagne | **35** EMPLEADOS | **Capacidad 5 000 toneladas** al año
Formulación de masillas y envasado de polvos

8  **Sede Altair East** Wroclaw - **12** EMPLEADOS

9  **Sede Enteco** : Wilrijk - **4** EMPLEADOS



Briochin



Briochin



Briochin

4

5



Briochin

1

2



Brunel

9



Enteco

8



Altair East



Sinto

7



OROBRANDS

6

Presentación de la organización RSE



La gobernanza de la RSE está plenamente integrada en el nivel estratégico más alto de la empresa, ya que la Directora de Crecimiento y Desarrollo Sostenible es miembro del Comité Ejecutivo del Grupo. La apoya un equipo que supervisa y coordina la estrategia del Grupo dentro de las distintas entidades y dirige los comités de RSE.

Con objeto de optimizar nuestra actuación y crear una auténtica cultura RSE en el seno del Grupo, hemos establecido una organización específica. El objetivo es transmitir con mayor facilidad nuestras ambiciones y acciones a todos nuestros empleados, implicarlos y aportar más sentido a su trabajo cotidiano.

Esta organización se basa en una red de embajadores de RSE seleccionados en las distintas entidades del Grupo.

Embajadores PILOTO

Su misión es informar de todas las actuaciones y cifras relacionadas con la RSE. Se encargan de nuestro plan de reducción del impacto de carbono y de la recopilación de datos clave. Esto nos permite comprender y analizar las repercusiones de nuestras acciones para ser más eficientes.

Embajadores DE COMUNICACIÓN

Tienen acceso a toda la información relativa a los compromisos y actuaciones de la RSE de la empresa. Actúan como auténticos portavoces y difunden mensajes y comunicaciones clave, tanto a nivel interno como externo, ya sean relativos al Grupo o específicos de su entidad.

El equipo RSE de nuestro Grupo



Oriane Perreux
Directora de crecimiento y desarrollo sostenible



Séverine Guilbert
Directora de Regulación Calidad RSE



Claire Thellier
Gerente RSE



Laurence Impens
Responsable de comunicación RSE

Embajadores piloto



**Bogusia
Stepniewska**



**Jodie
Le Guennic**



**Claire
Thellier**



**Jose Manuel
Cebrian Flores**



**Ayoub
Laghnimi**



Embajadores de comunicación



**Anna
Sudol**



**Carole
Doche
Le Moine**



**Nicolas
Vilquin**



**Ana
Valencia**



Nuestra contribución a los **Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)** de la ONU



Los compromisos planteados en nuestra estrategia RSE coinciden plenamente con los Objetivos de Desarrollo Sostenible adoptados en 2015 por las Naciones Unidas. Estos objetivos, conocidos también como Objetivos Mundiales, definen 17 prioridades, de aquí al 2030, para un desarrollo socialmente equitativo, seguro desde un punto de vista medioambiental, económicamente próspero, inclusivo y previsible.

Ofrecen una dirección a seguir para contribuir, a nuestra manera, a un mundo más respetuoso.



Encontraremos estos iconos a lo largo del informe con el fin de destacar nuestras acciones alineadas con el programa universal de la ONU para un desarrollo sostenible.

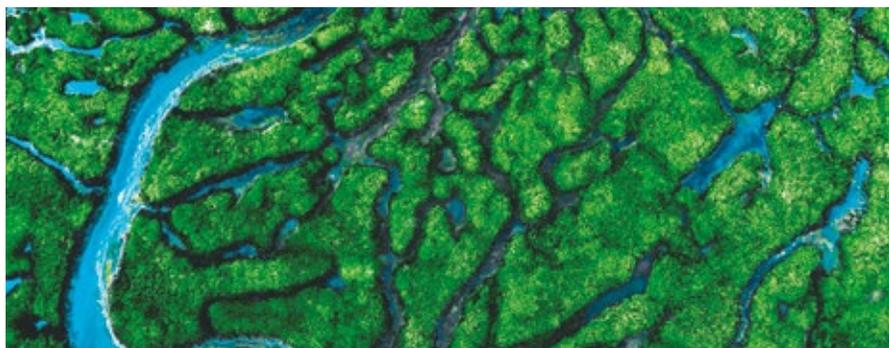
¿Cómo cumplen nuestros compromisos con los objetivos de la ONU?

	MEDIO AMBIENTE	ÉTICA	SOCIAL
PILAR	<p>PILAR 1 Comprometerse con el planeta</p>	<p>PILAR 2 Comprometerse con nuestros consumidores</p>	<p>PILAR 3 Comprometerse con nuestros empleados</p>
COMPROMISOS	<ul style="list-style-type: none"> • Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero de nuestras actividades • Reducir las emisiones de CO2 de nuestras materias primas y de nuestros envases • Optimizar el consumo de agua en nuestras producciones • Utilizar energía procedente de fuentes renovables • Reducir nuestro volumen de residuos generados • Valorizar nuestros residuos 	<ul style="list-style-type: none"> • Comprometerse con un abastecimiento responsable y sostenible • Aumentar nuestra cartera de productos productos sostenibles certificados • Vender productos formulados sin ingredientes controvertidos • Sustituir el plástico virgen por material reciclado • Establecer el perfil medioambiental de nuestros productos • Fomentar un consumo responsable para todas nuestras marcas 	<ul style="list-style-type: none"> • Promover una representación de género más equilibrada entre nuestros directivos • Formar cada año a los empleados de la empresa • Obtener la certificación Great Place To Work • Reducir al máximo la gravedad y la frecuencia de los accidentes laborales • Compartir la creación de valor con nuestros colaboradores • Implicar a nuestros empleadores con los objetivos de RSE individuales y colectivos
ODS IMPLICADOS			



Lo más destacado del 2023

COMPROMETERSE CON EL PLANETA



Validación de nuestro compromiso de reducción de emisiones de CO₂ por medio de la iniciativa Science Based Target

6,6 millones de euros invertidos en nuestros centros de producción para mejorar el rendimiento energético y reducir nuestras emisiones.

El 100% de la electricidad consumida en nuestras fábricas procedente de contratos de energía verde

Aumento de la proporción de material reciclado en nuestros envases **31,2%** en 2023

Reducción de 218 tCO₂e (es decir, -14%) en nuestras emisiones en los Alcances 1 y 2.

COMPROMETERSE CON LOS CONSUMIDORES



Implantación de una política de sustancias aplicable a todo el Grupo

1 nueva marca de insecticida con principios activos

100% vegetal



6 productos galardonados

en el Premio Responsible Care (Mantenimiento Responsable)

Fomento de una mayor igualdad de género en el reparto de tareas domésticas a través de las nuevas cartas gráficas **Briochin y Starwax The Fabulous**

600 000 unidades

producidas de la nueva piedra de limpieza Ecocert



COMPROMETERSE CON LOS COLABORADORES



1ª participación en la encuesta **Great Place to Work** con un elevado índice de participación del

88%

Formación para los directivos en **OROBRANDS**.

Campaña de sensibilización para luchar contra la discriminación en el trabajo.

Inversión en nuestros centros de producción **para mejorar la seguridad en el trabajo**

COMPROMETERSE CON LAS ASOCIACIONES



80 000 € recaudados a favor de la asociación **The SeaCleaners** para luchar contra la contaminación por plásticos de los océanos

10 000 m² de árboles plantados para restaurar los bosques incendiados de la Gironde

58 000 € recaudados para la asociación polaca de ayuda a los niños con cáncer por medio de la hospitalización a domicilio

4º año de apoyo a la asociación cultural y deportiva San Antonio:
1 200 niños asistidos en sus actividades deportivas



COMPROMETERSE con el planeta



Hugues **DEL PINO**
DIRECTOR DE
OPERACIONES ALTAÏR



Somos un grupo industrial y como tal, nuestro impacto en el planeta dista mucho de ser neutro. Conscientes de las consecuencias de nuestra actividad sobre el medio ambiente, nos hemos marcado un objetivo ambicioso: reducir a la mitad nuestra huella ecológica en el horizonte de 2025. Para lograr tal objetivo, trabajamos incansablemente desde hace años: revisión de nuestras fórmulas, de nuestros procesos industriales y de nuestros envases, además de reducción de nuestro consumo de agua y energía. En 2023, aceleramos nuestra acción

invirtiendo masivamente en nuestros centros de producción situados en el norte de Francia y en Bretaña.

Hemos optimizado nuestras unidades de fabricación con el fin de limitar las pérdidas industriales, reducir nuestro volumen de residuos, y facilitar al mismo tiempo el trabajo de nuestros equipos. También hemos introducido el transporte combinado tren-carretera entre nuestra entidad española y nuestro centro de Lille, y hemos así mismo optimizado la carga de nuestros camiones a fin de reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero asociadas al transporte. Estos proyectos de infraestructura han sido posibles gracias a la implicación inquebrantable de nuestros equipos, cada vez más involucrados en las cuestiones medioambientales de nuestro Grupo. El 2024 será, una vez más, un año rico en proyectos con, por ejemplo, la firma de un contrato de paneles fotovoltaicos y la modernización de nuestras áreas de envasado en nuestro centro industrial de Noyelles-Les-Seclin (59).

.....

Cifras clave 2023

6,6 M€ invertidos en nuestros 2 centros de producción franceses para mejorar su perfil ecorresponsable

100% de los centros de producción con contrato de energía verde

31,2% de los envases de plástico del Grupo contienen material reciclado

62,6 toneladas de papel soporte recuperadas gracias a la acción de todas nuestras fábricas

Lo más destacado del 2023

Validación de los objetivos de reducción de la emisión de gases de efecto invernadero por la iniciativa SBTi

Elaboración de un plan de acción y una trayectoria de descarbonización

Reducción de 218 tCO₂e (es decir, -14%) en nuestras emisiones en los Alcances 1 y 2.

COMPROMISOS

reducir los gases de efecto invernadero



Los informes del IPCC son contundentes, es imprescindible actuar desde ya, cada cual en su medida y de forma coordinada, para contrarrestar el calentamiento climático. Con esta perspectiva, realizamos en 2022 nuestro primer balance de carbono en todo el Grupo. A raíz de este balance, elaboramos nuestra trayectoria de descarbonización, que fue validada por el SBTi.

→ La actividad del Grupo Altair generó en 2021

89 327 
Toneladas de CO₂

Es decir, el equivalente a :



36 929 viajes de ida/vuelta París - Nueva York



11 571 vueltas a la tierra en coche



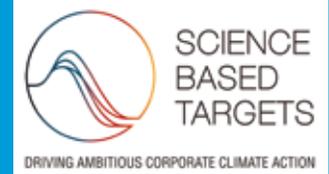
6 días de emisiones de la ciudad de París

De este total de emisiones :

94% de estas emisiones relacionadas con el producto (producción de materiales, transporte, envasado...)



6% relacionadas con el impacto de la actividad de nuestros centros (compras, desplazamientos, energía y residuos...).



¿Qué son los Science Based Targets?

Science Based Targets initiative (SBTi o iSBT en francés): Objetivos Basados en la Ciencia es una iniciativa que ofrece a las empresas un método claro, transparente y con base científica para definir unos objetivos de reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero y minimizar de esta forma su huella de carbono. Las empresas que se comprometen con la SBTi están contribuyendo a la prevención de los peores impactos del cambio climático así como también a la sostenibilidad de su crecimiento. Los objetivos se consideran «basados en la ciencia» si se corresponden con lo que la ciencia climática más reciente considera necesario para alcanzar los objetivos del Acuerdo de París.

Desde nuestra última evaluación en cuanto a la huella de carbono, nuestras emisiones de gases de efecto invernadero han disminuido un 14% en los Alcances 1 y 2, lo que representa una reducción de 218 tCO₂e.

1 - Definir nuestros objetivos de descarbonización y validarlos

Con el fin de definir unos objetivos pertinentes y ambiciosos para nuestro Grupo, y en línea con nuestras acciones de descarbonización, nos hemos unido al colectivo Science Based Targets initiative (SBTi). Esta iniciativa fue creada por el Carbon Disclosure Project (CDP), el World Resource Institute (WRI), el WWF y el Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Nuestros objetivos han sido pues validados por un comité de expertos con el fin de asegurar su coherencia con los Acuerdos de París, limitando el calentamiento climático a 1,5 °C por encima de los niveles preindustriales.

NUESTRA
CONTRIBUCIÓN
A LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE (ODS)



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

La SBTi valida los objetivos de descarbonización del Grupo Altair

➔ Objetivo 2030

Reducir en **42%**
nuestras emisiones
de gases de efecto
invernadero de
scope 1 y 2

Reducir en **25%**
nuestras emisiones
de gases de efecto
invernadero de
scope 3

¿A QUÉ CORRESPONDEN LOS ALCANCES 1, 2 Y 3?

Los scopes son una clasificación utilizada para evaluar las emisiones de gases de efecto invernadero (GEI) en el contexto de un balance de carbono.



SCOPE 1:
Emisiones directas
ligadas a la actividad
de producción



SCOPE 2:
Emisiones indirectas
ligadas al consumo de
energía



SCOPE 3:
Emisiones indirectas no ligadas
a la producción (abastecimiento,
transporte, uso, fin de vida útil...)

2 - Elaborar un plan de acción completo para los 3 scopes

Tras definir y validar nuestros objetivos de descarbonización, iniciamos en 2023 la elaboración de un plan de acción completo para todo el Grupo. Este plan incorpora los 3 scopes de nuestro balance de carbono, y cubre las tres fases que emiten más CO2, a saber: energía, transporte y ecodiseño.

“

Organizamos talleres con los equipos de I+D, marketing y suministro con el fin de identificar las mejores prácticas ya establecidas en cada empresa. Sobre esta base, fuimos asesorados por un consultor para la elaboración de nuestro plan de acción. Seguidamente trabajamos en el despliegue de algunas de estas acciones, consideradas como eficaces y capaces de ser replicadas en todo el Grupo en un corto plazo de tiempo. La fase siguiente consistirá en analizar aquellos ámbitos en los que nuestras acciones aún no son plenamente eficaces y prever proyectos en consecuencia.

Está prevista una actualización de nuestro balance de carbono scopes 2 y 1 para el 2024, así como la conclusión de nuestra estrategia climática siguiendo la metodología ADEME – Act-pas-à-pas.

Séverine GUILBERT
Directora de Regulación Calidad RSE.

”



Acciones ya realizadas en el Grupo - Enfoque en el transporte de mercancías

Veamos a continuación algunos ejemplos de acciones en materia de transporte en cada una de las empresas del Grupo:



Altair East

Desarrollo de una colaboración con mensajeros en bicicleta en la ciudad de Wroclaw para las entregas a nuestros clientes.



Briochin

- Optimización de los paquetes de consolidación y de los planes de paletización para limitar el transporte en vacío y optimizar así la carga de los camiones.
- Aumento del pedido mínimo - portes pagados pasa de 380 a 1500 euros - lo que permite realizar entregas más importantes y, por lo tanto, reducir el transporte.



Brunel

- Uso de camiones de «doble rack» para ciertas entregas, lo que permite duplicar la tasa de carga de palés (66 en lugar de 33 palés por camión). En total, 100 camiones ahorrados al año, entre Noyelles-Les-Seclin y París, es decir, unos 21 700 km evitados.
- Implantación del transporte ferroviario para una parte del trayecto de mercancías entre el centro de Oro Brands y el de Noyelles-lès-Seclin, con el consiguiente ahorro de 26 955 km de transporte por carretera y 37,6 toneladas de CO2 cada año.



OROBRANDS

Optimización del número de productos acabados, componentes y proveedores a través del programa OROFIT. Este programa tiene por objeto simplificar nuestro catálogo de materias primas con vistas a optimizar nuestros procesos de abastecimiento y lograr así un impacto positivo en nuestro balance de carbono. Desde el lanzamiento del programa en 2019, hemos reducido nuestro catálogo en un 37%, pasando de 480 skus en 2019 a 300 en 2023 mientras hemos incorporado dos nuevas marcas Tenn y Mistol durante este periodo.



Sinto

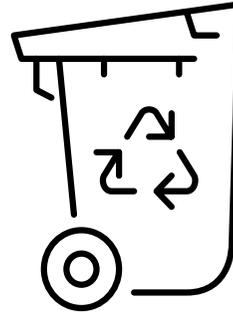
El 100% de los trayectos entre Aubagne y Noyelles-lès-Seclin se realizan en tren. Un trayecto en tren tiene 100 veces menos impacto que uno por carretera. Resultados: 100 camiones menos en las carreteras cada año, 101 200 km evitados por carretera.



COMPROMISOS

Reducir y valorizar nuestros residuos de producción

Generamos una gran cantidad de residuos: 2 976 toneladas en 2022. Es por ello que trabajamos para optimizar nuestros procesos y también invertimos para reducir nuestro impacto en el planeta.



1 - Valorizar los residuos producidos en grandes cantidades

Desde hace algunos años, en nuestros centros de producción de Briochin y Brunel, reciclamos nuestro papel cristal, esos «papeles siliconados» o «papeles soporte» sobre los que se entregan nuestras etiquetas. Reciclados en aislantes para edificios, estos productos inician una nueva vida y contribuyen también a la reinserción en el mercado laboral de personas alejadas del mundo del trabajo. En 2023, OROBRANDS se unió a esta iniciativa y encontró un socio para valorizar también estos residuos de producción.



100%

de las fábricas del Grupo reciclan sus papel cristal

62,6 T

recicladas a nivel del Grupo

NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Reducir un

25%

todos nuestros residuos de fabricación

→ Valorizar el

50%

de nuestros residuos



En OROBRANDS, también hemos apostado por la reventa de nuestros palés de madera. Los palés, portadores de carga, son un eslabón esencial de la cadena de suministro, almacenamiento y transporte. Utilizados en grandes cantidades, su fin de vida útil tiene un impacto nada desdeñable en la cantidad de residuos generados en nuestros centros de producción. Con esta acción, OROBRANDS ha podido reducir en un 21% los residuos generales por sus instalaciones en el 2023.



NUESTRA
CONTRIBUCIÓN
A LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE (ODS)



2 - Reducir nuestro volumen de residuos y la cantidad de recogidas

Aparte del volumen de envases producidos, el transporte para su reciclado o incineración tiene un impacto sobre el planeta. Por eso, en Brunel hemos invertido en un nuevo compactador de doble flujo para el tratamiento de nuestros residuos de cartón y de plástico. Optimizando estos volúmenes, incidimos directamente en las frecuencias rotacionales de los camiones necesarias para la evacuación de dichos residuos. De este modo, hemos pasado de 7 a 2 viajes de camiones recolectores al mes. Así pues, esta acción tiene un impacto medioambiental y económico importante. Para nuestro entorno directo, este nuevo sistema también supone un impacto positivo ya que evita que se vuelen nuestros residuos, que antes eran almacenados en contenedores abiertos.



COMPROMISOS

Limitar la huella medioambiental de nuestros productos



Buscando ir todavía más allá en nuestra iniciativa responsable y proponer soluciones cada vez más respetuosas con el planeta, hemos iniciado un proceso de análisis del ciclo de vida de nuestros productos. Nuestro objetivo es comprender cuáles son las fases del ciclo de vida de mayor impacto sobre el medio ambiente, así como determinar los principales retos medioambientales que entrañan, con el fin de poder actuar eficazmente.

1 - Analizar el ciclo de vida de nuestros productos

El análisis del ciclo de vida de nuestros productos (ACV) es un método normalizado (ISO 14040 y 14044). Nos permite evaluar el impacto medioambiental a lo largo de la vida útil de nuestros productos, proporcionándonos de esta forma las claves para conseguir que sean más ecorresponsables.

Comenzamos analizando algunas referencias clave de nuestro catálogo en Brunel y Briochin en abril de 2022, asesorados por el gabinete externo Eeva. Posteriormente recibimos una formación sobre el uso de un programa informático que nos permite realizar por nosotros mismos el análisis simplificado del ciclo de vida, ganando así en autonomía y reactividad. Así pues, durante varios meses,

hasta el verano de 2023, examinamos 30 referencias con el fin de establecer una base de datos de las materias primas, de las fórmulas y de los envases. Estas evaluaciones nos han permitido disponer rápidamente de una visión global de las fases de mayor impacto, según la tipología del producto, de forma que podemos considerar otras alternativas para mejorar el perfil medioambiental de nuestros productos y anticiparnos a futuros desarrollos.

El ecodiseño ya forma parte integrante de nuestra I+D y se está convirtiendo en un criterio de selección esencial para el desarrollo de nuevas fórmulas y nuevos envases.

NUESTRO OBJETIVO PARA EL 2025

→ establecer el perfil medioambiental para al menos el

50%

de nuestros productos

¿Qué es el ciclo de vida?

El ciclo de vida de un producto tiene en cuenta todas las actividades que participan en su fabricación, uso, transporte y eliminación. Se suele describir generalmente como una serie de fases y constituye la base del ecodiseño.

→ En 2023,

30 referencias clave analizadas

2 - Sensibilizar y formar a los equipos en materia de ecodiseño

Desde que iniciamos el análisis del ciclo de vida de nuestros productos, también emprendimos una labor de sensibilización y formación de nuestros equipos de I+D y marketing en materia de ecodiseño. Presentación de los resultados de las evaluaciones medioambientales de nuestros productos estrella, talleres interdisciplinarios entre los equipos de marketing y diseño de envases para elaborar planes de acción y determinar los mensajes a transmitir para reducir el impacto medioambiental de los productos durante y después de su uso.

1 taller de ecodiseño dedicado a la fase de uso de los productos (Altair)

1 taller de ecodiseño de envases dedicado al marketing (Briochin)

1 presentación de los resultados del análisis del ciclo de vida y los planes de acción (Brunel)

Algunos ejemplos de acciones de ecodiseño ya desplegadas en las empresas del Grupo

a - Reducción del volumen de plástico de nuestros envases y packagings

Hemos optimizado nuestros envases logísticos, como en Altair Este, que ha invertido en una trituradora de cartón que permite sustituir el plástico de burbujas por restos de cartón y papel usados para sujetar los botes en sus cajas de transporte. Asimismo, pedimos a los empleados su contribución trayendo de sus casas el cartón y papel que no utilizan. Esta inversión ha permitido reducir en nuestra sede

polaca un 90% el consumo de plástico, un 20% los residuos de papel y también ha evitado la emisión de 100 kg de CO₂ a la atmósfera.

En Briochin, para profundizar aún más en la creación de productos con sentido común, se han eliminado las cucharillas de plástico de los paquetes de polvos y doypacks. En realidad, las cucharillas incluidas inicialmente

en los envases pueden ser sustituidas por cucharas soperas utilizadas a diario por los usuarios. Resultados: - 10 toneladas de plástico ahorradas al año.



b - Desarrollar las recargas y los doypacks

En **OROBRANDS**, la marca Tenn ofrece actualmente recargas sin cabezal pulverizador en sus 2 referencias más populares (limpiador de cocinas y limpiador multiusos). Esta solución permite reducir en un 30% el volumen de plástico de estos productos.



En cuanto a **Briochin**, la marca ha multiplicado por 7 el número de referencias disponibles en doypacks, en formatos de 450g y 900g (Bicarbonato, Ácido cítrico, Tierra de Sommières, Cristales de sosa, Percarbonato, Lavavajillas en polvo, Polvo de WC). Efectivamente, el hecho de optar por formatos flexibles permite reducir considerablemente el volumen de plástico en comparación con los envases rígidos más gruesos. Los nuevos envases también incluyen consejos y ecogestos para sensibilizar a los consumidores.



c - Utilizar más plástico reciclado en nuestros envases

En el 2023 hemos proseguido con nuestra política de introducción de plástico reciclado en nuestros envases, incluso en países donde esta práctica aún no está muy extendida, como es el caso de España. Al trabajar con este material reciclado se evita producir plástico virgen y, por lo tanto, utilizar recursos fósiles no renovables como el petróleo.

En Briochin, se inició un trabajo exhaustivo en 2021 que continuó en 2022 y 2023, permitiendo aumentar de 64% a 95% el porcentaje de envases de PEAD que contienen como mínimo un 50% de plástico reciclado. Los botes negros, rosas y transparentes también han sido reelaborados para aumentar el porcentaje de plástico reciclado en su composición al mismo nivel que los

botes azules, ya revisitados en 2022.

Nuestra empresa española OROBRANDS ha llevado a cabo un gran trabajo en todas sus marcas: Tenn, Mistol y Oro. Por ejemplo, los suavizantes y los lavavajillas, productos estrella de la marca Oro, se han cambiado a botellas con un 100% de plástico reciclado y también los detergentes y limpiadores han pasado a incluir un 25% de plástico reciclado. Gracias a todos los proyectos realizados en este sentido, el consumo de material reciclado se ha incrementado en más del doble, pasando del 6% en 2022 al 12% en 2023.

En Brunel, hemos ahorrado más de 13 toneladas de plástico virgen

en todo el año. Esto ha sido posible utilizando material 100 % reciclado en nuestros botes de 250 ml, garrafas de 1 l y tapones blancos. Desde el lanzamiento de esta iniciativa en 2020, el conjunto de nuestros proyectos ha permitido ahorrar cerca de 250 toneladas de plástico virgen al año.



→ En 2023,
31,2%
de los envases de plástico del Grupo contienen material reciclado



NUESTRA
CONTRIBUCIÓN
A LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE (ODS)

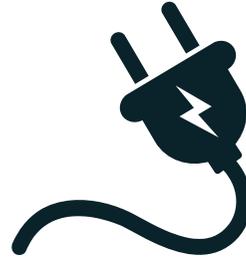
11 SUSTAINABLE CITIES
AND COMMUNITIES



13 CLIMATE
ACTION



Actuar sobre nuestro consumo energético



NUESTRO OBJETIVO PARA EL 2025

→ Llegar al

100%
de electricidad verde

Nuestros centros de producción necesitan consumir para su funcionamiento grandes cantidades de energía y esto a pesar de nuestros esfuerzos por reducirlas drásticamente. En el 2023, hemos alcanzado un nuevo logro con la validación de contratos de energía verde en todos nuestros centros de producción franceses.

Desde el 2023, nuestros centros Brunel (Noyelles-lès-Seclin - 59), Sinto (Aubagne - 13) y Briochin (St Brandan - 56) han virado a contratos de electricidad verde. La elección de un contrato de electricidad verde supone comprometerse con un consumo más respetuoso con el medio ambiente ya que esta energía utiliza fuentes naturales e inagotables. Además, su consumo genera pocos gases de efecto invernadero y residuos contaminantes.

Desde hace 2 años, nuestro centro español OROBRANDS también ha optado por las energías renovables. Actualmente, el 100% de su energía procede De estas fuentes, donde el 50% de esta energía procede sus propios paneles solares instalados en los tejados de la fábrica.

Así pues, desde 2023, el conjunto de nuestros centros de producción se acoge a contratos de energía verde.

→ Así pues, desde 2023,

el conjunto de nuestros centros de producción se acoge a contratos de energía verde.



NUESTRA
CONTRIBUCIÓN
A LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE (ODS)







Inversiones virtuosas en nuestras herramientas industriales

En el 2023, el Grupo ha realizado inversiones importantes en dos de sus centros de producción franceses: el centro de Noyelles-Lès-Seclin (59) y el de Saint Brandan (56). Estas inversiones, por una cuantía total acumulada de 6,6 M€, han permitido mejorar el rendimiento energético de los centros, reducir la contaminación y las emisiones de gases de efecto invernadero, pero también mejorar el confort en el trabajo de los empleados así como sus competencias técnicas.

Brunel : un nuevo taller de alta tecnología y ecorresponsable

El centro de Noyelles-Lès Seclin, anteriormente clasificado Seveso, ha sido sometido en 2023 a importantes obras que han permitido su desclasificación y la optimización de su rendimiento de producción así como de su impacto medioambiental. Gracias a estas inversiones, Brunel cuenta actualmente con equipos de nueva generación para sus talleres de fabricación y envasado.



1 - Optimizar la producción

Ganar en seguridad y flexibilidad:

Los equipos han recibido ocho nuevas cubas, con revestimientos técnicos específicamente adaptados para la preparación de todo tipo de fórmulas, sea cual sea su pH. Desarrollamos de esta forma nuestra capacidad de innovación de productos.

Mejorar la calidad y reducir el derroche:

Este taller cuenta con un sistema totalmente automatizado para la introducción de las materias primas de las que se componen las fórmulas, permitiendo así reducir el despilfarro de material y mejorar aún más la calidad.

Ahorrar en agua:

Por su parte, el proceso de limpieza automatizado permite reducir de manera significativa la cantidad de agua de limpieza utilizada. La reducción de consumo de agua prevista para estos usos es superior al 20%.

Reducir nuestras emisiones de gases de efecto invernadero:

Finalmente, estas instalaciones están equipadas con un sistema innovador de captación de emisiones contaminantes utilizando carbón activo susceptible de ser reactivado, lo cual reduce significativamente el impacto carbono en 37 toneladas al año.

En cifras

8 NUEVAS CUBAS

-20% DE AGUA

-37T DE CO₂ EQ. GENERADAS

70 h DE FORMACIÓN

2 - Mejorar la calidad de vida y las condiciones laborales

Incrementar las competencias:

El nuevo taller de producción, puntero en cuanto a automatización, ofrece a los empleados la oportunidad de mejorar considerablemente sus competencias, gracias a una formación prevista de más de 70 horas para aprender a operar las nuevas máquinas puestas a su disposición.

Mejorar las condiciones laborales y la seguridad:

El entorno laboral ha sido completamente remodelado para ser más ergonómico, facilitar las distintas tareas y favorecer así el bienestar de los empleados. Además de la reforma del taller de fabricación, también se han realizado cambios en el taller de envasado. Entre las mejoras, los empleados contarán, entre otras, con el refuerzo de brazos robotizados que se encargarán de depositar los paquetes en los palés y facilitar el aumento de los volúmenes de producción.

“ Con nuestro equipo de proyecto, tomamos una decisión atrevida: conseguir optimizar nuestro proceso y nuestra herramienta de fabricación con respeto a las restricciones de nuestra actividad. Esta nueva tecnología, que aún a rendir con beneficios ambientales y sociales, está al servicio de nuestros equipos, de la empresa y del Grupo ”



Guillaume **SIDERI**
Director del centro industrial



Briochin: una nueva línea de producción para los productos en pasta

Los productos en forma de pasta constituyen unas referencias tradicionales en el catálogo de nuestro Grupo, especialmente para la marca Briochin. Este año, el centro bretón de Saint-Brandan ha renovado íntegramente su línea de fabricación para mejorar el proceso de fabricación. Esta optimización también ha permitido lanzar una nueva fórmula más respetuosa de nuestra piedra de limpieza.

1 - Optimizar la producción

Nuestro proceso industrial ha sido completamente renovado en pocos meses, gracias a la implicación inquebrantable de los equipos. La renovación de la línea de fabricación de las pastas permite ahora verter las fórmulas líquidas en caliente, adquiriendo éstas una textura similar a la pasta o la piedra cuando se enfrían. Este cambio de procedimiento suma nuevos conocimientos industriales al Grupo. También nos permite optimizar los procesos de fabricación de nuestras referencias actuales (jabón negro blando...) y aumentar nuestra capacidad de innovación proponiendo nuevos formatos sólidos (pastilla, stick...).

2 - Mejorar el perfil medioambiental de la oferta de productos

Las inversiones realizadas en nuestro centro de producción bretón han permitido optimizar la fórmula de nuestra piedra de limpieza, un limpiador multiusos reconocido y apreciado por nuestros consumidores. Ligeramente abrasivo y apto para el contacto alimentario, limpia, desengrasa, protege y abrillanta todo tipo de superficies lavables, tanto en interior como en exterior. La fórmula ha sido revisada para mejorar su perfil medioambiental así como su eficacia.

Esta nueva versión, certificada por Ecocert, está actualmente formulada a partir de un 99% de ingredientes de origen natural y francés. En efecto, se compone principalmente de caolín bretón, polvo de mármol de los Pirineos y jabón negro de nuestra fábrica bretona. El abastecimiento local permite, entre otras, evitar el transporte de materias primas. Esta evolución también ha permitido integrar la fórmula en todos los catálogos de las marcas del Grupo, limitando así la necesidad de abastecimiento externo, que puede encontrarse a veces a varios miles de kilómetros.



3 - Mejorar la satisfacción de los consumidores

Esta nueva fórmula de piedra de limpieza, más blanda y que no endurece al secarse, puede sorprender a los usuarios habituales. Por este motivo, se ha realizado una encuesta a los consumidores para evaluar su uso y su satisfacción.

Los resultados son reveladores:

- 8,6/9 de puntuación de satisfacción de los consumidores (hasta 1 punto de diferencia con respecto a las fórmulas anteriores).
- Los elementos más apreciados han sido la eficacia en la limpieza (8,25/9), la eficacia en las zonas difíciles (8,35/9) y el respeto de las superficies (8,75/9).
- El 95% de los encuestados manifestaron el deseo de volver a utilizar este producto
- El 93% de los usuarios considera que la composición del producto es importante para ellos. Esperan, sobre todo, obtener certezas sobre la naturalidad del producto, su inocuidad para la salud y la ausencia de alérgenos.



En cifras

14 REFERENCIAS DE PIEDRA DE LIMPIEZA PRODUCIDAS EN SAINT BRANDAN

600 000 UNIDADES PRODUCIDAS AL AÑO

6 MARCAS DEL GRUPO LA COMERCIALIZAN: BRIOCHIN, MAISON BRIOCHIN, STARWAX, SOLUVERT, TENN Y ORO PROFESSIONNEL

NUESTRA CONTRIBUCIÓN A LOS OBJETIVOS DE DESARROLLO SOSTENIBLE (ODS)



COMPROMETERSE con nuestros consumidores





Oriane **PERREAUX**
DIRECTOR GENERAL
DIGITAL COMMERCE ALTAÏR



Desde siempre hemos estado innovando para ofrecer a nuestros consumidores

soluciones seguras y eficaces para embellecer, sanear, proteger y renovar sus hogares. Llevamos a cabo esta misión con una conciencia profunda del impacto que nuestro Grupo ejerce sobre el planeta y sus habitantes. De ahí que desde la creación de nuestro Grupo hayamos estado plenamente comprometidos con un objetivo: el de mejorar el perfil medioambiental de nuestros productos de limpieza y de hecho, así fue cómo creamos las primeras gamas de productos especializados a base de ingredientes naturales o ingredientes tradicionales, a menudo pioneros en nuestros circuitos en materia de ecocertificación y de compromiso responsable y cívico de nuestras marcas. En 2023, logramos un nuevo reto: nos

rodeamos de expertos como los del gabinete EVEA para analizar con mayor precisión el impacto de nuestros productos en el medio ambiente utilizando métodos certificados de análisis del ciclo de vida. Esto nos permitió elaborar una guía detallada y ambiciosa con la que poder actuar eficazmente en todas las fases del ciclo de vida de nuestros productos. Partiendo de este trabajo, pero no de forma exclusiva, también hemos definido una carta medioambiental dirigida a los proveedores y una política de ingredientes a nivel del Grupo, hemos desarrollado nuevas fórmulas y nuevos envases y hemos establecido una comunicación didáctica y comprometida con los consumidores. Para ser eficaces y alcanzar los objetivos ambiciosos que nos hemos marcado, tenemos que actuar de forma colectiva. Será involucrando a todas las partes implicadas en nuestros productos -desde los proveedores hasta los consumidores, pasando por los transportistas, los distribuidores y los profesionales de la recogida y valorización de residuos- como lograremos desarrollar productos igual de eficaces pero definitivamente más virtuosos.

2024 será el año en que se desarrollen muchos de los proyectos colectivos iniciados en 2023, de modo que podamos avanzar todos juntos hacia la consecución de los objetivos globales en materia de clima.

.....

Cifras clave 2023

12 nuevas referencias de insecticidas con principios activos de origen natural que componen la nueva marca K vegetal

6 productos de las marcas Starwax Soluvert y Briochin premiados en la 1ª edición del Premio al mantenimiento responsable «Responsible Care»

600 000 unidades producidas de la nueva piedra de limpieza Ecocert

Lo más destacado del 2023

Implantación de una Política de Sustancias a nivel de grupo para prohibir las sustancias controvertidas.

Lanzamiento de innovaciones de productos más virtuosas y fáciles de usar para los consumidores.

Intensificación de la comunicación responsable dirigida a los consumidores en redes sociales y en los envases

Fomento de la igualdad de género en las tareas del hogar gracias a las nuevas imágenes de Briochin y Starwax The Fabulous

COMPROMISOS

Prohibir las sustancias controvertidas



Cada día nuevas sustancias vienen a sumarse a la lista de sustancias controvertidas en la industria química. Por eso, trabajamos con nuestros laboratorios y nuestros empleados para eliminar toda sustancia potencialmente nociva en cada una de nuestras formulaciones, y ello incluso antes de ser un requisito normativo.

Con el fin de garantizar una buena composición de nuestros productos, hemos redactado una Política de Sustancias para todo el Grupo. En ella figuran las materias químicas que nos comprometemos a no incluir directamente en los productos que fabricamos (o que hacemos fabricar por terceros) por razones de toxicidad y ecotoxicidad, pero también para evitar la exposición de los trabajadores en los centros de producción. Así pues, hemos establecido una lista de 20 categorías de sustancias. Cada trimestre revisamos la conformidad de nuestras fórmulas y cada año actualizamos nuestra lista de sustancias prohibidas.

Nuestra política de sustancias es la concreción de nuestro compromiso responsable. Se trata de un planteamiento voluntarista y ambicioso, que va más allá de las obligaciones impuestas por la normativa, ya de por sí muy restrictiva en nuestro sector de actividad. Su objetivo es ser aplicada a todas nuestras marcas y a nuestro catálogo.

¿Cómo se elabora la Política de Sustancias del Grupo Altair?

La elaboración continua de esta lista se basa en:

- El estado de conocimientos técnicos y científicos en nuestros sectores de actividad, incluidos los datos puestos a disposición por las asociaciones científicas;
- Las exigencias de las «políticas de sustancias» de nuestros clientes-distribuidores;
- El examen de los referenciales relativos a las distintas etiquetas susceptibles de ser aplicables a nuestros productos o sectores conexos (Ecoert, Ecolabel Europeo, CDC Natures & Progrès, Nordic Swan...).

NUESTRO OBJETIVO PARA EL 2025

→ Conseguir el

100%

de nuestras referencias exentas de sustancias controvertidas



NUESTRA
CONTRIBUCIÓN
A LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE (ODS)

Algunos ejemplos de sustancias prohibidas en nuestras fórmulas

LAS SILICONAS son componentes de síntesis derivados del petróleo. Se utilizan en productos de limpieza y generalmente actúan como ingredientes antiespumantes. Si bien parecen inocuas para la salud, son poco biodegradables. Constituyen, por tanto, una fuente de contaminación acuática ya que, una vez en el agua, tardan cientos de años en degradarse por completo.

LOS FTALATOS se utilizan como agente estabilizador en perfumes. Son considerados como irritantes, cancerígenos y alteradores del equilibrio hormonal. Efectivamente, muchos ftalatos pueden afectar el desarrollo del feto y causar problemas de fertilidad.



Mantenemos desde hace tiempo en nuestras distintas filiales y según nuestras respectivas culturas y tipologías de productos, una vigilancia de determinadas familias de sustancias. Era necesario poner en común estas exigencias a fin de armonizar nuestro Grupo y formalizar oficialmente una lista de sustancias prohibidas y controladas, más allá de las exigencias reglamentarias existentes. Trabajamos este verano con los equipos de I+D de cada entidad, SINTO, OROBRANDS, BRIOCHIN y BRUNEL, para la puesta en común y la elaboración de una lista que nos servirá de directriz común para futuros avances y para el mantenimiento de nuestras carteras actuales. La lista se compartirá a principios de 2024 a nivel interno así como también con nuestros proveedores y clientes.

Hélène **ROUSSAUD**
Responsable de Reglamentación
en Brunel



Las sustancias peligrosas se sustituyen lo antes posible por otros ingredientes más seguros para la salud.



COMPROMISOS

Desarrollar productos más naturales y más prácticos



Somos tan exigentes como nuestros clientes y por eso trabajamos con nuestros colaboradores para desarrollar fórmulas más naturales que conserven la misma eficacia pero resulten más prácticas y agradables de usar para los consumidores.

1- Facilitar el acceso de los consumidores a los «conocimientos verdes»

Lanzamos en 2023 nuestra nueva marca francesa, disponible en la sección de insecticidas domésticos de los supermercados: K vegetal. Se trata de fórmulas avanzadas a base de ingredientes activos 100% de origen vegetal o de feromonas. Esta gama viene a complementar las ya existentes en los lineales, pues responde a una necesidad no cubierta del mercado, la de una marca comprometida, fácilmente accesible e innovadora. Por ejemplo, el spray anti-nidos de avispas y avispones K: esta fórmula, sin activos sintéticos, es de eficacia inmediata y está científicamente probada en un radio de alcance de 6 metros. Su composición a base de piretro, un insecticida vegetal, extraído de flores secas de crisantemo, es el resultado de 9 meses de trabajo de desarrollo.



→ En 2023,

12

referencias bajo la marca K vegetal

NUESTRO OBJETIVO PARA EL 2025

20%

de nuestra facturación logrado con la venta de productos certificados sostenibles (Ecocert, FSC o Ecolabel...)

Una marca 100% responsable

Totalmente coherentes con nuestro ADN responsable, hemos lanzado para nuestra marca K vegetal un sitio web de bajo impacto. Esta iniciativa se inscribe en nuestra voluntad de ofrecer no sólo productos ecológicos, sino también una experiencia de usuario también respetuosa con el medio ambiente. Así, la puntuación de carbono de este nuevo sitio de la marca representa 0,26 g de CO2 por visita, es decir, un volumen menos elevado que el 72% de los sitios evaluados. Para lograrlo, hemos simplificado al máximo el recorrido del usuario a fin de reducir el número de páginas cargadas por visita, y también hemos optimizado los soportes: fotos comprimidas, ilustraciones y pictogramas SVG, vídeos alojados en Youtube...



2 - Innovar para ganar en eficacia y facilidad de uso

En 2023, lanzamos al mercado una nueva fórmula para nuestra gama de saturadores de Alta Protección. Este proyecto tiene por objetivo reducir nuestro impacto medioambiental para esta categoría de productos, garantizando al mismo tiempo una calidad y una facilidad de aplicación óptimas.



Este proyecto ha necesitado una treintena de pruebas internas, aplicaciones comparativas en laboratorios externos y tests entre nuestros proveedores. Nuestro objetivo era encontrar una fórmula tan eficaz como nuestros productos clásicos, que integrase ingredientes de base biológica, lo cual constituye una auténtica innovación en el mercado. Y ahí tenemos los resultados: la eficacia es la misma que la de los productos clásicos sin ingredientes biológicos (resistencia a los rayos UV, al agua clorada, a las manchas de alimentos, a la humedad...). También ha mejorado la aplicación para el consumidor (aspecto homogéneo, ausencia de retardos, textura gelificada...). En cuanto al impacto ambiental, hemos realizado un análisis de Carbono 14 en un laboratorio externo para diferenciar el origen biobasado del origen fósil del carbono de un producto. Hemos descubierto así que el 48% de las materias orgánicas de nuestra nueva fórmula son de origen biológico, lo cual corresponde a una fórmula con un 95% de ingredientes de origen natural.

Gracias a este proyecto, 245 toneladas de producto pasarán a una fórmula bio procedente a partir de 2023.

Vincent Pelini
Responsable de proyectos de I+D en Brunel



NUESTRA
CONTRIBUCIÓN
A LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE (ODS)



Fomentar un consumo responsable para todas nuestras marcas



El impacto de nuestros productos para el planeta engloba también el uso que de ellos hacen los consumidores. Por eso, además de trabajar en el ecodiseño de nuestras fórmulas y nuestros envases, actuamos con los usuarios para sensibilizarlos sobre la necesidad de un uso responsable de nuestros productos.

**NUESTRO OBJETIVO
PARA EL 2025**

100%

Todas nuestras marcas estarán comprometidas con la promoción de un consumo responsable

1 - Fomentar la igualdad de género en las tareas del hogar

Nuestras marcas Briochin y Starwax The Fabulous han sido siempre muy apreciadas por nuestros clientes y consumidores por su eficacia y también por su aspecto retro y colorido. Sin embargo, en los últimos años, nuestros envases habían generado cierta polémica. Mientras que las figuras femeninas que aparecían en nuestros productos representaban a mujeres amas de casa, expertas en limpieza y dispuestas a compartir sus secretos, en la actualidad la imagen de estos personajes resulta anticuada y degradante para la mujer de hoy. Si bien es cierto que los hombres tienden a ocupar su lugar en las tareas domésticas, el último estudio sobre el tema muestra que hoy en día las mujeres pasan 10 horas más a la semana que sus homólogos masculinos en dichas tareas (fuente INSEE). Como marcas de productos domésticos, nos sentimos con el deber de posicionarnos sobre el tema de la igualdad de género en las tareas domésticas.

Por ese motivo, Briochin y Starwax The Fabulous han lanzado nuevas imágenes, más modernas, que proponen una visión menos sexista de los artículos de droguería. Las figuras femeninas aparecen ahora en poses más asertivas pero, sobre todo, también aparecen en los envases de ambas marcas hombres utilizando nuestros productos de limpieza.



2 - Fomentar la reparación

Desde 1947, la empresa Sinto propone soluciones duraderas y eficaces de reparación, adaptadas a las limitaciones de cada material. El objetivo es brindarle una nueva vida a los equipos del día a día. Así, la marca inspira y acompaña a los aficionados al bricolaje, principiantes o expertos, en una iniciativa de reparación sostenible. En un contexto en el que el 85% de los franceses se declara más partidario de reparar lo que se rompe o estropea (fuente: encuesta LSA/Appinio 2023), Sinto afirma más que nunca su voluntad de acompañar a estos usuarios en su iniciativa de reparación con un nuevo lema que reza “No tires, repara” y una campaña publicitaria destinada a los consumidores.

SINTO®

NE JETEZ PLUS • RÉPAREZ !

3 - Compartir ecogestos y consejos en nuestros envases

Para una mayor transparencia y facilidad de uso de nuestros productos, hemos incluido consejos y sugerencias en nuestros envases. Por ejemplo, la gama en polvo de nuestros productos Briochin aprovechó el cambio al formato doypack para difundir información sobre la composición de sus envases y ofrecer consejos prácticos, con el fin de seguir avanzando en materia de consumo responsable.

4 - Implicarse con el proyecto Clevercare

La industria textil es la segunda industria más contaminante del mundo, tan sólo por detrás de la petrolera: materias primas de origen petroquímico, producción contaminante, lavados repetitivos, reciclado deficiente al final de la vida útil... Es en este contexto donde nuestra marca Starwax se ha sumado a la propuesta Clevercare. El objetivo de esta iniciativa es sensibilizar a los consumidores sobre un mantenimiento ecológico de sus productos textiles. Así pues, todos los accesorios textiles de Starwax se acogen a este enfoque. Podemos encontrar consejos concretos en las fichas de producto de la página web de Starwax.

5 - Comunicar de forma activa nuestra estrategia RSE

Para motivar a los consumidores a un uso más responsable de los productos de limpieza, hemos intensificado nuestra comunicación sobre los temas de RSE en las redes sociales. Así, Altair East dedica 1/3 de sus posts en Facebook y TikTok a los temas relacionados con la protección del planeta, el consumo responsable, la oferta ecológica de nuestras marcas y las actuaciones de RSE llevadas a cabo dentro del Grupo.

→ Resultados:

610K

visualizaciones en el vídeo polaco más popular / un incremento de 15% del índice de implicación de la comunidad



NUESTRA
CONTRIBUCIÓN
A LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE (ODS)

11 SUSTAINABLE CITIES
AND COMMUNITIES



5 GENDER
EQUALITY



¿En qué consiste la iniciativa Clevercare?



Clevercare.info es a la vez un logotipo y un sitio web. Su propósito es alentar la adopción de ecogestos sencillos en la vida diaria, con múltiples beneficios como: preservar la calidad de los productos textiles, aumentar su duración de vida, reducir la huella de carbono y ahorrar energía.



Etiquetas y premios que avalan la calidad y la transparencia

Exigentes tanto en la eficacia como en el impacto medioambiental de nuestros productos, no dejamos de innovar día tras día junto a nuestros empleados para responder a las especificaciones más exigentes en materia de prácticas medioambientales. Aspiramos a las certificaciones más prestigiosas, como Ecocert y Air-Label, y hemos obtenido el 1er premio “Responsible Care” (Mantenimiento Responsable), otorgado por los consumidores.

1 - LA ETIQUETA ECOCERT



Las certificaciones emitidas por Ecocert garantizan y valorizan las mejores prácticas medioambientales. Cumplir con las drásticas especificaciones que impone el estándar nos obliga a encontrar soluciones eficaces para nuestras nuevas formulaciones. Actualmente, el 14 % de nuestro catálogo ha obtenido la certificación Ecocert. Nuestro objetivo para el 2025 es ofrecer más de 200 referencias ecocertificadas en nuestro catálogo.

2 - LA ETIQUETA AIR-LABEL



Con un aire de 5 a 10 veces más contaminado en interiores que en exteriores, la calidad del aire interior se ha convertido en un auténtico reto para la salud pública. Por eso colaboramos con Air Label, la primera etiqueta independiente que garantiza la mejor información sobre el riesgo de toxicidad por inhalación en el aire interior. En 2023, contábamos con 21 referencias Starwax certificadas Air-label en nuestro catálogo.



3 - LA MEDALLA DE ORO DE ECOVADIS

En su evaluación, Brunel ha recibido la medalla de oro por el organismo internacional EcoVadis, lo que sitúa a la empresa en el Top 5% de las empresas evaluadas por EcoVadis. Esta evaluación está basada en 4 temas: medio ambiente, derechos humanos, ética y compras responsables. Obtuvimos una puntuación de 68/100 después de revisar 102 criterios de análisis, entre los cuales se resaltaron 61 puntos fuertes, como nuestra política medioambiental sobre contaminación del aire, nuestra gestión de trayectorias profesionales y formación y nuestra política sobre corrupción. Creada en 2007, EcoVadis es la primera plataforma colaborativa de calificación de responsabilidad social empresarial (RSE). Con el transcurso del tiempo se ha convertido en una de los principales organismos de calificación de la RSE, con una red mundial de más de 75.000 empresas evaluadas.

68/100

4 - EL PREMIO AL MANTENIMIENTO RESPONSABLE («RESPONSIBLE CARE»)

6 productos de las marcas Starwax Soluvert y Briochin han sido premiados en la 1ª edición del Premio «Responsible Care» al mantenimiento responsable.

Especialista independiente en la evaluación de productos por parte de los consumidores, Monadia recompensa con prestigiosos premios los productos alimentarios (Sabor del Año) y cosméticos (Victoria de la Belleza). Este año, este organismo ha decidido premiar un nuevo tipo de productos: los productos de limpieza responsables. El objetivo del premio es “animar a los franceses a adoptar un estilo de vida y un consumo más sostenibles”.

Este premio se otorga en base a unas pruebas de uso realizadas a ciegas por consumidores, bajo el control de un laboratorio de análisis sensorial. A estos criterios se suman varios más, como el nivel virtuoso de la fórmula, la tasa de reciclabilidad del envase o los compromisos asumidos por la marca en pro de la sostenibilidad. Las referencias premiadas de Starwax Soluvert son el Limpiador Concentrado para Azulejos, el Limpiador Concentrado para Parquets y el Antical Express. En Briochin han sido las dosis de desengrasantes para la cocina, dosis de limpiadores multiusos y dosis de detergentes en polvo.



5 - EL PRECIO DE LAS PERLAS DEL MERCADO POLACO

Briochin recibió el premio polaco “Market Pearls 2023” en la categoría de productos de limpieza para el hogar. Este premio es el resultado de una evaluación independiente de los distribuidores nacionales que premian los nuevos productos en el mercado según diferentes criterios: composición, calidad, embalaje, pero también ecorresponsabilidad. Este concurso nacional destacó 3 productos Briochin (desengrasante de cocina, limpiador de baños y jabón de Marsella concentrado) otorgándoles una de las distinciones más importantes, promoviendo así la alta calidad y eficacia de estos productos ecológicos.



Creada en 2007, EcoVadis es la primera plataforma colaborativa de calificación de responsabilidad social corporativa (RSC). Con el tiempo, se ha convertido en una de las organizaciones de calificación de RSE más importantes, con una red global de más de 75.000 empresas evaluadas.

COMPROMETERSE con nuestros empleados





Julien **DELESALLE**
DIRECTOR ADMINISTRATIVO
Y FINANCIERO ALTAÏR



En 2021, nos propusimos como objetivo conseguir la certificación Great Place

To Work® antes de 2025. Trabajamos a diario, desde hace 3 años, para conseguirlo. Esto supone mejorar la calidad de vida en el trabajo, formar a nuestros equipos y optimizar su seguridad, y también abrir a todos, sin discriminación, las empresas de nuestro Grupo.

En 2023, presentamos por primera vez nuestra candidatura a esta certificación internacional de referencia. Nuestro

objetivo era evaluar el camino que nos quedaba por recorrer para conseguirla. El balance es muy positivo y refleja nuestro compromiso con nuestros empleados: un índice de participación del 88% y un índice de confianza (Trust Index) -media de respuestas positivas- del 62%. Estamos a sólo 3 puntos de la certificación desde nuestra primera participación. En base a esta encuesta y a nuestros resultados, hemos diseñado unos planes de acción específicos para cada una de nuestras entidades, que nos permitirán avanzar hacia la obtención de esta certificación de aquí a 2025. Así, nos centraremos en 2024 en la formación de los directivos y en la digitalización de los procesos de RRHH para guiar cada vez mejor a nuestros equipos y ayudarles a crecer. La comunicación también se intensificará para dotar de mayor sentido a nuestras acciones.

.....

Cifras clave 2023

1^a participación en la encuesta Great Place to Work

88% de los participantes, **una tasa elevada para un primer estudio**

78% de los empleados se declara **orgulloso de trabajar para el Grupo**

80% siente que **contribuye a cambiar las cosas**

>85% considera **ser tratado de forma equitativa** con independencia de su orientación sexual, su género o su origen

Lo más destacado del 2023

Formaciones para ayudar a los empleados a prevenir las discriminaciones en el entorno laboral.

Inversiones en nuestros centros de producción de Noyelles-Lès-Seclin (59) y Saint Brandan (22) para mejorar las condiciones laborales de nuestros equipos

Medalla de oro en la evaluación Ecovadis, que nos coloca en el Top 5 de las empresas evaluadas.

Fomentar el bienestar en el trabajo

Para el 2025, nos hemos propuesto conseguir la certificación Great Place To Work®. Para ello, realizamos una primera evaluación con el organismo internacional en 2023 y llevamos a cabo diversas acciones para mejorar el día a día de nuestros equipos en cada una de nuestras empresas.

NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Obtener la certificación Great Place to Work®

→ Obtener

65%

de reacciones positivas en la encuesta Great Place to Work® (62% en 2023)

1 - Llevar a cabo nuestra primera encuesta Great Place To Work®

Llevamos ya 3 años implicados en un proceso de auditoría social interna con el organismo Happy Index at Work, pero deseábamos mejorar nuestro nivel de exigencia y afinar nuestros criterios de evaluación. Así que por primera vez, pasamos en 2023 por la certificación Great Place to Work® para poder de esta forma ajustar nuestros planes de acción. Esta evaluación, realizada en todas las empresas del Grupo Altaïr, nos permitió evaluar nuestra situación y perfeccionar nuestros planes de acción con vistas a alcanzar nuestro objetivo para 2025.

¿LO SABÍA?



Great Place To Work® es la referencia mundial en cuanto a la experiencia de los empleados.

Desde 1992, este organismo ha encuestado a más de 100 millones de empleados en 60 países.

Sus respuestas han permitido determinar las características que definen una experiencia de calidad para los empleados.

Great Place To Work® se vale de 2 herramientas de diagnóstico para su evaluación:

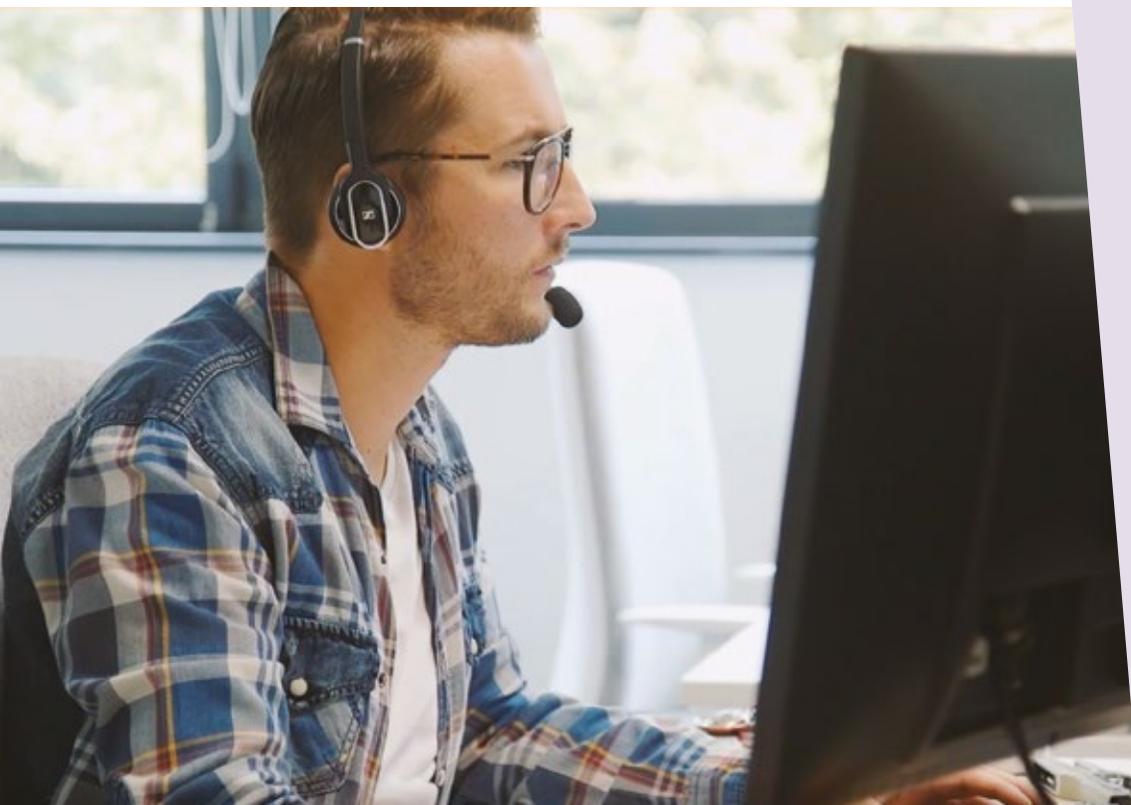
- **El trust index :** un cuestionario anónimo dirigido a los empleados, basado en 5 dimensiones (credibilidad, respeto, imparcialidad, orgullo y compañerismo).
- **Cultura de auditoría :** un informe a cumplimentar por la empresa, y que permite identificar los programas y las prácticas de gestión. Este informe es evaluado por Great Place To Work® sobre la base de una escala de clasificación internacional.

Los resultados en 2023

399
encuestados, es decir, un índice de participación del **88%**

- **Trust Index® = 62%**
es decir, 8 puntos más que la media de los empleados franceses en 2023 que era de 54%
- **El orgullo de pertenencia y el compañerismo** son los temas que obtienen los mejores resultados.
- **Las 5 dimensiones mejor valoradas*** respecto a la media de resultados en las empresas francesas

*Credibilidad, Respeto, Equidad, Orgullo, Convivencia/compañerismo



Las enseñanzas clave

Esta auditoría nos ha permitido tomar conciencia de los puntos fuertes en los que podemos apoyarnos para mejorar la experiencia de los empleados de nuestros equipos:

TASA DE RESPUESTA POSITIVA	TEMÁTICA ABORDADA
>90%	 LA IGUALDAD DE TRATO (ORIGEN ÉTNICO Y ORIENTACIÓN SEXUAL)
86%	 LA ACOGIDA DE LOS RECIÉN LLEGADOS
81%	 EL ORGULLO POR EL PROPIO TRABAJO
80%	 EL SENTIMIENTO DE ESTAR CAMBIANDO LAS COSAS
74%	 LA AUTONOMÍA
73%	 LA CONVIVIALIDAD Y EL COMPAÑERISMO
71%	 LAS ACCIONES DE RSE REALIZADAS POR EL GRUPO
71%	 LA RESPONSABILIDAD Y LA CONFIANZA

Las pistas de mejora

Por otra parte, los puntos sobre los que tenemos que profundizar para mejorar la experiencia de nuestros empleados y obtener la certificación Great Place to Work® en 2025 están relacionados con la remuneración, el acceso a la formación y el reconocimiento. A raíz de estos resultados, hemos elaborado unos planes de acción con los empleados de cada empresa para mejorar la calidad de vida de nuestros equipos en el trabajo.



En Altair East

se ha emprendido una labor de mejora de la comunicación entre los jefes de departamento para que se informen entre sí de los proyectos en curso. Se anima a todos los empleados por parte de sus superiores a cuidar de su salud a través de la actividad física, y también se está trabajando en la sensibilización sobre las acciones de RSE dentro de la organización.



En Briochin

lo que se va a reforzar es el reconocimiento, con una formación para cada empleado, una explicación más detallada de la remuneración de cada uno (concretamente mediante el envío anual de un informe social individual), pero también la intensificación de la comunicación interna y la mejora del entorno laboral, así como el orgullo de pertenencia, con la creación de "Vis ma vie" (Vive mi vida), de Team Buildings.



En Brunel

se están realizando acciones ligadas a la formación, como la elaboración de un plan de desarrollo de competencias para cada departamento, la remodelación de los entornos laborales, la comunicación con información periódica a los equipos o también la adopción de un convenio...



En OROBRANDS

se hace hincapié en el reconocimiento, con la concesión de medio día de permiso el día del cumpleaños del empleado así como un seguro médico negociado por la empresa. También se va a intensificar la comunicación y la evaluación anual del 100% de los empleados.



2 - Mejorar la calidad de vida de nuestros empleados

Ofrecer un entorno de trabajo más agradable para los trabajadores también implica acciones y atenciones diarias, como por ejemplo fomentar el espíritu de equipo participando en eventos deportivos, celebrar el día de la seguridad laboral con encuentros condimentados por tentempiés saludables, como lo hace OROBRANDS, o financiar sesiones deportivas y ofrecer snacks saludables a base de frutas en Altair East. Por su parte, Briochin intensifica la comunicación sobre temas de RSE mediante unos talleres de sensibilización destinados a sus equipos, con el fin de reunirlos e implicarlos en estos aspectos clave para el Grupo.



Este tipo de sondeo es muy importante para nuestro Grupo, sobre todo teniendo en cuenta que el año pasado incorporamos una nueva empresa, Briochin.

Es esencial para nosotros dar la palabra a todos los empleados para tomarle el pulso a los equipos y medir la eficacia de los planes de acción desplegados a lo largo de los años. También es un excelente recurso para idear soluciones que tal vez no habríamos imaginado trabajando a nivel de departamento por separado. Nos sorprendió muy gratamente obtener un resultado del 62% de empleados satisfechos en el Trust Index (Índice de confianza) para esta primera participación, a sólo 3 puntos de la certificación.

Esperamos que los planes de acción establecidos este año arrojen sus frutos y nos permitan obtener la certificación en el 2025, conforme a nuestros objetivos.

Emilie SAPELIER
Directora de RRHH
del Grupo Altair



→ En 2023
62%
de los
colaboradores
satisfechos

NUESTRA
CONTRIBUCIÓN
A LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE (ODS)

4
QUALITY
EDUCATION



5
GENDER
EQUALITY



3
GOOD HEALTH
AND WELL-BEING



10
REDUCED
INEQUALITIES





Hacer que nuestra empresa sea accesible para todos

Acoger y hacer crecer a todos nuestros empleados, sea cual sea su género, edad, orientación sexual o su posible discapacidad, es uno de nuestros objetivos. Así lo pone de manifiesto la encuesta realizada con Great Place to Work®. La diversidad y la inclusión son dos de nuestros puntos fuertes. Trabajamos cada día en este sentido, ofreciendo formaciones y adaptando determinados puestos en nuestros centros industriales para hacer que nuestro Grupo sea cada vez más accesible.

1 - Informar y formar sobre la lucha contra la discriminación laboral

En el 2023, llevamos a cabo diversas campañas de información y de sensibilización, así como formaciones sobre el tema de la lucha contra la discriminación laboral. En OROBRANDS, se ha impartido a todos los empleados una formación obligatoria para detectar las posibles situaciones de discriminación, comprender los mecanismos implicados, prevenir los eventuales riesgos y adoptar las actitudes adecuadas. Asimismo, se ha redactado un código de buenas prácticas dentro de la empresa.

2 - Trabajar con los CAT (Centros de Ayuda al Trabajo)

Integrar a personas discapacitadas en nuestros centros de producción no siempre resulta fácil. Por esa razón, colaboramos con los Centros de Ayuda al Trabajo para distintas funciones, como por ejemplo el envasado o el cumplimiento de requisitos reglamentarios. De esta forma, trabajamos con una entidad vecina a nuestro centro de producción de Noyelles-Lez-Seclin (59) y otra vecina a nuestro centro de Saint Brandan (22). En Briochin, hemos entablado una colaboración con una ESAT: un empleado con discapacidad se ha incorporado a los equipos y se encarga del montaje de las cajas promocionales. El objetivo a largo plazo es integrar a 3 empleados de ESAT a tiempo completo en el centro de Saint Brandan.



NUESTROS OBJETIVOS PARA EL 2025

→ Lograr una distribución de género más equilibrada con un

50%

de mujeres en puestos de dirección.

Resultados de la encuesta Great Place to Work® 2023

- **El 92% de los encuestados manifiesta ser tratado como los demás,** sea cual sea su orientación sexual.
- **El 90% de los empleados afirma ser tratado con imparcialidad** sea cual sea su procedencia.
- **El 83% de los encuestados considera ser tratado con imparcialidad** sea cual sea su sexo
- **El 72% aprecia ser tratado con imparcialidad** sea cual sea su edad



Mamadou Alpha Bah

Responsable de Métodos y Codificaciones, se prepara para los Juegos Paralímpicos de París 2024

Mamadou Alpha Bah es Responsable de Métodos y Codificaciones desde hace 6 años. También es campeón de Francia de voleibol sentado. Para permitirle proseguir su carrera deportiva y preparar su clasificación en el equipo que participará en los Juegos Paralímpicos de París 2024, hemos firmado un convenio relativo a la integración de Deportistas de Alto Nivel con la Agencia Nacional del Deporte francesa (ANS) y la Federación Francesa de Voleibol. Este acuerdo permite a Mamadou dedicar el 20% de su tiempo de trabajo a su entrenamiento con la federación francesa de voleibol sentado. Así pues, manteniendo su sueldo al 100%, él puede dedicar un día a la semana a su preparación deportiva durante el año previo a la competición olímpica.



NUESTRA
CONTRIBUCIÓN
A LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE (ODS)



¿Quién eres Mamadou?

Soy el Responsable de Métodos y Codificaciones en Brunel y padre de 3 niñas y 1 niño. Tras contraer poliomielitis durante mi infancia, me quedaron secuelas: atrofia de las extremidades inferiores izquierdas y desigualdad en la longitud de las piernas. Estaba buscando un deporte de equipo y un amigo me hizo descubrir el voleibol sentado en el 2017. Me incorporé al equipo de Francia desde el primer año de practicar este deporte y, desde entonces, no me he perdido ni un solo entrenamiento del equipo francés.

¿Qué es lo que más te gusta de este deporte?

El hecho de superarse a uno mismo, la inclusión. Es un deporte respaldado por personas que han vivido y siguen viviendo historias increíbles. Después de sufrir lesiones, accidentes o enfermedades, este deporte permite recuperar la confianza en uno mismo y superarse. En Francia, el voleibol sentado fomenta realmente la inclusión al permitir que personas sin discapacidad y personas con discapacidad jueguen juntas, con la misma intensidad y el mismo placer.

“ Para mí es la increíble oportunidad de hacer realidad el sueño de todo deportista y poder realizarme tanto profesionalmente como personalmente ”



¿QUÉ ES EL VOLEIBOL SENTADO?

El voleibol sentado es una variante del voleibol tradicional. En esta versión, los jugadores están sentados en el suelo y se desplazan deslizando o utilizando movimientos de las manos para impulsarse. Las reglas del juego son similares a las del voleibol clásico, pero adaptadas a las limitaciones del juego sentado (red más baja y pista más pequeña). Se juega 6 contra 6 en 3 sets ganadores. Hay dos reglas diferentes a las del juego tradicional: en el voleibol sentado, el tronco del cuerpo debe estar obligatoriamente en contacto con el suelo cuando el jugador toca la pelota, y el saque puede ser bloqueado. Se trata de una disciplina dinámica y apasionante que permite exhibir las habilidades atléticas de los jugadores, pues requiere de reflejos, destreza, rapidez y mucha agilidad.



Desarrollar las aptitudes de nuestros empleados

Hacer crecer a nuestros empleados es una de nuestras misiones como empleadores. Sin embargo, la encuesta realizada con Great Place to Work® revela que el componente “formación” aún debe ser optimizado para nuestro Grupo. En 2022, pusimos en marcha un plan de gestión de los empleos y las competencias con el fin de planificar y anticipar las necesidades. El despliegue de formaciones comenzó por su parte en 2023 y se prolongará e intensificará en 2024.



NUESTRO OBJETIVO PARA EL 2025

→ formar el **35%** de la plantilla cada año

1 - Formar a nuestros empleados en RSE

Las expectativas en términos de Responsabilidad Social Empresarial son cada vez más importantes, no sólo por parte de nuestros clientes, sino también de nuestros empleados. Para responder a sus interrogantes y aclarar nuestra postura, hemos previsto varios eventos clave en el seno del Grupo.

En Brunel, se han organizado cursos de formación y talleres para el equipo comercial con el objetivo de:

- Saber explicar fácilmente la estrategia RSE del Grupo,
- Comprender los objetivos de nuestros clientes (puntuación ecológica...),
- Aprender el vocabulario técnico para incrementar los conocimientos.

Al término de estas sesiones, los participantes recibieron un kit pedagógico y lúdico.



En Briochin, se dedicó a este tema una jornada en el centro de producción y otra en las oficinas. El objetivo **era comprender los retos y nuestros compromisos en materia de RSE.** Tras esta formación, se organizó **un taller de sensibilización al impacto medioambiental generado por los residuos.** Se recogieron en total 106 kg de residuos cerca de nuestras instalaciones para realizar un taller de triturado/reciclado de plásticos y darles una segunda vida.



2 - Apoyar a los directivos en sus funciones

Dirigir un equipo no es tarea fácil. Por ese motivo, para apoyar a los directivos en su labor de liderazgo, OROBRANDS ha desarrollado una formación de 2 días para todos ellos.

Los objetivos:

- Desarrollar energía positiva y constructiva
- Alinear los equipos con los valores de la empresa
- Determinar el lugar y las funciones de cada uno
- Desarrollar una actitud autónoma y responsable
- Comunicar de forma controlada y constructiva



→ En 2023,

60% de los empleados recibieron una formación es decir, 280 de 468 empleados a nivel de Grupo.

NUESTRA
CONTRIBUCIÓN
A LOS OBJETIVOS
DE DESARROLLO
SOSTENIBLE (ODS)

10
REDUCED
INEQUALITIES



4
QUALITY
EDUCATION



COMPROMISOS

Proteger a nuestros equipos



Garantizar la seguridad de los equipos es una de nuestras prioridades. Si bien el 80% de nuestros empleados se sienten físicamente seguros, queda por mejorar su salud psicológica. Proseguimos e intensificamos nuestras acciones en favor de la salud y la seguridad de nuestros empleados, tanto en nuestros centros de producción como en nuestras oficinas.

NUESTRO OBJETIVO PARA EL 2025

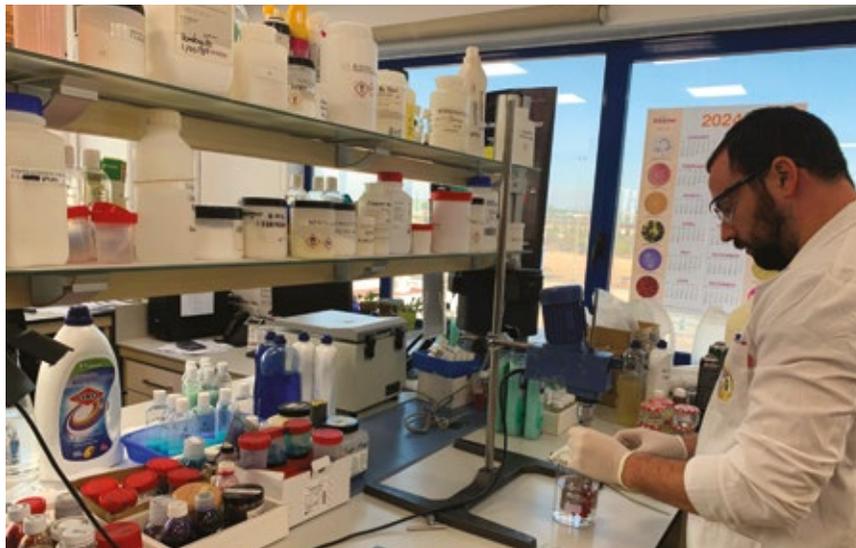
→ Reducir un

40%

la frecuencia y
severidad de los
accidentes laborales

Resultados de la encuesta Great Place to Work® 2023

80% de los empleados
respondió positivamente a la declaración
“Altair es un lugar seguro para trabajar”



1 - Invertir en nuestros centros de producción

Se han realizado importantes inversiones en nuestros centros de producción de Noyelles-Lez-Seclin (59) y Saint Brandan (22) para garantizar la protección de nuestros equipos. En Briochin hemos mejorado la iluminación interior y exterior, cambiado los revestimientos asfálticos y optimizado el almacenamiento según la contabilización de los productos. Brunel, por su parte, ha invertido en la instalación de brazos robotizados que se encargan de depositar los paquetes en los palés. El objetivo aquí es reducir el transporte de cargas pesadas.

2 - Formar a nuestros equipos en seguridad

La seguridad pasa por la optimización de las instalaciones, pero también y sobre todo por la formación de los empleados. En OROBRANDS, todos los empleados del centro de producción español recibieron formación sobre este tema en 2023. El objetivo era proporcionarles las competencias y los conocimientos necesarios para identificar, evaluar y prevenir los riesgos sobre temas variados, como la seguridad física, la seguridad contra incendios, la seguridad laboral, la gestión de crisis...



3 - Optimizar los procesos

Algunos procesos se realizan a mano y no pueden ser automatizados. Así, para facilitar el trabajo de nuestros empleados y limitar el riesgo de trastornos musculoesqueléticos, hemos modificado algunos envases con el fin de reducir el peso de los paquetes que han de manipular.



Comprometerse a actuar con ética



Más allá de las acciones llevadas a cabo para proteger el planeta, a los consumidores y a los empleados, el Grupo Altair vela activamente por el pleno respeto de la ética en las relaciones comerciales con sus socios. Así, hemos decidido formalizar un conjunto de directrices encaminadas a fomentar un comportamiento responsable por parte de nuestros colaboradores, proveedores y subcontratistas.

Enmarcar las relaciones comerciales dentro de un código de conducta

Contamos desde 2015 con un código de conducta. Actualizado con gran regularidad en función de los cambios reglamentarios así como de nuestros compromisos en materia de RSE, este código enmarca desde hace 8 años cada una de las relaciones comerciales del Grupo con un socio externo. Debe ser incorporado en todos los contratos entre Altair y sus socios comerciales. Este código de conducta define el estándar mínimo a respetar por cada socio, si bien no sustituye a las legislaciones nacionales e internacionales aplicables, a las que los socios comerciales deben someterse de forma estricta. Los principios que se recogen en él están basados en los grandes convenios internacionales, como los 10 principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas, los Convenios fundamentales y prioritarios de la Organización Internacional del Trabajo así como las declaraciones relativas a los derechos humanos y a los derechos del niño. Incluye 8 compromisos que el Grupo se obliga a cumplir con sus socios así como los que los socios deben comprometerse a respetar para poder colaborar con una empresa del Grupo. En caso de sospecha de incumplimiento del código de conducta, se podrán realizar auditorías a los proveedores y aplicar medidas correctivas o sanciones en caso de violación probada de este código.

→ En 2023, cerca del **75%** de nuestros proveedores firmaron nuestro código de conducta

Lucha contra la corrupción mediante una Carta Anticorrupción

Nuestra Carta Anticorrupción, que se inspira en las disposiciones de la ley Sapin II, define las normas y principios a respetar en materia de Ética Empresarial y Lucha contra la Corrupción. Es aplicable a todas las entidades del Grupo Altair, a sus directivos, representantes sociales y personal fijo e interino. Recoge la política del Grupo en materia de regalos, patrocinio y grupos de presión (lobbying), y establece los protocolos de alerta que deben activarse en caso de corrupción presunta o probada, así como las sanciones correspondientes.

COMPROMETERSE CON LAS ASOCIACIONES

Nuestro grupo se compromete con el medio ambiente



REDUCIR LA CONTAMINACIÓN DE LOS OCEANOS CON THE SEACLEANERS

Para luchar contra esta catástrofe, apoyamos desde el año 2020 el proyecto Manta de la asociación francesa The SeaCleaners. El objetivo: construir un catamarán gigante capaz de recoger y reciclar grandes cantidades de residuos plásticos marinos.

17 t /minuto

de residuos plásticos vertidos al mar

80%

de los residuos de nuestros océanos

+ de

80 000€

recaudados para la asociación

Actuación en las tiendas

Del 1 de junio al 30 de septiembre de 2023, Starwax ofrece a los consumidores la oportunidad de participar también en la preservación de los océanos. Nuestra marca se ha comprometido a destinar el 5% de los ingresos generados por una selección de una veintena de sus superventas (cocina, tuberías, baño y suelos de interior) a la asociación The SeaCleaners para financiar el barco gigante Manta.

Operación de sensibilización de los empleados

En calidad de espónsor de The SeaCleaners, hemos invitado a nuestros empleados a implicarse en la asociación con motivo del Día Mundial de los Océanos. Así pues, llevamos a cabo una campaña de comunicación interna durante el mes de junio de 2023:

- Mediante un donativo: por cada euro aportado, Brunel se compromete a donar la misma cantidad.
- Convirtiéndose en miembro: para ser miembro de pleno derecho de la asociación.
- Haciéndose voluntario: para participar en eventos y acciones concretas



RESTAURAR LOS BOSQUES CON ECOTREE



7 veces

más que la media anual
de los últimos 10 años

10 000 m³

reforestados en
Gironde

1 500

árboles
plantados

El año pasado, los incendios quemaron 72.000 hectáreas de bosque en Francia, lo que supone una cifra siete veces superior a la media anual de los últimos diez años. Con el cambio climático, el riesgo de que los bosques desaparezcan convertidos en humo aumenta cada año. Después de cada verano, muchos propietarios forestales tienen que hacer frente a la falta de recursos financieros para reforestar.

Deseábamos apoyarles contribuyendo a financiar los trabajos de restauración de los bosques franceses incendiados. Así, Starwax se ha comprometido a reforestar 10 000 m² de bosques en la región de Gironde, es decir, más de 1 500 árboles, gracias a su colaboración con EcoTree.

En septiembre se iniciaron los trabajos de preparación del suelo: limpieza de las parcelas, triturado de la madera quemada, actuaciones en favor de la protección del suelo... De este modo, se pudo concluir, a finales de año, la reforestación del bosque situado cerca del municipio de Landiras.

JABONES RECICLADOS PARA LOS EMPLEADOS CON UNISOAP

Fiel a sus principios de sentido común y a su voluntad de reducir al máximo su impacto sobre el medio ambiente, Briochin entregó a sus empleados, a principios de año, jabones creados a partir de los residuos de jabones recogidos en los hoteles por la asociación Unisoap.

Se entregaron así un total de 150 jabones entre los equipos. Un detalle muy apreciado y en perfecta consonancia con los valores de la empresa.



Nuestro grupo se compromete con las familias

58 000€

euros donados para apoyar la hospitalización a domicilio de niños enfermos

APORTAR BIENESTAR A LOS NIÑOS ENFERMOS DE CÁNCER POR MEDIO DE LA HOSPITALIZACIÓN A DOMICILIO

Altair East colabora desde el año 2019 con la fundación “Na Ratunek Dzieciom z Chorobą Nowotworową”. Esta fundación contribuye a la financiación de equipos que permiten a los niños enfermos de cáncer recibir sus tratamientos en casa (concretamente, kits para el tratamiento con catéter, no cubiertos por la Seguridad Social). Estos jóvenes pacientes evitan así largas estancias en el hospital, lejos de sus padres. En el 2023, destinamos 18.000 euros a la fundación, lo que eleva a más de 58.000 euros el total donado desde el inicio de nuestra colaboración.



Apoyo activo

a la promoción de las campañas «Parent in touch» y «My life, your 1.5%».

APOYAR A LOS PADRES DE NIÑOS GRAVEMENTE ENFERMOS

En el 2023, Altair East entabló una nueva colaboración para apoyar más aún a las familias afectadas por la enfermedad de un hijo. Nuestra entidad polaca se convirtió así en uno de los principales embajadores de la campaña de la asociación “Parents in touch” (Padres en contacto). Esta campaña tiene por objeto sensibilizar a la población sobre la importancia del bienestar de los padres durante la enfermedad de un hijo, pues es muy importante que estos últimos reciban apoyo para poder atender a sus hijos de la mejor manera posible durante los largos meses de tratamiento. Dentro de la estrategia de la Fundación, intervenimos en dos ámbitos: “Educación y sensibilización” así como “Investigación e innovación”. A principios del 2023, nuestra entidad polaca también participó, en calidad de colaboradora, en la campaña social “My Life, Your 1.5%” (Mi vida, tu 1,5%). Dicha campaña consiste en animar a los particulares a donar el 1,5% de sus impuestos sobre la renta (IRPF) a las organizaciones de utilidad pública de su elección. El director general de Altair Este se ha convertido en uno de los portavoces de la campaña.



**RODZICE
W KONTAKCIE**
robimy to dla dzieci

Nuestro grupo se compromete con las personas necesitadas

4º año

de patrocinio a la asociación cultural y deportiva San Antonio



4 600

productos de limpieza donados a personas mayores sin recursos en Ucrania

FACILITAR EL ACCESO AL DEPORTE A LOS NIÑOS

Desde hace 4 años, OROBRANDS apoya a la Asociación Cultural y Deportiva de San Antonio. El objetivo de esta colaboración es desarrollar la oferta deportiva local para niños, financiando material y ropa deportiva. En 4 años, la asociación ha pasado de 700 a 1 200 niños acompañados en sus actividades deportivas, y además se ha diversificado considerablemente esta oferta inicial, permitiendo a los jóvenes españoles practicar disciplinas tan variadas como el tenis, la gimnasia, la danza, el fútbol o el baloncesto.



SOLIDARIZARSE CON LA POBLACIÓN UCRANIANA

Consternados por la situación de la población ucraniana desde el comienzo del conflicto con Rusia, nuestro Grupo, que está presente en Polonia con su filial Altaïr Este, ha querido comprometerse para apoyar a los habitantes. Hemos donado un total de 4 600 productos de limpieza por un valor de más de 28 500 PLN, esto es, más de 6 300€, a personas mayores desamparadas de Ucrania, así como también a personas necesitadas de Kherson, en el marco de una acción humanitaria organizada por un cliente. Estos productos han permitido mejorar notablemente las condiciones sanitarias e higiénicas, por ejemplo, productos antimoho y desinfectantes, lavavajillas, etc.



APOYAR A LAS PERSONAS NECESITADAS EN FRANCIA

En 2023, donamos casi 34 000 productos a diversas asociaciones de ayuda a las personas necesitadas, como bancos de alimentos, Cruz Roja o la asociación Lazare, que acoge a personas sin hogar en viviendas colectivas (compartidas o en familia).



APOYO A LAS VÍCTIMAS DEL TERREMOTO EN MARRUECOS

Muy afectada por la situación de la población marroquí tras el terremoto del pasado mes de septiembre 2023, OROBRANDS ha querido prestar su apoyo a las víctimas donando una ayuda económica a la Cruz Roja Española, presente en el lugar de la catástrofe.

HOJA DE RUTA **COMPROMETERSE CON EL PLANETA** 2023-2025

Optimizar el uso de los recursos



TEMÁTICA	UNIDAD	2021	2022	2023	OBJETIVO 2024	OBJETIVO 2025
Reducir las emisiones de gases de efecto invernadero de nuestras actividades	Toneladas equivalente CO2	ND	1 542	1 328	1 264	1 200
Reducir las emisiones de CO ₂ de nuestras materias primas y de nuestros envases	Toneladas equivalente CO2	ND	70 442	64 497	61 989	56 354
Optimizar el consumo de agua en nuestras producciones	l/kg producto	1,3	0,79	1,08	1,15	1,1
Utilizar energía procedente de fuentes renovables	% MWh verdes vs. MWh consumidos	59,2	62,0	99,6	90	100
Reducir nuestro volumen de residuos generados	Toneladas generadas	3 020	2 976	2 989	2 700	2 500
Valorizar nuestros residuos ((peligrosos y no peligrosos)	% de residuos valorizados	28,4	33,0	33,6	43	50

ODS IMPLICADOS



ND: dato no disponible

COMPROMETERSE CON NUESTROS CONSUMIDORES

Mejorar el perfil eco-responsable de nuestros productos

TEMÁTICA	UNIDAD	2021	2022	2023	OBJETIVO 2024	OBJETIVO 2025
Comprometerse con un abastecimiento responsable y sostenible de nuestros materiales	% de proveedores que han firmado nuestra Carta de Compras	5	10	74,4	90	100
Aumentar nuestra cartera de productos sostenibles certificados (Ecocert, Ecolabel, FSC, PEFC...)	% de facturación	10	19,8	14,8	15	17
Vender productos formulados sin ingredientes controvertidos	% del total de las referencias de nuestro catálogo	ND	78,1	92.5	100	100
Sustituir el plástico virgen por plástico reciclado	% de plástico reciclado en el total de envases	8,6	22.8	31,2	38	50
Establecer el perfil eco-responsable de nuestros productos	% en el total de nuestros productos	0	0.1	4,2	20	30
Fomentar un consumo responsable para todas nuestras marcas	% de marcas comprometidas	ND	40	45	70	100

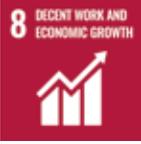
ODS IMPLICADOS



ND: dato no disponible

HOJA DE RUTA **COMPROMETERSE CON** 2023-2025 NUESTROS COLABORADORES

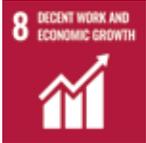
Actuar para un mayor bienestar en el trabajo

	TEMÁTICA	UNIDAD	2021	2022	2023	OBJETIVO 2024	OBJETIVO 2025	ODS IMPLICADOS
	Lograr una representación de género más equilibrada entre nuestros directivos	% de mujeres en puestos de dirección	54	42,4	46	50	50	
	Formar a nuestro personal cada año	% de personal formado/ año	70	36	60	35	35	
	Obtener la certificación GREAT PLACE TO WORK	% de participación en la auditoría social	NA	ND	88	75	75	
	Obtener la certificación GREAT PLACE TO WORK	Happy index	NA	ND	62	65	65	
	Reducir la frecuencia de los accidentes laborales	Tasa de frecuencia (TF)	15,9	11,3	21,2	12	10	

ND: dato no disponible

COMPROMETERSE CON NUESTROS COLABORADORES

Actuar para un mayor bienestar en el trabajo

	TEMÁTICA	UNIDAD	2021	2022	2023	OBJETIVO 2024	OBJETIVO 2025	ODS IMPLICADOS
	Reducir la frecuencia de los accidentes laborales	Tasa de gravedad (TG)	0,55	0,17	0,74	0.4	0.33	
	Compartir la creación de valor con nuestros colaboradores	% de personal beneficiado	30	99,1	98	100	100	
	Proponer un seguro de previsión y salud a todos nuestros colaboradores	% de personal beneficiado	75	77,3	100	100	100	
	Implicar a nuestros empleados con los objetivos de RSE	% de personal beneficiado	ND	13	42	75	100	

ND: dato no disponible

Altair



EMPRESAS DEL GRUPO ALTAIR

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