ALTAÏR

CLEAN, THE RIGHT WAY

Agir ensemble POUR demain

RAPPORT RSE 2024

Sommaire

Édito ..... p. 03

Le groupe Altaïr, engagé pour une droguerie responsable de qualité ..... p. 04
Une nouvelle identité pour réaffirmer nos engagements ..... p. 05

Engagé POUR *la planète* ..... p. 06

FOCUS : notre stratégie de décarbonation ..... p. 08
Nos actions concrètes pour la planète ..... p. 12

Engagé POUR *les consommateurs* ..... p. 14

FOCUS : le scoring environnemental, une première dans le monde de l'entretien ..... p. 16
Nos actions concrètes pour les consommateurs ..... p. 18

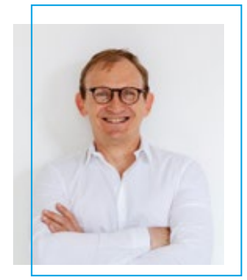
Engagé POUR *les collaborateurs* ..... p. 20

FOCUS : Altaïr certifié Great Place du work ..... p. 22
Nos actions concrètes pour les collaborateurs ..... p. 24

Engagé POUR *les associations* ..... p. 28

Notre feuille de route ..... p. 30

Edito



Former une coalition de la droguerie responsable

Depuis toujours, le Groupe Altaïr s'engage pour une droguerie responsable. En 2021, nous avons structuré notre démarche en nous fixant des objectifs ambitieux en faveur de la planète, de nos consommateurs et de nos collaborateurs.

Depuis, nous n'avons cessé de progresser et de nous professionnaliser sur ces 3 piliers. Nous avons obtenu la validation de nos objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre par le SBTi en 2023, et commencé à obtenir des résultats tangibles : réduction sensible de nos émissions de GES, économies d'eau, diminution drastique des COV. Nous avons également obtenu la certification Great Place to Work en 2024, un an avant l'objectif que nous nous étions fixé. Ces résultats, détaillés dans ce rapport, ont été obtenus grâce à l'implication sans faille de l'ensemble de nos équipes et je les en remercie sincèrement.

Cependant, il reste du chemin à parcourir et l'urgence planétaire est toujours aussi prégnante. Forts de nos premiers bons résultats, il nous faut poursuivre et intensifier nos efforts. Mais seuls nous n'y arriverons pas. Aussi, nous avons développé en 2024 un outil de scoring environnemental permettant de mesurer précisément l'impact de nos produits à toutes les étapes de leur cycle de vie. Il nous aide à améliorer le profil environnemental de notre offre et permet aux consommateurs de faire un choix informé. Notre ambition pour 2025 est de partager cet outil afin d'embarquer un maximum d'acteurs dans une démarche vertueuse d'éco-conception et d'information des consommateurs. C'est ensemble, en coalition avec nos clients mais aussi d'autres entreprises de notre secteur, que nous contribuerons à préserver l'avenir de notre planète et de ses habitants.

Étienne **SACILOTTO,**
Président du **Groupe Altaïr**

LE GROUPE ALTAÏR, ENGAGÉ POUR UNE DROGUERIE RESPONSABLE DE QUALITÉ DEPUIS PLUS DE 60 ANS

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

Cette volonté est inscrite dans **notre mission** écrite et partagée avec l'ensemble de nos collaborateurs :

Nous partageons notre passion pour la propreté en permettant aux consommateurs conscients et exigeants de rendre leur habitat plus beau, plus sain et plus durable. Nous leur offrons des solutions d'entretien expertes, alliant efficacité et respect des femmes, des hommes et de l'environnement.

En 2024, l'entreprise Marcel Green Soap a rejoint le Groupe Altaïr.

Feel Good Cleaning!

Telle est la devise de Marcel's Green Soap. Laver et nettoyer en tenant compte de la planète, sans compromis sur les parfums et la texture. Des formules vegan, sans microplastiques, des ingrédients d'origine naturelle, des emballages en plastique recyclé, des recharges. On se sent beaucoup mieux, n'est-ce pas ?

EN 2024, ALTAÏR C'EST :

488
Collaborateurs

5
Entreprises
Brunel - Briochin - Altair East
ORO Brands - Green Soap Company

3360
Références produits

9
Marques

STARWAX · Briochin · Marcel's GREEN SOAP · K · MISTOL · ORO · tenn · HARRIS · SINTO NE JETEZ PLUS · RÉPAREZ !

RASSEMBLÉS AUTOUR DE 4 VALEURS SOCLE :

- Respecter les personnes et la planète
- Innover et inspirer
- Faire avancer les choses
- Tirer parti de la force collective
- S'engager pleinement

UNE NOUVELLE IDENTITÉ POUR RÉAFFIRMER NOS ENGAGEMENTS

ALTAÏR — CLEAN. THE RIGHT WAY —

En 2024, nous avons retravaillé notre identité visuelle :
un logo modernisé, une signature plus alignée avec nos valeurs et nos engagements : Clean, the right way.

Elle exprime une vision durable, en encourageant des pratiques qui préservent les ressources et protègent les générations futures.

NOTRE MANIFESTE

Chez Altaïr, nous sommes convaincus que l'excellence, l'authenticité et la responsabilité sont les clés d'un avenir durable.

Depuis notre création, chaque jour est une nouvelle affirmation de notre engagement : offrir des solutions qui transforment chaque maison en un espace où la propreté, la beauté et la durabilité ne font qu'un.

Grâce à des marques renommées, nous prouvons que la qualité, l'efficacité et le respect de l'environnement peuvent être harmonieusement combinés.

Notre histoire est celle d'une passion sans cesse renouvelée pour l'expertise et l'innovation au service de l'entretien ménager.

Notre histoire, c'est aussi celle d'hommes et de femmes qui s'engagent au quotidien pour faire de notre aventure une réussite collective. Par leur savoir-faire, leur énergie et leur enthousiasme, ils incarnent l'esprit d'entreprise et l'audace qui font d'Altaïr un acteur international majeur, fier de ses racines et de son identité.

Nous sommes Altaïr. Ensemble, cultivons la passion de l'innovation et du respect. Ensemble, façonnons des espaces de vie où il fait bon vivre, aujourd'hui et demain.

Altaïr. Clean, the right way.

Engagé POUR *la planète*

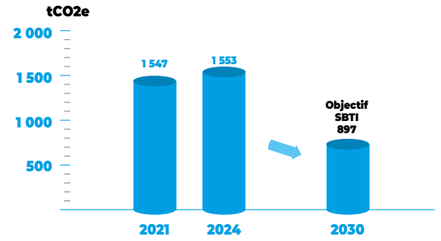
RAPPORT
RSE
2024

FOCUS

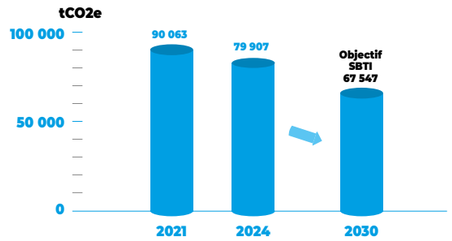
Stratégie DE DÉCARBONATION

Depuis 2022, nous réalisons le bilan carbone du Groupe. Ce travail nous permet **d'analyser nos postes d'émissions de Gaz à Effet de Serre (GES) et de mettre en place des actions correctives en conséquence,** tout en mesurant concrètement le résultat de nos efforts année après année.
En 2021, notre bilan faisait état de 91 609 Teq CO2 émises.

Notre ambition pour 2030

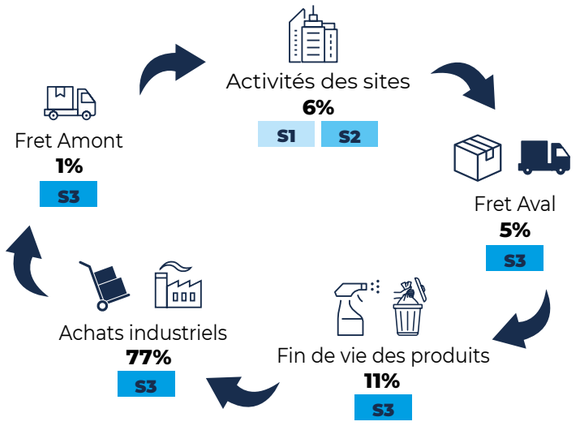


SCOPES 1 & 2



SCOPE 3

RÉPARTITION DE NOS ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE



Postes les plus émetteurs

ACHATS INDUSTRIELS
70 442 tonnes

FIN DE VIE DES PRODUITS
7 528 tonnes

FRET
5 759 tonnes de CO_2 eq

S1 **SCOPE 1 :** émissions directes liées à l'activité de production

S2 **SCOPE 2 :** émissions liées aux consommations énergétiques

S3 **SCOPE 3 :** émissions indirectes non liées à la production

Après avoir réalisé notre bilan carbone en 2022, fait valider nos objectifs de réduction carbone par SBTI en 2023, nous avons travaillé en 2024 notre plan de décarbonation pour atteindre ces objectifs. C'est un plan ambitieux qui repose sur 4 piliers : l'énergie, le transport, l'emballage et la formulation. C'est un des sujets majeurs de notre stratégie RSE.

SÉVERINE GUILBERT
Directrice réglementation, qualité et développement durable

Un plan d'action basé sur 4 priorités

Pour atteindre nos objectifs à horizon 2030, nous avons mis en place un plan d'action orienté sur 4 grands piliers : Il s'agit de sujets sur lesquels nous pouvons agir concrètement, rapidement et grâce auxquels nous savons que notre impact sera le plus important.

LES PRINCIPALES ACTIONS

ENERGIE

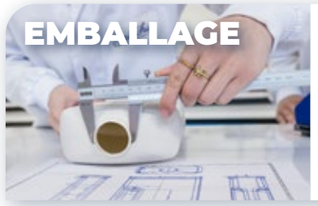
- Souscription à des contrats d'électricité verte
- Installation de panneaux solaires sur nos sites
- Electrification de notre parc automobile
- Optimisation de nos dépenses énergétiques

-650 tonnes de CO_2 eq

FRET

- Transport ferroviaire dans les échanges inter-Groupe
- Optimisation du chargement via l'utilisation de camions double étages
- Gestion mutualisée des approvisionnements
- Souscription à des contrats avec des transporteurs engagés dans la réduction des gaz a effet de serre

-1 440 tonnes de CO_2 eq



EMBALLAGE

- Utilisation de plastique recyclé pour nos emballages
- Proposition de solutions de recharge
- Réduction de la taille de nos emballages par la concentration de nos formules

-4 833 tonnes de CO_2 eq

FORMULATION

- Développement de solutions à base de matières biosourcées, recyclées ou upcyclées.
- Favorisation des solutions en phase aqueuse
- Création de partenariats avec des fournisseurs de matières moins émissives.

-14 560 tonnes de CO_2 eq

Un comité de pilotage dans chaque entité, couplé à **des ateliers de travail** regroupant les ambassadeurs RSE du Groupe permettent de **suivre les projets** mis en place, de **mesurer les résultats** concrets et d'**identifier de nouvelles pistes d'actions.** Chaque année, le plan d'action est validé par le COMEX.

09

NOS AMBITIONS POUR 2030

NOS OBJECTIFS SBTI 2030

-42%
d'émissions de GES SCOPES 1 & 2*

-25%
d'émissions de GES SCOPE 3*

*par rapport aux émissions 2021

Stratégie DE DÉCARBONATION

QUELQUES EXEMPLES D'ACTIONS MISES EN PLACE EN 2024

Réduire les émissions de gaz à effet de serre liés à l'activité de nos sites

Mise en place d'un nouveau système de filtration de l'air sur le site de Noyelles-Lès-Seclin

En 2024, nous avons accéléré la démarche de réduction des émissions de COV (Composés Organiques Volatiles). Nous avons équipé notre site de production du Nord de la France d'un nouveau système de filtration de l'air innovant basé sur le charbon actif. Les charbons captent les COV au passage de l'air recyclé. Ils sont ensuite régénérés grâce au passage d'un courant d'air et de vapeur d'eau renouvelant leur pouvoir d'absorption initial.

RÉSULTAT : 13 fois moins de COV en 6 ans sur ce site

Optimiser nos transports

Mise en place du transport intermodal entre nos sites

Depuis juin 2024, les marchandises sont transportées par transport intermodal (route + train) entre les sites Brunel en France et Altaïr East en Pologne mais également entre ORO Brands en Espagne et Brunel en France. Le transport ferroviaire consomme moins d'énergie et émet en moyenne 14 fois moins* de CO_2 que le transport routier.

*source ADEME.

Travailler l'éco-conception de nos produits

Identification et remplacement des matières premières les plus émissives

CHEZ STARWAX :
Parmi le retravail de nos produits, la composition de nos accessoires en microfibre a été revue en supprimant les polyamides et en intégrant de la matière recyclée dans nos polyesters.

RÉSULTAT : - 60 T de CO_2 / an

Optimiser nos emballages

Création de feuilles de route pour améliorer l'éco-conception de nos emballages dans chaque entité du Groupe

Briochin DEPUIS 1919

CHEZ BRIOCHIN :
Proposition d'alternatives éco-conçues via le lancement de recharges sur nos références les plus vendues.

RÉSULTAT : - 9,5 T de plastique / an

tenn

CHEZ TENN :
Développement d'un pulvérisateur en plastique recyclé sans tête.

RÉSULTAT : - 30% de plastique par rapport à la version avec tête de pulvérisateur

CHEZ MARCEL GREEN SOAP :
Réduction de la taille des boîtes de pastilles de lave-vaisselle en optimisant le remplissage.

RÉSULTAT : - 2,6 T de carton / an

CHEZ IBA :
Remplacement du plastique par du carton pour les crochets des enveloppes parfumées

RÉSULTAT : -500Kg de plastique / an

NOS OBJECTIFS

Notre activité a des répercussions sur l'environnement : utilisation d'eau et d'énergie, création de déchets...

C'est pourquoi nous sommes constamment à la recherche de nouvelles solutions pour optimiser l'utilisation des ressources et réduire nos émissions de CO_2.

Ainsi, nous nous sommes fixé des **objectifs ambitieux pour 2025 :**

- **RÉDUIRE DE 15%** le volume d'eau consommé par rapport à 2020
- **UTILISER 100%** d'énergie issue de sources renouvelables
- **REDUIRE DE 25%** les lots de production défectueux par rapport à 2021

NOS ACTIONS

OPTIMISER la consommation d'eau

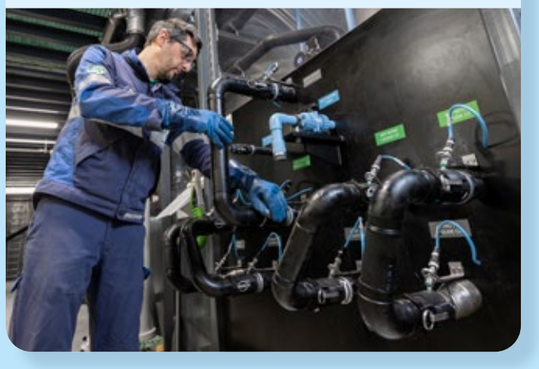
En 2023, nous avons investi dans de nouveaux outils industriels sur notre site de production de Noyelles-Lès-Seclin (59).

Ces investissements ont notamment permis d'automatiser le nettoyage des cuves. En 2024, nous avons amélioré notre maîtrise de ces nouveaux process et avons ainsi optimisé les cycles de rinçage.

Grâce à ces efforts, notre consommation sur ce site est passée de 1,4 litre d'eau par kilo produit en 2019 à 1,1 litre en 2024.

RÉSULTAT

- 2 500T d'eau / an
soit -20% entre 2019 et 2024



AGIR sur nos consommations d'énergie

Nous agissons sur plusieurs leviers : passer en contrats d'électricité verte nos sites et optimiser l'isolation de nos bâtiments.

Nous avons ainsi installé un système de réfléchissement des rayons du soleil sur une partie de la toiture de notre site de production de Noyelles-Lès-Seclin. Cette technologie type « cool roof » permet de réfléchir jusqu'à 95% des rayons solaires.

RÉSULTATS

Jusqu'à **-50%** de gain sur la consommation d'énergie

Une toiture plus étanche
et plus durable dans le temps

RÉDUIRE ET VALORISER nos déchets en logistique

Notre entité ORO Brands a testé un nouveau système d'emballage logistique permettant de réduire l'utilisation de film plastique entourant nos palettes : une colle* est apposée sur les cartons améliorant leur stabilité et évitant ainsi leur chute. Si les tests s'avèrent concluants, ce système sera déployé dans toutes les entités du Groupe.

En complément, nous déployons des solutions de dématérialisation des bons logistiques et la mise en place de signatures électroniques lors des réceptions afin de réduire la consommation inutile de papier.

RÉSULTAT

- 15%
de film plastique par palette

**Colle compatible avec le recyclage des cartons*

Engagé POUR *nos consommateurs*

Le scoring environnemental
UNE PREMIÈRE DANS LE MONDE DE L'ENTRETIEN

Dans une volonté de réduire davantage notre impact sur l'environnement et de permettre aux consommateurs de faire des choix informés nous avons créé un outil d'évaluation de la performance environnementale des produits d'entretien. A l'instar du nutri-score, désormais bien connu sur les produits alimentaires, ou des scores donnés aux produits de bricolage, ce scoring environnemental indique en toute transparence le profil environnemental de nos produits sous forme d'une note sur 100 associée à une couleur.

23 critères d'évaluation

Avec 23 critères évalués, toutes les étapes du cycle de vie de nos produits sont passées au crible : conception formulation, conception packaging, fabrication, distribution, utilisation et fin de vie de la formule. Chaque critère est noté de 1 à 5 pour atteindre un total de 100. Un système de bonus ou malus vient affiner cette note afin de valoriser, ou au contraire pénaliser, certaines pratiques*.

Ce travail de notation nous permet ainsi de prendre conscience très précisément de ce que nous devons améliorer dans les formules et les packagings, mais aussi avec nos partenaires transporteurs et distributeurs. Enfin, ces informations nous permettent aussi d'améliorer les conseils donnés aux consommateurs et d'optimiser nos formules et nos emballages pour limiter l'impact de l'utilisation de nos produits (efficacité à froid, minimiser les rinçages abondants etc.)

Exemples de critères évalués sur la formulation

- Produit certifié Ecocert ou Ecolabel
- % d'ingrédients d'origine naturelle présents dans la formule
- Ingrédient qui ne participerait pas à l'efficacité ou à la stabilité de la formule

Une retranscription claire et pédagogique

Avec un curseur et une couleur, le score du produit est très visuel et simple à comprendre.

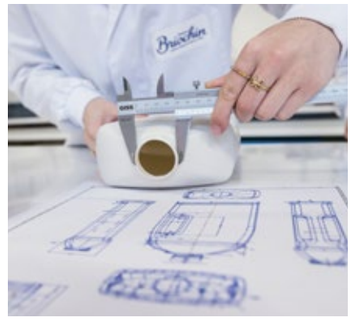
* Il existe 2 niveaux de pondération des critères : - en fonction de l'étape du cycle de vie à laquelle ils se réfèrent
- en fonction de leur lien avec nos objectifs RSE

Une méthode de calcul exhaustive et validée

Durant 2 ans, nos équipes ont travaillé sur cet outil. Recherches, tests produits, études et analyses ACV sur nos produits... Ce travail de longue haleine nous a permis de créer un scoring unique puisqu'il va plus loin que de nombreux systèmes de notations existants sur d'autres typologies de produits :

- Il prend en compte l'utilisation des produits,
- La pondération de la note permet d'évaluer plus finement le produit en fonction des enjeux réels des impacts.

L'ensemble de notre méthodologie de calcul a été validée par un cabinet extérieur, expert en éco-conception.



JODIE LE GUENNIC
Ingénieur packaging éco-conception

« Ce projet initié il y a plus de deux ans a débuté par un travail d'analyse du cycle de vie sur une vingtaine de nos produits ainsi que l'identification des enjeux environnementaux majeurs des produits détergents. Forts de ces enseignements, nous avons développé et testé pendant plusieurs mois un outil interne basé sur ces travaux. En effet, nous cherchions à mettre en place une méthode d'évaluation robuste, objective et accessible pour passer un cap dans notre démarche d'éco-conception produits : ce scoring environnemental nous a semblé être le meilleur moyen de répondre à cette ambition. Au quotidien, il nous permet de connaître et de comprendre objectivement l'impact environnemental de nos produits, mais aussi et surtout d'identifier des actions concrètes pour l'améliorer.

NOS OBJECTIFS

Nos produits d'entretien et insecticides protègent les femmes et les hommes en maintenant un environnement propre et sain. Pour que leur utilisation par les consommateurs soit elle aussi parfaitement sûre, leur formulation, tout comme leurs emballages, se doivent d'être surveillés et contrôlés pour être optimisés si nécessaire.

Aussi, nous nous sommes fixé des **objectifs ambitieux pour 2025 :**

- **ETABLIR LE SCORING ENVIRONNEMENTAL DE 30%** de notre Chiffre d'Affaires
- **REMPLACER 50%** de plastique vierge par du plastique **RECYCLE**

NOS ACTIONS

AUGMENTER notre gamme de produits éco certifiés

Notre laboratoire français approuvé pour réaliser les tests de performance Ecocert

En 2024, le référentiel Ecocert a évolué et demande désormais des tests de performance pour s'assurer que les produits certifiés « verts » soient aussi efficaces que leurs versions conventionnelles.

Notre laboratoire de Noyelles-lès-Seclin a été approuvé par Ecocert pour réaliser ces tests de performance.

Nous pouvons donc désormais élaborer de nouveaux produits et les tester, avant de les faire produire dans nos usines également certifiées.

RÉSULTATS

Cette certification permet de simplifier les process de développement et de production de nos produits et donc d'augmenter notre gamme de produits certifiés.

DÉVELOPPER des produits Vegan

Depuis 2013, il est interdit en Europe de tester sur les animaux des produits cosmétiques.

Cette interdiction ne s'applique pas encore aux produits de nettoyage. Chez Marcel Green Soap, depuis toujours les produits sont labellisés 100% Vegan. Ils sont développés sans aucun test sur les animaux et ne contiennent aucune graisse animale.

RÉSULTAT

100% des produits Marcel Green Soap sont Vegan

FAVORISER l'utilisation d'ingrédients naturels dans nos produits

Les formules certifiées de nos portefeuilles sont aussi efficaces que les formules non certifiées. Aussi, nous avons rationalisé les formulations de l'ensemble des marques du Groupe en favorisant les formules certifiées, augmentant ainsi significativement l'offre de produits éco-certifiés dans notre catalogue.

RÉSULTAT

18% de formules éco-certifiées dans notre catalogue Groupe

ORO Brands a lancé cette année deux nouvelles marques éco-responsables sur le marché espagnol : la Droguería, une gamme de produits d'entretien certifiée Ecocert et K Origen, des insecticides majoritairement à base d'actifs végétaux.

PROMOUVOIR la consommation responsable à travers nos marques

En 2024, nos marques ont innové pour proposer des produits toujours aussi efficaces mais aussi plus responsables.

1. Briochin

Briochin a développé des feuilles de lessive proposant la juste dose de produit, efficaces à froid, solubles dans l'eau et composées à 90% d'ingrédients d'origine naturelle.

RÉSULTAT

6 fois plus de doses de lessives par palette qu'une palette de lessive en bidon de 2,27 L

- 91% d'eau transportée

2. Croc Odor

En 2024, la marque a développé un destructeur d'odeurs conçu et fabriqué en France, à base de 98% d'ingrédients d'origine naturelle, sans Composés Organiques Volatiles (COV) controversés, le tout dans un packaging éco-conçu (100% RPET & recyclable).

3. Marcel Green Soap

La formule du bloc WC de la marque a été revue, passant de 80% à 99% d'ingrédients d'origine naturelle, à pouvoir nettoyant équivalent. L'emballage est quant à lui 100% recyclé.

RÉSULTAT

50% de nos marques engagées dans la promotion d'une consommation plus responsable

Engagé POUR *nos collaborateurs*

Altaïr certifié
GREAT PLACE TO WORK

Nous nous étions fixé l'objectif d'obtenir la certification Great Place to Work, référence mondiale en matière d'expérience collaborateurs, en 2025. Nous l'avons atteint avec un an d'avance puisque nous avons obtenu cette certification dès 2024 et ce, pour l'ensemble de nos entités !

Plus de 419 collaborateurs ont répondu de façon libre et anonyme à l'enquête en mars 2024.

Des résultats en progression significative

Les résultats de l'enquête 2024 sont en progression par rapport à ceux de l'édition 2023. Les dimensions convivialité et fierté sont les mieux notées avec respectivement 80% et 78% de réponses favorables en moyenne sur ces deux items.

Chiffres clés de l'enquête 2024 et évolution par rapport à 2023

taux de **satisfaction collaborateurs**
Trust index

+13 pts vs 2023

des collaborateurs déclarent qu'il **fait bon travailler au sein du Groupe**

+18 pts vs 2023

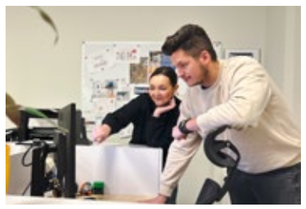
Des collaborateurs fiers de travailler chez Altaïr

Les résultats de l'enquête témoignent de l'engagement de nos collaborateurs et de leur sentiment d'appartenance à Altaïr.

90% se disent fiers de nos réalisations.

88% estiment apporter une contribution personnelle au Groupe.

84% sont fiers de déclarer qu'ils travaillent pour le Groupe.



Solidarité, respect, responsabilité des valeurs vécues par les équipes

Bienveillance, réussite collective, humilité, stimulation positive et responsabilité sont les valeurs socles du Groupe. L'enquête révèle qu'elles sont partagées et surtout vécues par les collaborateurs des différentes entités puisque :

86% déclarent que leur management leur fait confiance pour accomplir leur travail et leur accorder des responsabilités.

85% jugent être traités comme des membres à part entière quelle que soit leur fonction dans l'entreprise.

85% estiment pouvoir compter sur l'aide de collègues ou d'autres membres du personnel et que l'ensemble des collaborateurs sont attentifs les uns aux autres.

> Un environnement de travail agréable avec des locaux propres et esthétiques. Des belles valeurs qui sont incarnées par le management. Des projets d'entreprise ambitieux et des investissements importants pour asseoir notre entreprise vers un développement durable.

> Une bonne ambiance entre collaborateurs, de bons produits efficaces & naturels, pour lesquels je suis fier de travailler !

> Malgré les gros challenges fixés, c'est une entreprise humaine, soucieuse du bien-être de ses collaborateurs et attentive aux impacts environnementaux. Le management est reconnaissant, bienveillant, et fait progresser ses collaborateurs.

Confiance dans le Groupe, ses managers et le projet qu'ils portent

La façon dont le Groupe est géré, et son projet global inspirent la confiance aux équipes.

88% des collaborateurs estiment que le management possède les compétences nécessaires pour gérer l'entreprise.

84% affirment que le management gère l'entreprise de façon honnête et en respectant des règles éthiques.

78% déclarent que le management a une idée précise des objectifs de l'entreprise et sait comment les atteindre.

En conclusion, ces résultats, en progression par rapport à ceux de 2023, **viennent conforter la dynamique de transformation dans laquelle le Groupe est engagé depuis quelques années,** ils traduisent de manière concrète la fierté, l'attachement et l'engagement des collaborateurs pour le Groupe.

Engagé POUR *nos collaborateurs*

NOS OBJECTIFS

Faire grandir les collaborateurs dans un cadre de travail favorable, assurer leur sécurité, mais aussi donner du sens à leur mission et accueillir des talents de tous horizons, c'est la façon dont nous nous engageons pour nos équipes chaque jour. L'enquête Great Place to Work 2024 le confirme, nos collaborateurs se sentent bien chez Altaïr et sont fiers d'y travailler, c'est là l'une de nos plus grandes réussites.

Pour maintenir ce niveau
de satisfaction et d'engagement,
nous nous fixons des objectifs clairs pour 2025 :

- **80%**
  DE NOS MANAGERS
  engagés sur des objectifs RSE

- **35%**
  DE COLLABORATEURS
  formés chaque année

- **95%**
  DE COLLABORATEURS
  bénéficient d'un système de partage de la valeur

NOS ACTIONS

SUSCITER l'engagement des collaborateurs dans notre démarche RSE

Afin de faire vivre et d'incarner la démarche RSE dans le Groupe, nous avons mené un plan d'action en 3 étapes pour engager, motiver et aider les salariés à mettre en œuvre des projets concrets.

SENSIBILISER : pour que les collaborateurs adhèrent pleinement à notre démarche RSE, nous les sensibilisons aux enjeux sociaux et environnementaux via des outils ludiques (ateliers, jeux, challenges...).

ENGAGER : nous informons nos collaborateurs des objectifs et plans d'action RSE pour clarifier les attentes et donner du sens à leur activité. Pour cela, nous utilisons des écrans numériques et des supports complémentaires (formations, newsletters, supports ludiques) pour atteindre efficacement tous les employés, quel que soit leur lieu de travail.

PASSER À L'ACTION : pour engager les équipes, il est indispensable de leur donner les moyens d'agir - temps et ressources (humaines et financières). Pour cela, nous avons créé un réseau d'ambassadeurs RSE composé de volontaires désireux de mener des actions concrètes liées ou non à leur métier. Enfin, pour inciter encore plus les équipes à s'investir, des objectifs RSE sont intégrés à l'évaluation des collaborateurs et pris en compte dans le calcul des primes annuelles.

DÉVELOPPER les compétences des collaborateurs

Chez ORO Brands, convaincus que des managers formés et alignés font grandir et performer leurs équipes, l'accent a été mis sur la formation. Deux thématiques ont été développées auprès de l'ensemble des managers de première ligne : la résolution de conflits et la prise de décision. Durant 2 jours, les collaborateurs ont pu expérimenter des jeux de rôles et des mises en situation pour mieux appréhender ces sujets complexes.

PROTÉGER nos équipes

La sécurité passe par des équipements de protection individuels mais pas uniquement. La formation et la prévention jouent elles aussi un rôle essentiel.

Chez ORO Brands, à l'occasion de la journée mondiale de la sécurité au travail, les collaborateurs ont écrit des engagements sur la sécurité et les ont partagés sur un mur collectif, favorisant la réflexion et les échanges autour de pratiques plus sûres. Les résultats, communiqués à toute l'usine et mis en perspective avec les chiffres internes, ont été complétés par des campagnes de prévention (sport, tabagisme, santé dermatologie...).

Chez Altaïr East, une attention particulière est portée à la détection amont d'éventuels problèmes de santé ou sécurité pouvant empêcher les collaborateurs d'exercer leur mission dans de bonnes conditions. Cette vigilance permet de prévenir les accidents et d'améliorer l'ergonomie des postes de travail.

FAVORISER le bien-être au travail

Les résultats de l'enquête Great Place to Work le montrent clairement, les conditions et l'ambiance de travail sont appréciées par les collaborateurs. Cela n'est pas un hasard.

Chez ORO Brands, les femmes ont été mises à l'honneur dans la presse et célébrées à l'occasion de la journée des droits des femmes le 8 mars et lors d'un évènement festif.

Chez Briochin, les résultats de l'enquête Great Place to Work 2023 ont donné lieu à un plan d'action sur plusieurs axes : d'abord, l'ensemble des collaborateurs ont reçu une formation, de nouveaux bureaux, confortables et équipés ont été ouverts à Rennes, des lunettes de sécurité adaptées à la vue ont été fournies aux collaborateurs nécessitant une correction visuelle, enfin, des évènements ont été organisés en équipe afin de partager des moments conviviaux entre collègues.

Chez Brunel, la Stellar academie a été lancée. Il s'agit d'un comité qui récompense les salariés ayant contribué à des projets significatifs en lien avec les valeurs et les enjeux de l'entreprise. L'objectif est de valoriser les collaborateurs, mais aussi de stimuler l'esprit d'équipe et l'innovation. En parallèle, les collaborateurs ont été impliqués dans une campagne de communication destinée à attirer des talents : leurs portraits sont les visages de la campagne. Celle-ci sera déployée pour les autres entreprises du Groupe en 2025.

Chez Altaïr East, afin de mieux conjuguer vie professionnelle et personnelle, le télétravail a été mis en place ainsi que des horaires de travail flexibles (possibilité de démarrer sa journée de travail à 7h ou 9h). En complément, des activités de team building ont été organisées afin de renforcer la cohésion des équipes.

Engagé POUR *les associations*

RAPPORT RSE 2024

Engagé POUR *les associations*

NOS OBJECTIFS

Depuis toujours le Groupe Altaïr s'engage en faveur de la protection de l'environnement et de la biodiversité, mais également aux côtés des populations qui en ont le plus besoin, dans chaque pays dans lesquels nos entreprises sont présentes.

Ainsi, des partenariats de longue date sont noués avec diverses associations et organismes et, chaque année, de nouvelles actions viennent enrichir ce socle d'engagements historiques.

NOS ACTIONS

AGIR en faveur de la lutte contre les pollutions

Les scientifiques tirent la sonnette d'alarme depuis des décennies sur les micro et nano plastiques et leur impact connu sur la santé humaine. Depuis 3 ans, l'entité Green Soap Company est membre et soutien la Plastic Soup Foundation.

En mettant l'accent sur la sensibilisation du public, la pression politique et l'action juridique, la Plastic Soup Foundation vise à éliminer progressivement les plastiques jetables et les additifs nocifs et à œuvrer pour une évolution progressive vers un monde sans pétrole.

Depuis 3 ans, nous soutenons le projet « Beat the Microbead ». Grâce à cette initiative, les consommateurs désireux de faire un choix éclairé, peuvent scanner les produits Marcel Green Soap qu'ils utilisent via une application dédiée pour vérifier qu'ils ne contiennent pas de microplastiques.

Nos produits affichent le logo « Look for the Zero », fourni par la Fondation afin d'informer les consommateurs de cette démarche.

En 2024, en collaboration avec la Plastic Soup Foundation et 5 autres marques de cosmétiques, nous avons lancé une grande campagne de communication et de sensibilisation sur les réseaux sociaux, en relations publiques et à la télévision, sur le sujet des microplastiques dans les produits de soins.

AGIR en faveur de la préservation de la biodiversité

Restaurer la faune marine avec Eco Tree en France

En 2024, nous avons fêté les 4 ans de notre partenariat avec l'association Eco Tree, qui développe des offres originales permettant à tous de s'engager dans la protection, la gestion et la restauration des écosystèmes.

Nous avons mis en place un projet pour 2025 visant à restaurer des prairies de posidonies dégradées par les ancres des bateaux de plaisance dans la baie d'Alga à Calvi. En plus d'abriter une biodiversité très riche, la posidonie est une algue très précieuse pour la séquestration du carbone. Environ 30 % de la superficie des herbiers de posidonies a disparu en 50 ans.

Pour chaque saturateur Starwax acheté, 1€ sera reversé pour le projet.

Replanter les forêts en Pologne avec Posadzimy.pl

En Pologne, Altaïr East s'est engagé aux côtés de Posadzimy.pl afin de planter des arbres permettant d'améliorer la qualité de l'air et de restaurer la nature. Nous avons ainsi planté 250 arbres, permettant de couvrir 277,5m² de forêt et de capturer 1,5 tonnes de Co_2/an.

AGIR en faveur de l'entraide sociale

Soutenir les enfants malades du cancer

Depuis près de 5 ans, nous soutenons activement, via Altaïr East, la fondation « Pour sauver les enfants atteints du cancer » dans le but d'aider à lutter contre la maladie, mais aussi d'apporter de la joie et de la créativité dans la vie des enfants malades. Pour chaque solvant et détachant acheté, 1 PLN est reversé à la fondation.

En 2024, nous avons élargi notre partenariat et soutenu l'organisation de 2 ateliers, l'un dédié à l'upcycling et l'autre à des expériences scientifiques et ludiques.

Soutenir les victimes des catastrophes naturelles

En 2024, d'importantes inondations ont touché des pays dans lesquels nous sommes présents : la Pologne et l'Espagne.

Altaïr East et ORO Brands se sont mobilisés afin d'apporter leur soutien aux familles sinistrées.

Des produits offerts aux sinistrés polonais

Altaïr East a décidé d'offrir 1000 produits anti-moisissures aux habitants les plus démunis dans les villes de Głuchołazy, Prudnik, Nysa et aux pompiers volontaires de Jarnołtówek. L'action a été menée en coopération avec les autorités locales, ce qui a permis de faire parvenir l'aide à ceux qui en avaient le plus besoin.

Réorganisation et aide aux sinistrés en Espagne

Dès le début des inondations, ORO Brands s'est mobilisé afin d'assurer la sécurité des collaborateurs en stoppant la production et en mettant en place le télétravail pour les postes qui le pouvaient.

Pour venir en aide aux familles sinistrées, l'entreprise a mis en place 3 types d'aides :

- Distribution de près de 20 000 euros de produits à différentes associations comme la Croix-Rouge.
- Incitation aux dons financiers auprès des collaborateurs pour soutenir les foyers touchés. L'entreprise a doublé les montants avant de les reverser à la Croix Rouge.
- Soutien financier aux collaborateurs ayant subi des pertes matérielles.

Résultats 2024

Engagé POUR la planète

➜ Optimiser l'utilisation des ressources

1,12L

d'eau utilisé par kg de produit fabriqué

-14% de réduction vs 2021

100%

de nos énergies provenant de sources renouvelables

+ 41 points vs 2021

Engagé POUR nos consommateurs

➜ Améliorer le profil éco-responsable de nos produits

18%

de notre portefeuille produits certifiés durables

+ 8 points vs 2021

42%

de nos plastiques contenant de la matière recyclée

+33 points vs 2021

Engagé POUR nos collaborateurs

➜ Agir pour le bien-être au travail

74%

de réponses positives au Trust Index (taux de satisfaction collaborateurs)

Première certification Great Place to work pour le groupe

64%

de nos collaborateurs engagés via des objectifs RSE

+64 points vs 2021

Engagé POUR la planète

THÉMATIQUE	UNITÉ	2021	2024	OBJECTIF 2025	OBJECTIF 2030
Réduire les émissions de GES dans nos opérations (scope 1&2)	Tonnes équivalent CO_2	1 547	1 553	1 208	897
Réduire les émissions de GES provenant de la formulation et de l'emballage (scope 3)	Tonnes équivalent CO_2	90 063	79 907	79 732	67 547
Réduire la consommation d'eau dans nos usines de production	l/kg produit	1,30	1,12	1,12	1,1
Réduire les lots de production défectueux à jeter	Tonnes %	0,20	0,39	0,15	0,1
Décarboner notre électricité	kWh %	59	100	100	100

Engagé POUR nos consommateurs

THÉMATIQUE	UNITÉ	2021	2024	OBJECTIF 2025	OBJECTIF 2030
Utiliser notre outil de scoring environnemental pour mesurer et réduire l'impact des produits	% du chiffres d'affaires	0	14	30	80
Remplacer le plastique vierge par du plastique recyclé dans nos produits	Tonnes %	9	42	50	60
S'engager dans un approvisionnement responsable avec nos partenaires grâce à notre charte RSE fournisseurs	% du total de nos fournisseurs	5	74	75	85
Réduire l'impact du transport de fret avec des pratiques durables inspirées par FRET21	% du chiffres d'affaires	43	46	70	85

Engagé POUR nos collaborateurs

THÉMATIQUE	UNITÉ	2021	2024	OBJECTIF 2025	OBJECTIF 2030
Obtenir la certification Great Place to work	Trust index % de réponses positives	ND	74	>70	>70
Partager la valeur créée par l'entreprise avec les employés	% des collaborateurs bénéficiaire d'un régime de partage des bénéfices	ND	95	95	95
Atteindre la parité hommes-femmes au niveau de la direction	% des managers	54	45	50	50
Réduire la fréquence d'accidents de travail	Taux de fréquence (TF)	16	19	19	10
Réduire la gravité d'accidents de travail	Taux de gravité (TG)	0,5	0,6	0,6	0,2
Intégrer les objectifs RSE dans les objectifs de performance individuelle	% du personnel	0	64	80	95

ND: donnée non disponible

ALTAÏR

CLEAN, THE RIGHT WAY

Conception : STUDIOGRAPHIQUEBRUNEL - S.A.S BRUNEL - RCS Lille Métropole B378 517 148.

Brunel ALTAÏR EAST Briochin Marcel GREEN SOAP

DES SOCIÉTÉS DU GROUPE ALTAÏR

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