



Actuar juntos

POR EL *futuro*

**INFORME
RSE**

2024 

Índice

Éditorial

El Grupo Altair, un actor comprometido con una droguería responsable y de calidad	p. 03
Una nueva identidad para reafirmar nuestros compromisos	p. 04
	p. 05

Comprometidos *CON el planeta*

FOCUS: Nuestra estrategia de descarbonización	p. 08
Nuestras acciones concretas para el planeta	p. 12

Comprometidos *CON los consumidores*

FOCUS: la calificación ambiental, una primicia en el sector del mantenimiento	p. 16
Nuestras acciones concretas para nuestros consumidores	p. 18

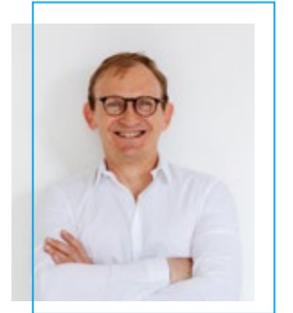
Comprometidos *CON los colaboradores*

FOCUS: Altair certificado Great Place to Work	p. 22
Nuestras acciones concretas con nuestros colaboradores	p. 24

Comprometidos *CON las asociaciones*

Nuestra hoja de ruta	p. 30
----------------------	-------

Editorial



Crear una coalición de droguería responsable

El Grupo Altair siempre ha apostado por una droguería responsable. En 2021, definimos nuestra estrategia marcándonos unos objetivos ambiciosos en favor del planeta, de nuestros consumidores y de nuestros colaboradores. Desde entonces, no hemos dejado de progresar y perfeccionarnos en base a estos 3 pilares. En 2023 conseguimos la validación por el SBTi de nuestros objetivos de reducción de emisiones de gases de efecto invernadero, en 2024 obtuvimos la certificación Great Place to Work y ya hemos empezado a lograr resultados tangibles: una reducción significativa de nuestras emisiones de GEI, un ahorro de agua y una reducción drástica de los COV. Estos resultados, detallados en este informe, se han alcanzado gracias al compromiso sin fisuras de todos nuestros equipos, a quienes expreso mi más sincero agradecimiento.

herramienta de calificación ambiental que nos permite medir con precisión el impacto de nuestros productos en cada fase de su ciclo de vida. Nos ayuda a mejorar el perfil ambiental de nuestra oferta y permite a los consumidores elegir con conocimiento de causa. Nuestra ambición para 2025 es compartir esta herramienta con el fin de implicar a un máximo de actores hacia un proceso virtuoso de ecodiseño e información al consumidor. Siempre unidos y en coalición con nuestros clientes, pero también con otras empresas de nuestro sector, contribuiremos a preservar el futuro de nuestro planeta y de sus habitantes.

Étienne **SACILOTTO**,
Presidente del **Grupo Altair**

Sin embargo, nos queda mucho camino por recorrer y la emergencia planetaria sigue siendo igual de apremiante. Tomando como base nuestros primeros buenos resultados, hemos de perseverar e intensificar nuestros esfuerzos. Pero solos no lo conseguiremos. Por eso hemos desarrollado en 2024 una



El Grupo Altair, un actor comprometido con una droguería responsable y de calidad desde hace más de 60 años.

Desde su creación, el Grupo Altair sigue innovando para ofrecer soluciones cada vez más eficaces pero también más seguras para las personas y menos nocivas para 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.

Este propósito viene reflejado en **nuestra misión**, escrita y compartida con todos nuestros colaboradores: **Compartimos nuestra pasión por la limpieza ayudando a los consumidores conscientes y exigentes a hacer sus hogares más bonitos, más saludables y más sostenibles.**

Ofrecemos soluciones de limpieza expertas que combinan eficacia y respeto por las personas y el medioambiente.



En 2024, la empresa Green Soap Company se unió al Grupo Altair. Fundada en 2016 en los Países Bajos, la empresa fabrica productos de limpieza para el hogar, detergentes, suavizantes, lavavajillas, jabones y geles de ducha a través de sus 2 marcas: Marcel Green Soap y Drie Hoek. **Todas sus gamas son veganas, biodegradables en un 95% mínimo, y presentadas en envases sin plástico o con plástico 100% reciclado, generalmente en formato recarga.** Una integración totalmente alineada con nuestros valores y nuestros compromisos.

EN 2024, ALTAIR SIGNIFICA:



AGRUPADOS EN TORNO A 4 VALORES ESENCIALES:

- Respetar a las personas y al planeta
- Innovar e inspirar
- Hacer que las cosas sucedan
- Aprovechar el poder colectivo
- Asumir el compromiso

UNA NUEVA IDENTIDAD PARA REAFIRMAR NUESTROS COMPROMISOS



En 2024, hemos actualizado nuestra identidad visual con el fin de adaptarla mejor a nuestros compromisos: **Un logotipo modernizado, un lema más alineado con nuestros valores y compromisos:** Clean, the right way. Expresa una visión sostenible, alentando prácticas de limpieza que preserven los recursos y protejan a las generaciones futuras.

NUESTRO MANIFIESTO

En Altair, estamos convencidos de que la excelencia, la autenticidad y la responsabilidad son las claves de un futuro sostenible. Desde nuestra creación, hacemos de cada día una nueva afirmación de nuestro compromiso ofreciendo soluciones que transforman cada hogar en un espacio donde la limpieza, la belleza y la sostenibilidad son un todo. Gracias a nuestras marcas reconocidas, estamos demostrando que la calidad, la eficacia y el respeto del medio ambiente pueden conjugarse en armonía.

Nuestra historia es la de una pasión en constante renovación por la experiencia y la innovación, al servicio de la limpieza del hogar. Nuestra historia también es la de hombres y mujeres que se comprometen a diario para hacer de nuestra aventura un éxito colectivo.

Su saber hacer, su energía y su entusiasmo son el reflejo del espíritu emprendedor y el arrojo que hacen de Altair un actor internacional de primera línea, orgulloso de sus raíces y de su identidad. Somos Altair. Cultivemos juntos la pasión por la innovación y el respeto. Construyamos juntos espacios vitales en los que sea agradable vivir, hoy y mañana.

Altair. Clean, the right way.





Comprometidos CON *el planeta*



Estrategia

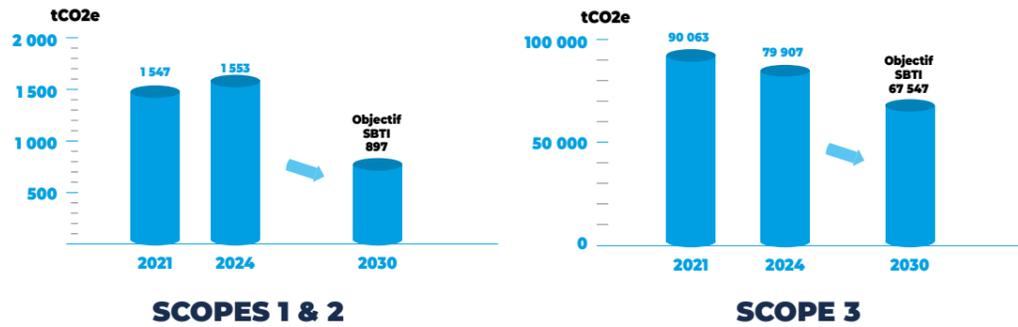
DE DESCARBONIZACIÓN

Desde 2021, realizamos el balance de carbono del Grupo. Esto nos permite **analizar nuestros puntos de emisión de Gases de Efecto Invernadero (GEI) y adoptar medidas correctivas consecuentes**, además de medir de forma concreta el resultado de nuestros esfuerzos año tras año.

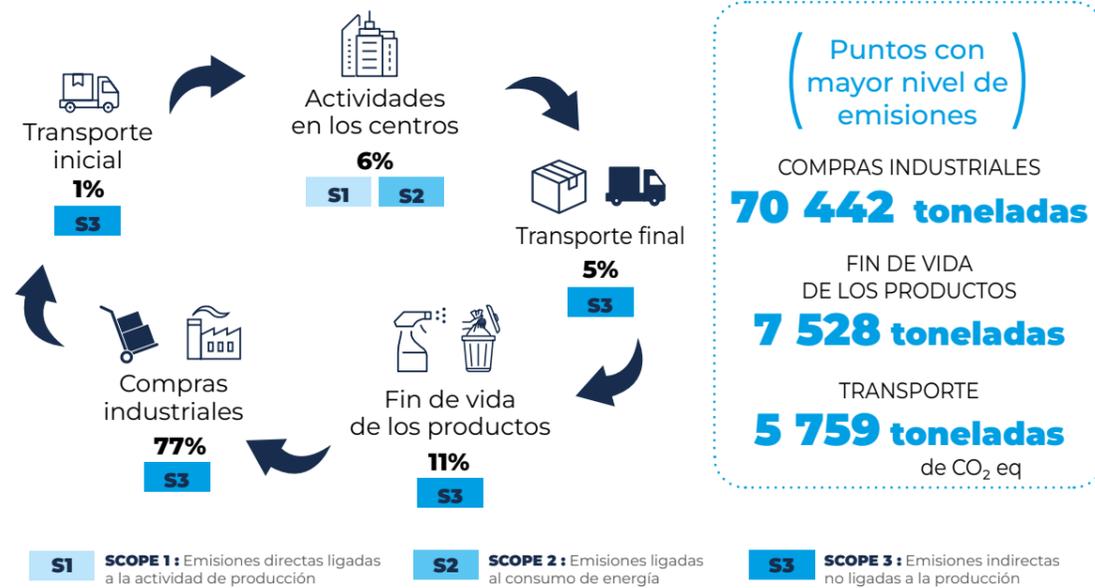
En 2021, nuestro balance registró 91.609 TCO2 emitidas.

Nuestros resultados en 2024

En 2024, reducimos en un 12% nuestras emisiones de gases de efecto invernadero con respecto a 2021.



DETALLE DE NUESTRAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO:



Tras realizar nuestro balance de carbono en 2022 y validar nuestros objetivos de reducción de carbono por el SBTi en 2023, nos dedicamos en 2024 a elaborar nuestro plan de descarbonización para alcanzar estos objetivos. Se trata de un plan ambicioso basado en 4 pilares: la energía, el transporte, el envase y la formulación. Es uno de los puntos clave de nuestra estrategia de RSE.

SÉVERINE GUILBERT
Directora de normativa, calidad y desarrollo sostenible

UN PLAN DE ACCIÓN BASADO EN 4 PRIORIDADES

Para alcanzar nuestros objetivos de cara al 2030, hemos implantado un plan de acción articulado en torno a 4 grandes pilares. Se trata de los aspectos sobre los que podemos actuar de forma concreta y rápida, y en los que sabemos que obtendremos mayor impacto.

LAS PRINCIPALES ACCIONES



ENERGÍA

- Suscripción de contratos de electricidad verde
- Instalación de paneles solares en nuestros centros
- Electrificación de nuestro parque automovilístico
- Optimización de nuestro gasto energético



TRANSPORTE

- Transporte ferroviario en los intercambios intergrupales
- Optimización de la carga mediante el uso de camiones de doble piso
- Gestión mutualizada de suministros
- Suscripción de contratos con transportistas comprometidos con la reducción de gases de efecto invernadero



ENVASES

- Transición de nuestros envases a plástico reciclado
- Propuesta de soluciones de recarga
- Reducción del tamaño de nuestros envases mediante la concentración de nuestras fórmulas



FORMULACIÓN

- Desarrollo de soluciones a base de materias de origen biológico, recicladas o suprarrecicladas
- Fomento de soluciones en fase acuosa.
- Creación de asociaciones con proveedores de materias menos contaminantes

09

NUESTRAS AMBICIONES para 2030

-650 toneladas de CO₂ eq

-1 440 toneladas de CO₂ eq

-4 833 toneladas de CO₂ eq

-14 560 toneladas de CO₂ eq



Un comité de pilotaje en cada entidad, asociado a talleres de trabajo que reúnen a los embajadores RSE del Grupo, permiten supervisar los proyectos emprendidos, medir los resultados concretos e identificar nuevas líneas de acción. Cada año, el plan de acción es validado por el COMEX.

NUESTROS OBJETIVOS SBTi 2030

-42% de emisiones de GEI en los SCOPES 1 y 2*

-25% de emisiones de GEI en el SCOPE 3*

*con respecto a las emisiones de 2021

Estrategia DE DESCARBONIZACIÓN

ALGUNOS EJEMPLOS DE ACCIONES EMPRENDIDAS EN 2024



REDUCIR LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO GENERADAS POR LA ACTIVIDAD DE NUESTROS CENTROS

Puesta en marcha de un nuevo sistema de filtración del aire en el centro de Noyelles-Lès-Seclin

En 2024, hemos acelerado nuestra iniciativa de reducción de emisiones de COV («Compuestos Orgánicos Volátiles») equipando nuestro centro de producción del Norte de Francia con un nuevo e innovador sistema de filtración de aire basado en carbón activo. Los carbonos capturan los COV a medida que pasa el aire reciclado y son posteriormente regenerados al pasar una corriente de aire y de vapor de agua que renueva su capacidad de absorción inicial.



RESULTADO: 13 veces menos COV en 6 años en este centro

OPTIMIZAR NUESTROS TRANSPORTES

Implantación del transporte intermodal entre nuestros centros

Desde junio de 2024, nuestras mercancías son transportadas por transporte intermodal (carretera + tren) entre nuestros centros de Brunel en Francia y Altaïr East en Polonia, y también entre OroBrands en España y Brunel en Francia. El transporte ferroviario consume menos energía y emite 14 veces menos* CO2 de media que el transporte por carretera.

*Fuente: ADEME



TRABAJAR EN EL ECODISEÑO DE NUESTROS PRODUCTOS

Identificación y sustitución de nuestras materias primas con mayor impacto para el planeta

EN STARWAX :

En el proceso de reelaboración de nuestros productos, hemos revisado la composición de nuestros accesorios de microfibra eliminando las poliamidas e integrando materias recicladas en nuestros poliésteres.

RESULTADO: - 60 T DE CO2 / AÑO



I OPTIMIZAR NUESTROS ENVASES

Creación de hojas de ruta para mejorar el ecodiseño de nuestros envases en todas las entidades del Grupo.



EN BRIOCHIN :

Propuesta de alternativas ecodiseñadas mediante el lanzamiento de recargas para nuestras referencias más vendidas.

RESULTADO: - 9,5 T DE PLÁSTICO / AÑO



EN TENN :

Desarrollo de un refill sin pistola pulverizadora.

RESULTADO: - 30% DE PLÁSTICO CON RESPECTO A LA VERSIÓN DE PULVERIZADOR CON CABEZAL



EN MARCEL GREEN SOAP :

Reducción del tamaño de las cajas de pastillas lavavajillas optimizando el llenado.

RESULTADO: - 2,6 T DE CARTÓN / AÑO



EN IBA :

Sustitución del plástico por cartón en los ganchos de los sobres perfumados

RESULTADO: -500KG DE PLÁSTICO / AÑO

NUESTROS OBJETIVOS

Nuestra actividad tiene consecuencias para el medio ambiente: consumo de agua y energía, generación de residuos...

Es por eso que estamos en una constante búsqueda de nuevas soluciones para optimizar el uso de los recursos de nuestro planeta y reducir nuestras emisiones de CO₂.

Así pues, nos hemos fijado **unos objetivos ambiciosos para 2025**

- **REDUCIR EN UN 15%**  el volumen de agua consumida con respecto a 2020
- **UTILIZAR EL 100%**  de energía procedente de fuentes renovables
- **DISMINUIR A 2 500 toneladas**  nuestro volumen de residuos (-520T respecto a 2021)



NUESTRAS ACCIONES

OPTIMIZAR el consumo de agua

En 2023, invertimos en nuevas herramientas industriales para nuestro centro de producción de Noyelles-Lès-Seclin (59).

Estas inversiones permitieron, entre otras cosas, automatizar la limpieza de las cubas. En 2024, mejoramos el manejo de estos nuevos procesos y optimizamos los ciclos de aclarado. Gracias a estos esfuerzos, nuestro consumo de agua en este centro pasó de 1,4 litros por kilo producido en 2019 a 1,1 litros en 2024.

 **RESULTADOS**
- 2 500T de agua / año es decir -20% de agua entre 2019 y 2024



un tejado más impermeable y más duradero

ACTUAR sobre nuestro consumo energético

Actuamos en varios frentes: hemos suscrito contratos de electricidad verde en nuestros centros y optimizado el aislamiento de nuestros edificios.

Hemos instalado un sistema de reflexión de los rayos solares en una parte del tejado de nuestro centro de producción de Noyelles-Lès-Seclin. Esta tecnología de tipo «cool roof» (tejado frío) permite reflejar hasta el 95% de los rayos solares.

 **RESULTADOS**

Hasta un **-50%** de disminución del consumo de energía.

Un tejado más impermeable y más duradero



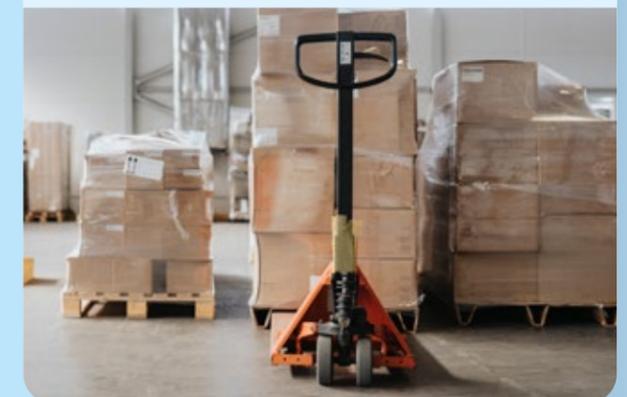
REDUCIR Y VALORIZAR nuestros residuos en logística

Nuestra entidad OROBrands está desarrollando un nuevo sistema de embalaje logístico que permite reducir el uso de film de plástico para envolver nuestros palés: se aplica un producto adhesivo* sobre las cajas de cartón para mejorar su estabilidad y evitar que se caigan.

Si las pruebas son concluyentes, este sistema se implantará en todas las entidades del Grupo. Asimismo, estamos desarrollando soluciones para la desmaterialización de los documentos de entrega de logística y la adopción de la firma electrónica a la recepción de la mercancía, con el objetivo de reducir el consumo innecesario de papel.

 **RESULTADOS**
- 15% film plástico por palet

*Adhesivo compatible con el reciclaje de cajas de cartón





Comprometidos CON los consumidores

La calificación ambiental

UNA PRIMICIA EN EL SECTOR DEL MANTENIMIENTO

Con la firme voluntad de reducir aún más nuestro impacto sobre el medio ambiente y permitir a los consumidores elegir con conocimiento de causa, hemos creado un índice medioambiental para evaluar nuestros productos. Al igual que el Nutriscore, bien conocido ya para los productos alimenticios, o las valoraciones dadas a los productos de bricolaje, este sistema de calificación medioambiental indica a los usuarios con total transparencia el perfil medioambiental de nuestros productos por medio de una nota sobre 100 asociada a un color.

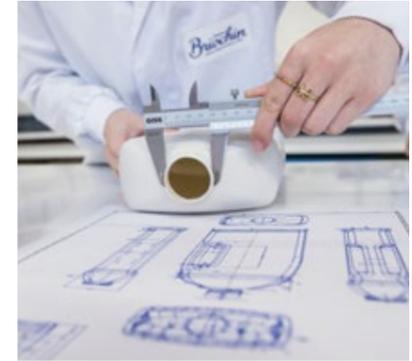


Un método de cálculo exhaustivo y validado

Nuestros equipos han trabajado durante 2 años en esta calificación. Investigaciones, pruebas en productos, estudios y análisis de ACV (Análisis de Ciclo de Vida) en nuestros productos...Este trabajo de gran envergadura nos ha permitido crear un sistema de calificación único ya que supera a muchos de los existentes para otras tipologías de productos:

- Tiene en cuenta la forma de usar los productos,
- La ponderación de la nota permite evaluar con más precisión el producto en función de los verdaderos problemas de impacto que supone.

La totalidad de nuestra metodología de cálculo ha sido validada por un despacho externo experto en ecodiseño.



JODIE LE GUENNIC
ingeniera en ecodiseño de envases

« Este proyecto se inició hace más de dos años con un trabajo de análisis del ciclo de vida en una veintena de nuestros productos así como la identificación de los principales retos medioambientales que afrontan los productos detergentes. A raíz de estos análisis, desarrollamos y probamos durante varios meses una herramienta interna basada en los resultados obtenidos. Deseábamos establecer un método de evaluación fiable, objetivo y accesible para lograr un avance significativo en nuestro proceso de ecodiseño de productos: la calificación medioambiental nos pareció la mejor opción para cumplir este reto. En el día a día, nos permite conocer y comprender objetivamente el impacto medioambiental de nuestros productos, pero también y sobre todo identificar acciones concretas para mejorarlo.

NUESTROS OBJETIVOS

Que el **80%** de nuestro catálogo de productos esté sujeto a la calificación medioambiental de aquí a 2030

Aplicar esta calificación a todos nuestros procesos de desarrollo de aquí a 2025

23 criterios de evaluación

Con 23 criterios evaluados, todas las fases del ciclo de vida de nuestros productos han sido examinadas exhaustivamente: diseño de la formulación, diseño del envase, fabricación, distribución, uso y final de vida de la formulación. Cada criterio es calificado del 1 al 5 para alcanzar un total de 100. Se utiliza un sistema de bonus o malus para afinar esta puntuación con el fin de recompensar o penalizar determinadas prácticas*.

Este trabajo de calificación nos permite tomar conciencia con mucha precisión de lo que es necesario mejorar en nuestras fórmulas y nuestros packagings, y también con nuestros socios transportistas y distribuidores. Asimismo, esta información nos permite mejorar los consejos destinados a los consumidores y optimizar nuestras fórmulas y envases para limitar el impacto del uso de nuestros productos (eficacia en frío, minimizar los aclarados frecuentes, etc.).

1 Ejemplo de criterios evaluados en la formulación



- Producto certificado Ecocert o Ecolabel
- % de ingredientes de origen natural presentes en la fórmula
- Ingredientes que no contribuyen a la eficacia ni a la estabilidad de la fórmula
- Ausencia de ingredientes controvertidos en la composición de la fórmula

Una presentación clara y pedagógica

Con un cursor y un color, la calificación del producto es muy visual y fácil de entender.



64/100

Piedra Blanca de Limpieza

ANTES

79/100

Piedra Blanca de Limpieza

DESPUÉS

Reelaboración de la fórmula e integración de materia reciclada en el envase



*Existen 2 niveles de ponderación de los criterios: - en función de la fase del ciclo de vida a la que se refieren - en función de su relación con los objetivos del Scorecard RSE (Cuadro de Indicadores de RSE).



NUESTROS OBJETIVOS

Nuestros productos de limpieza y nuestros insecticidas protegen a las personas manteniendo un entorno limpio y saludable.

Para que el uso de estos productos por los consumidores sea también perfectamente seguro, su formulación, al igual que su envase, deben ser igualmente vigilados y controlados para poder ser optimizados si es necesario.

Por ello, nos hemos fijado **unos objetivos ambiciosos para 2025:**

• **100% DE PRODUCTOS** formulados sin ingredientes controvertidos



• **REALIZAR el 20%** de nuestra facturación con productos ecocertificados

• **100% DE NUESTRAS MARCAS COMPROMETIDAS** con el fomento del consumo responsable



NUESTRAS ACCIONES

AUMENTAR NUESTRA GAMA DE PRODUCTOS ECOCERTIFICADOS



Nuestro laboratorio francés, validado para realizar las pruebas de rendimiento Ecocert

El estándar de referencia Ecocert se modificó en 2024 y ahora exige pruebas de rendimiento para garantizar que los productos con certificación «verde» sean igual de eficaces que los convencionales.

Nuestro laboratorio de Noyelles-lès-Seclin ha sido autorizado por Ecocert para realizar estas pruebas de rendimiento. Por lo tanto, ya podemos crear nuevos productos y probarlos antes de producirlos en nuestras fábricas, también certificadas.



RESULTADOS

Esta certificación permite simplificar los procesos de desarrollo y producción de nuestros productos, y aumentar así nuestra gama de productos certificados.

DESARROLLAR PRODUCTOS VEGANOS



Desde 2013, está prohibido en Europa testar productos cosméticos en animales.



Esta prohibición todavía no se aplica a los productos de limpieza. En Marcel Green Soap, los productos se etiquetan 100% veganos desde siempre. Se elaboran sin realizar ningún tipo de test en animales y no contienen grasa animal.



RESULTADOS

100% de productos veganos en Marcel Green Soap

FAVORECER EL USO DE INGREDIENTES NATURALES EN NUESTROS PRODUCTOS



Las fórmulas ecocertificadas de nuestras firmas son tan eficaces como las no certificadas. Por ello, hemos racionalizado las fórmulas en todas las marcas del Grupo favoreciendo aquellas certificadas y aumentando así significativamente la gama de productos ecocertificados de nuestro catálogo.



RESULTADOS

18% de fórmulas ecocertificadas en nuestro catálogo del Grupo

Este último año, OROBrands ha lanzado 2 nuevas marcas eco-responsables en el mercado español: La Droguería, una gama de productos de limpieza certificados Ecocert, y K Origen, insecticidas a base de activos vegetales principalmente.



FOMENTAR UN CONSUMO RESPONSABLE PARA TODAS NUESTRAS MARCAS



En 2024, nuestras marcas innovaron para ofrecer productos que sigan siendo tan eficaces como siempre, y también más responsables.

1. Briochin

Briochin ha desarrollado láminas de detergente que ofrecen la dosis justa de producto, son eficaces en frío, se disuelven completamente y están compuestas en un 90% por ingredientes de origen natural.



RESULTADOS

6 veces más dosis de detergente por palé que en un palé de detergente en bidones de 2,27 L
- 91% de agua transportada

2. Croc Odor

En 2024, la marca desarrolló un destructor de olores diseñado y fabricado en Francia, con ingredientes naturales en un 98% y sin Compuestos Orgánicos Volátiles (COV) controvertidos y todo ello en un packaging ecodiseñado (100% RPET y reciclable).



3. Marcel Green Soap

La fórmula del bloque WC de la marca ha sido actualizada, para pasar del 80% al 99% de ingredientes de origen natural, con un poder de limpieza equivalente. Por su parte, el envase es 100% reciclado.



RESULTADOS

50% de nuestras marcas comprometidas con el fomento de un consumo más responsable



Comprometidos CON los colaboradores

Altair certificado

GREAT PLACE TO WORK



Nos habíamos propuesto como objetivo obtener en 2025 la certificación Great Place to Work, referente mundial en materia de experiencia de los empleados. Lo hemos conseguido con un año de antelación, pues obtuvimos esta certificación en 2024 ¡y para todas nuestras entidades!

Más de 419 colaboradores respondieron de forma libre y anónima a la encuesta de marzo de 2024.

NOTABLE PROGRESO DE LOS RESULTADOS

Los resultados de la encuesta de 2024 registran un claro progreso con respecto a los de la edición de 2023. Las dimensiones de compañerismo y orgullo son las mejor valoradas con, respectivamente, un 80% y un 78% de respuestas favorables de media para estos dos aspectos.

Cifras clave de la encuesta 2024 y evolución con respecto a 2023



de índice de satisfacción de los colaboradores - Trust Index (Índice de confianza)
+13 pts respecto a 2023



de los colaboradores consideran que es agradable trabajar en el Grupo
+18 +13 pts respecto a 2023



COLABORADORES ORGULLOSOS DE TRABAJAR EN ALTAİR



Los resultados de la encuesta corroboran el compromiso de nuestros colaboradores y su sentimiento de pertenencia a Altair.

El **90%** se declara orgulloso de nuestros logros..

El **88%** considera que contribuye de forma personal al Grupo

El **84%** se declara orgulloso de trabajar para el Grupo



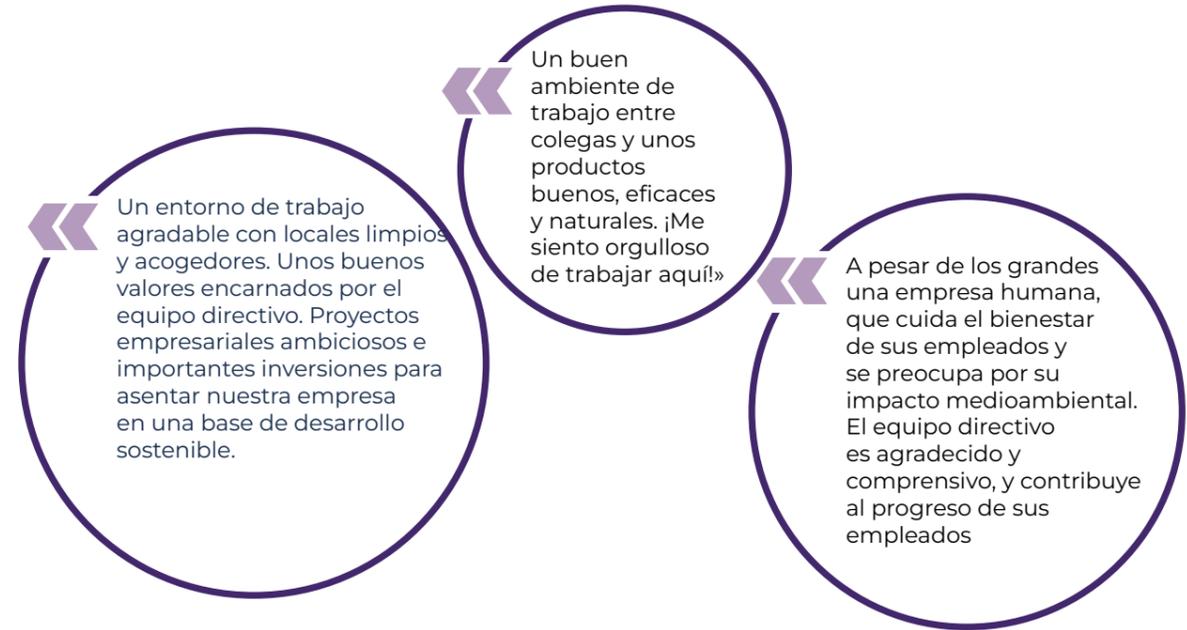
SOLIDARIDAD, RESPETO Y RESPONSABILIDAD: LOS VALORES COMUNES DE NUESTROS EQUIPOS

Dedicación, éxito colectivo, humildad, estimulación positiva y responsabilidad son los valores centrales del Grupo. La encuesta refleja que estos valores son compartidos, pero sobre todo experimentados por los colaboradores de las distintas entidades ya que:

El **86%** afirma que sus directivos confían en ellos para desempeñar su trabajo y asignarles responsabilidades

El **85%** considera ser tratado como un miembro de pleno derecho con independencia de su función en la empresa.

El **85%** opina que puede contar con la ayuda de sus colegas u otros miembros del personal y que todos los compañeros son considerados entre sí.



CONFIANZA EN EL GRUPO, EN SUS DIRECTIVOS Y EN EL PROYECTO QUE DIRIGEN



El sistema de gestión del Grupo y su proyecto global inspiran plena confianza a nuestros equipos.

El **88%** de los empleados considera que el equipo directivo reúne las competencias necesarias para dirigir la empresa

El **84%** afirma que el equipo directivo gestiona la empresa de forma honesta y ética.

El **78%** declara que el equipo directivo tiene las ideas claras sobre los objetivos de la empresa y sabe cómo alcanzarlos.



En conclusión, estos resultados, que superan a los de 2023, consolidan la dinámica de transformación con la que el Grupo está comprometido desde hace varios años, y reflejan de forma evidente el orgullo, la adhesión y el compromiso de nuestros colaboradores con el Grupo.



NUESTROS OBJETIVOS

Hacer crecer a nuestros colaboradores en un entorno de trabajo agradable, garantizar su seguridad, pero también dar sentido a su misión y acoger talentos de todos las procedencias: así es como nos comprometemos con nuestros equipos cada día. La encuesta Great Place to Work 2024 lo confirma: nuestros colaboradores se sienten bien en Altair y están orgullosos de trabajar aquí, ¡y este es uno de nuestros mayores triunfos!

Para mantener este nivel de satisfacción y compromiso, **nos hemos fijado unos objetivos claros para 2025:**

.100%
DE NUESTROS COLABORADORES
comprometidos con objetivos RSE

.35%
DE COLLABORATEURS
formados cada año

• **REDUCIR** el índice de frecuencia de los accidentes laborales a **10%** (frente al 16 en 2021)



NUESTRAS ACCIONES

LOGRAR LA IMPLICACIÓN DE LOS COLABORADORES EN NUESTRO PROCESO RSE

Para dar vida y hacer tangible nuestro proceso RSE en el Grupo, hemos establecido un plan de acción en 3 fases para involucrar, motivar y ayudar a los empleados a llevar a cabo proyectos concretos.

SENSIBILIZAR: para que nuestros colaboradores se impliquen plenamente en nuestro proceso RSE, los concienciamos en cuestiones sociales y medioambientales por medio de herramientas lúdicas (talleres, juegos, retos...).



COMPROMETER: informamos a nuestros colaboradores de los objetivos y planes de acción RSE para esclarecer las expectativas y dar sentido a su actividad. Para ello, utilizamos pantallas digitales y medios complementarios (formación, newsletters, elementos lúdicos) que nos permiten comunicarnos eficazmente con todos los empleados, dondequiera que trabajen.



PASAR A LA ACCIÓN: para implicar a los equipos, es fundamental darles los medios para actuar: tiempo y recursos (humanos y financieros). Para ello, hemos creado una red de embajadores RSE, compuesta por voluntarios deseosos de llevar a cabo acciones concretas, estén o no relacionadas con su puesto de trabajo.

Finalmente, para alentar aún más a los equipos a implicarse, hemos integrado objetivos de RSE en la evaluación de los colaboradores, que se tienen en cuenta en el cálculo de las primas anuales.

DESARROLLAR LAS COMPETENCIAS DE LOS COLABORADORES

En ORO Brands, convencidos de que unos directivos formados y alineados hacen crecer y progresar a sus equipos, hemos apostado por la formación. Se han desarrollado dos temáticas específicas para todos los managers de primera línea: la resolución de conflictos y la toma de decisiones. Durante 2 días, los colaboradores han podido experimentar juegos de rol y simulaciones para comprender mejor estos temas complejos.



PROTEGER A NUESTROS EQUIPOS

La seguridad no solo implica el uso de equipos de protección individual, pues la formación y la prevención también desempeñan un papel esencial.

En ORO Brands, con motivo del Día Mundial de la Seguridad en el Trabajo, los colaboradores redactaron compromisos en materia de seguridad y los compartieron en un muro colectivo, favoreciendo así la reflexión y los intercambios sobre prácticas más seguras. Los resultados fueron comunicados a toda la entidad, analizados en relación con las cifras internas, y completados con campañas de prevención (deporte, tabaquismo, salud dermatológica...).

En Altair East se presta una atención particular a la detección precoz de posibles problemas de salud o seguridad que impidan a los colaboradores ejercer sus funciones en condiciones adecuadas. Esta atención permite evitar accidentes y mejorar la ergonomía de los puestos de trabajo.



FOMENTAR EL BIENESTAR EN EL TRABAJO

Los resultados de la encuesta Great Place to Work muestran claramente que las condiciones y el ambiente de trabajo son muy apreciados por los colaboradores. Esto no es una casualidad.

En **ORO Brands**, las mujeres fueron homenajeadas en la prensa y festejadas con motivo del Día Internacional de los Derechos de la Mujer, el 8 de marzo, en un acto festivo.

En **Briochin**, los resultados de la encuesta Great Place to Work 2023 inspiraron un plan de acción en varios frentes: por un lado, todos los colaboradores recibieron una formación; además, se abrieron nuevas oficinas en Rennes, más confortables y mejor equipadas; también se proporcionaron gafas de seguridad adaptadas a la vista de los colaboradores que necesitaban corrección visual; y, finalmente, se organizaron eventos de convivencia en equipo (Navidad, Año Nuevo, comidas mensuales de equipo...) destinados a compartir momentos de distensión entre compañeros.



En **Brunel**, se ha lanzado la Stellar Academie. Se trata de un comité que recompensa a los trabajadores que han contribuido a proyectos significativos en sintonía con los valores y retos de la empresa. El objetivo es recompensar a los colaboradores implicados, pero también estimular el espíritu de equipo y la innovación. Asimismo, los colaboradores se involucraron en una campaña de comunicación destinada a atraer talentos: sus retratos son los rostros de la campaña. La campaña se ampliará a las demás empresas del Grupo en 2025.



En **Altair East**, para conciliar mejor la vida profesional y personal, se ha incorporado el teletrabajo, así como horarios de trabajo flexibles (posibilidad de empezar la jornada laboral a las 7h o a las 9h). Como complemento, se han organizado actividades de team-building para reforzar la cohesión del equipo.



Comprometidos CON *las asociaciones*



NUESTROS OBJETIVOS

El Grupo Altair siempre ha estado comprometido con la protección del medio ambiente y la biodiversidad, pero también con la ayuda a las poblaciones más vulnerables en cada uno de los países donde nuestras empresas están presentes.

Para ello, hemos establecido colaboraciones a largo plazo con numerosas asociaciones y organismos, y cada año nuevas iniciativas vienen a sumarse a esta serie de compromisos históricos.



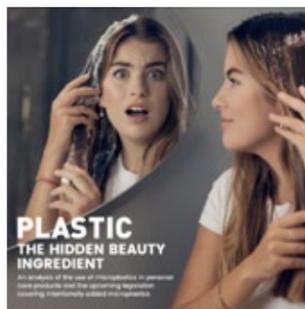
NUESTRAS ACCIONES

ACTUAR EN FAVOR DE LA LUCHA CONTRA LA CONTAMINACIÓN

Los científicos llevan décadas alertando sobre los micro y nanoplasticos y su reconocido impacto sobre la salud humana. Desde hace 3 años, la entidad Green Soap Company es miembro de la Fundación Plastic Soup a la que presta su apoyo.

Mediante la concienciación pública, la presión política y la acción jurídica, la Plastic Soup Foundation se propone eliminar progresivamente los plásticos desechables y los aditivos nocivos y obrar en pro de un avance gradual hacia un mundo sin petróleo. Apoyamos desde hace 3 años el proyecto «Beat the Microbead». Gracias a esta iniciativa, los consumidores que desean elegir con pleno criterio pueden escanear los productos Marcel Green Soap que utilizan a través de una aplicación específica para comprobar que no contienen microplásticos. Nuestros productos presentan el logotipo

«Look for the Zero» («Busca el Cero»), aportado por la Fundación para informar a los consumidores sobre esta iniciativa.



En 2024, en colaboración con la Plastic Soup Foundation y otras 5 marcas de cuidado personal, lanzamos una gran campaña de comunicación y sensibilización en redes sociales, relaciones públicas y televisión, sobre el tema de los microplásticos en los productos de cuidado personal.

ACTUAR EN FAVOR DE LA PRESERVACIÓN DE LA BIODIVERSIDAD

Restaurar la fauna marina con Eco Tree en Francia

En 2024, celebramos los 4 años de nuestra colaboración con la asociación Eco Tree, que desarrolla ofertas originales que permiten a todos participar en la protección, la gestión y la restauración de los ecosistemas.

Para 2025 hemos emprendido un proyecto destinado a restaurar las praderas de posidonia, deterioradas por las anclas de los barcos de recreo en la bahía de Alga, en Calvi. Además de albergar una biodiversidad muy rica, la posidonia es un alga sumamente preciada por su capacidad para capturar el carbono. Alrededor del 30% de las praderas de posidonia han desaparecido en 50 años. Por cada saturador Starwax comprado, 1 euro ha sido destinado a este proyecto.



Reforestar los bosques de Polonia con Posadzimy.pl

En Polonia, Altair East se ha unido a Posadzimy.pl en una iniciativa de reforestación para mejorar la calidad del aire y preservar la naturaleza. Así, hemos plantado 250 árboles, que permiten cubrir 277,5 m² de bosque y capturan 1,5 toneladas de Co₂/año.

ACTUAR EN FAVOR DE LA AYUDA SOCIAL

Apoyo a los niños enfermos de cáncer

Desde hace casi 5 años, apoyamos activamente, a través de Altair East, a la fundación «Pour sauver les enfants atteints du cancer» («Salvar a los niños enfermos de cáncer»), con el objetivo de contribuir a la lucha contra esta enfermedad, pero también para brindar alegría y creatividad a la vida de los niños enfermos.

Por cada disolvente y quitamanchas vendidos destinamos 1 PLN a la fundación. En 2024, ampliamos nuestra colaboración apoyando la organización de 2 talleres, uno dedicado al upcycling y otro a experimentos científicos y lúdicos.



Apoyar a las víctimas de desastres naturales

En 2024, países como Polonia y España, en los que estamos presentes, sufrieron graves inundaciones. Altair East y Oro Brand se movilizaron para apoyar a las familias afectadas.



Productos donados a los damnificados polacos

Altair East decidió donar 1000 productos antimoho a los vecinos más necesitados en las ciudades de Głucholazy, Prudnik, Nysa y a los bomberos voluntarios de Jarnotówek. La acción se llevó a cabo en cooperación con las autoridades locales, lo que permitió que la ayuda llegara a los que más la necesitaban.

Reorganización y asistencia a los damnificados en España.

Desde el comienzo de las inundaciones, ORO Brands se movilizó para garantizar la seguridad de sus empleados deteniendo la producción y ofreciendo teletrabajo para aquellos puestos que lo permitían. Para ayudar a las familias damnificadas, la empresa habilitó 3 tipos de ayudas:

- Distribución de casi 20 000€ en productos a diversas asociaciones como la Cruz Roja.
- Se animó a los empleados a realizar donaciones económicas para socorrer a los hogares afectados. - La empresa participó duplicando las cantidades antes de entregarlas a la Cruz Roja.
- Ayuda económica a los colaboradores que sufrieron pérdidas materiales.





Resultados 2024

Comprometidos CON el planeta

→ Optimizar el uso de los recursos



1,12L

de agua utilizada por kg de producto fabricado
-14 % de reducción vs 2021



100%

de nuestra energía proviene de fuentes renovables
+40 puntos vs 2021

Comprometidos CON los consumidores

→ Mejorar el perfil eco-responsable de nuestros productos



18%

de nuestro portafolio de productos está certificado como sustentable
+ 8 puntos vs 2021



42%

de nuestros plásticos contienen material reciclado
+33 puntos vs 2021

Comprometidos CON los colaboradores

→ Actuar para un mayor bienestar en el trabajo



74%

de respuestas positivas al índice de confianza (tasa de satisfacción de los empleados)
Primera certificación Great Place to Work para el grupo



64%

de nuestros empleados están comprometidos con los objetivos de RSE
+64 puntos vs 2021

Comprometidos CON el planeta

TEMÁTICA	UNIDAD	2021	2024	OBJETIVO 2025	OBJETIVO 2030
Reducir las emisiones de GEI en nuestras operaciones (scope 1&2)	Toneladas equivalente CO ₂	1 547	1 553	1 208	897
Reducir las emisiones de GEI procedentes de la formulación y el embalaje (scope 3)	Toneladas equivalente CO ₂	90 063	79 907	79 732	67 547
Reducir el consumo de agua en nuestros centros de producción	L/kg producto	1,30	1,12	1,12	1,1
Reducir los lotes de producción defectuosos a desechar	% toneladas defectuosas vs total	0,20	0,39	0,15	0,1
Descarbonizar nuestra electricidad	% kWh - consumo de electricidad	59	100	100	100

Comprometidos CON los consumidores

TEMÁTICA	UNIDAD	2021	2024	OBJETIVO 2025	OBJETIVO 2030
Utilizar nuestra herramienta de calificación ambiental para medir y reducir el impacto de los productos	% de proveedores que han firmado nuestra Carta de Compras	0	14	30	80
Sustituir el plástico virgen por plástico reciclado en nuestros productos	% de facturación	9	42	50	60
Comprometerse con un abastecimiento responsable con nuestros socios por medio de nuestra carta RSE proveedores	% del total de las referencias de nuestro catálogo	5	74	75	85
Reducir el impacto del transporte de mercancías mediante prácticas sostenibles inspiradas en el FRET21	% de plástico reciclado en el total de envases	43	46	70	85

Comprometidos CON los colaboradores

TEMÁTICA	UNIDAD	2021	2024	OBJETIVO 2025	OBJETIVO 2030
Obtener la certificación Great Place to Work	% de participación - calificación del índice de confianza	ND	74	>70	>70
Compartir el valor creado por la empresa con los empleados	% de empleados que participan en un sistema de participación de beneficios	ND	95	95	95
Alcanzar la paridad de género en los cargos de dirección	% de directivos	54	45	50	50
Reducir la frecuencia y gravedad de los accidentes laborales	*Tasa de frecuencia (TF)	16	19	19	10
Reducir la frecuencia y gravedad de los accidentes laborales	*Tasa de gravedad (TG)	0,5	0,6	0,6	0,2
Integrar los objetivos RSE en los objetivos de rendimiento individual	# % de empleados	0	64	80	95

ND: dato no disponible

ALTAÏR

— CLEAN, THE RIGHT WAY —



EMPRESAS DEL GRUPO ALTAÏR