

Avril 2022-Mars 2023

# RAPPORT D'IMPACT

# Table des matières

- 02-04** **À propos du rapport** Introduction. Un mot de nos PDG
- 05-14** **À propos d'Altitude Sports** Aperçu. Histoire. Notre vision. Notre mission. Nos valeurs. Événements marquants de 2023. Leadership
- 15-35** **Travaillons ensemble** Notre équipe. Notre communauté. Notre chaîne d'approvisionnement
- 36-57** **Climat** Notre empreinte. Logistique et opérations. Transparence
- 58-71** **Stratégie en matière de climat** Notre approche. Cibles
- 72-84** **Nos marques partenaires** Les résultats de nos fournisseurs principaux
- 85** **Annexe** Glossaire



# À PROPOS DU RAPPORT

# Nous sommes heureux de vous présenter notre tout premier rapport d'impact, qui plonge **au cœur** de nos **efforts sociaux et environnementaux**.

**Pour toute question sur ce rapport:**  
[social\\_responsibility@altitude-sports.com](mailto:social_responsibility@altitude-sports.com)

**Note:**  
Le rapport couvre l'ensemble des activités d'Altitude Sports et de La Dernière Chasse pour l'année fiscale commençant le 1er avril 2022 et se terminant le 31 mars 2023.

Notre objectif est simple mais fondamental : créer un document qui ne se contente pas de résumer nos performances annuelles, mais qui reflète également nos aspirations pour l'avenir.

Nous sommes conscients de l'empreinte que nous laissons sur le monde et nous nous efforçons de trouver l'équilibre entre responsabilité et performance, en consacrant notre énergie à des initiatives qui créent de la valeur pour toutes les parties concernées.

Nous sommes fiers de partager le chemin que nous avons parcouru jusqu'à présent, depuis l'examen de l'impact direct de notre entreprise jusqu'à la célébration des effets positifs ressentis par nos marques partenaires et notre engagement auprès des employés et des communautés.

Mais il ne s'agit pas seulement de chiffres, il s'agit aussi des histoires qui se cachent derrière ceux-ci. Nous croyons en la transparence, en l'ouverture sur nos succès, nos échecs et les défis que nous avons rencontrés en cours de route. Ce sont ces moments de croissance et d'apprentissage qui façonnent ce que nous sommes et ce vers quoi nous tendons.

# Un mot des **propriétaires**

Maxime et moi sommes devenus propriétaires majoritaires d'Altitude Sports en 2011, et à l'approche du mois d'août 2024, qui marquera le 40e anniversaire de notre entreprise, nous dressons le bilan de notre parcours. Notre mission est claire : favoriser une connexion profonde avec la nature en fournissant des vêtements et de l'équipement durables pour tous. Nous croyons que passer du temps en plein air améliore notre bien-être, notre santé et notre équilibre. Et lorsque nous profitons de ces espaces, nous ressentons tous le besoin de les préserver.

Malgré les nombreux défis, nous sommes heureux de présenter notre premier rapport d'impact, qui témoigne de notre résilience et de notre optimisme. Chez Altitude Sports, notre éthique va au-delà des marges de profit ; nous visons une croissance durable et la création de valeur pour toutes les parties prenantes. Bien que notre engagement envers les pratiques éthiques ait toujours été inhérent, ce rapport marque une étape importante dans la formalisation concrète de cet engagement.

Aujourd'hui, nous sommes plus déterminés que jamais à créer un lieu de travail diversifié et inclusif, à réduire notre empreinte environnementale et à collaborer avec nos fournisseurs pour façonner un avenir meilleur. Notre premier rapport d'impact marque un tournant décisif, alors que nous nous efforçons d'apporter des changements positifs et d'inspirer d'autres à faire de même.

Merci d'avoir été là. Votre soutien permet à toute l'équipe d'Altitude Sports de concentrer son énergie à faire grandir une entreprise tout en trouvant des solutions innovantes et responsables.

*Maxime Dubois et Alex Guimond*




Maxime Dubois



Alexandre Guimond

2

À PROPOS  
D'ALTITUDE  
SPORTS

# À propos d'Altitude Sports

**Basé  
à Montréal**

siège social et centre de distribution

**384 marques**

à travers deux sites Web:  
Altitude Sports et La Dernière Chasse

**333 employés  
à temps plein**

en date du 31 mars 2023

**160 000  
pieds carrés**

superficie du centre de distribution

**Ventes  
au Canada**

dont 60% hors Québec

**100% en ligne**

**Livraison  
le jour même**

Livraison le jour même à Montréal et livraison  
le lendemain dans plus de 2 000 villes au  
Canada

**Plus de 1,2 million  
de commandes  
expédiées**

1er avril 2022 - 31 mars 2023

# Histoire

**1984**

Nos origines remontent à l'ouverture du premier magasin Altitude Sports, connu à l'époque sous le nom d'Altitude Sports Plein Air, dont l'objectif est de promouvoir le plein air en vendant et en louant des vêtements et du matériel de qualité pour les activités de plein air.

**1999**

Lancement de notre boutique de commerce électronique, premier détaillant en ligne de produits de plein air au Canada. Le site Web devient bien connu des personnes qui recherchent des produits techniques très spécifiques. Nous proposons des marques telles que The North Face, Salomon et Osprey, et nous offrons des commandes spéciales - c'est le premier magasin à le faire, au grand bonheur de la communauté.

**2010**

Le lancement de notre magasin de liquidation, La Dernière Chasse, dédié à la vente de produits d'Altitude Sports de la saison précédente à des prix très réduits, nous permet de réduire les déchets tout en offrant des produits durables à un plus grand nombre de consommateurs.

**2011**

Les employés Alexandre Guimond et Maxime Dubois achètent Altitude Sports et en deviennent les propriétaires majoritaires.

**2012**

Nous lançons notre projet « Troque ton duvet » afin de collecter des manteaux d'hiver d'occasion encore en bon état pour les remettre à Mission Old Brewery, une ONG qui vient en aide aux plus démunis.

**2016**

En collaboration avec Quartz Co., nous participons à la conception et au lancement du tout premier parka isolé avec de l'asclépiade, une fibre locale, renouvelable et entièrement naturelle.

**2017**

Lancement d'Alti Action, un programme caritatif qui soutient la pratique d'activités de plein air par le biais d'initiatives de protection de l'environnement, de sensibilisation sociale et de programmes de promotion de la diversité.

**2018**

Parution des premiers projets de courts métrages, qui offrent un aperçu des coulisses de nos marques partenaires. Ces histoires prennent vie grâce à nos employés qui voyagent vers des destinations reculées du globe afin de tester de l'équipement et mieux comprendre la vision de ces marques.

**2019**

Notre Place de marché voit le jour et offre à Altitude Sports un accès à l'inventaire de nos marques partenaires, ce qui rehausse l'expérience de magasinage en offrant à nos clients un meilleur choix de tailles et couleurs.

**2020**

Nous lançons un service de Livraison le jour même et le lendemain.

**2021**

Lancement de la très attendue catégorie d'équipement de ski et planche à neige.

**2022**

Lancement de la catégorie d'escalade, qui offre des produits comme des harnais, des chaussures et des accessoires.

**2023**

Nous offrons une option de livraison à bord de véhicules et de vélos 100% électriques sur l'île de Montréal.

Notre **vision** est  
d'être la plus grande  
des petites boutiques.

Notre mission est de vous équiper des produits les plus durables et les mieux conçus par l'entremise d'une expérience en ligne inégalée.



Le design est fonctionnel et chaque détail répond à un besoin. Cette précision dicte la façon dont nous sélectionnons les produits que nous vendons: elle est simple, soignée et efficace.



Nous visons de hauts standards d'esthétique dans nos collections, nos expériences et notre contenu. Cette esthétique nous rend plus confiants dans notre pratique du sport et dans notre vie quotidienne.



Nous ajoutons une touche personnelle à toutes les étapes de magasinage de nos clients grâce à des conseils personnalisés sur l'équipement et les produits techniques. Tout le monde devrait se sentir bienvenu dans notre boutique en ligne.



Nous encourageons l'égalité, la diversité et l'harmonie avec la planète en nous associant à des marques et à des personnes qui partagent nos valeurs. Par le biais de l'éducation et de diverses initiatives, nous visons à créer un changement positif.

## Nos faits saillants 2023

25 000

livraisons effectuées à bord d'un véhicule ou d'un vélo 100% électrique.

53,85%

de nos produits sont dotés d'une certification environnementale.\*

\*basé sur 45,81% de nos marques partenaires qui ont répondu à notre enquête.

45%

de nos gestionnaires se décrivent comme des femmes.

29,8%

de nos gestionnaires s'identifient à un groupe social sous-représenté.

48%

des membres de notre personnel s'identifient à un groupe social sous-représenté.

128 000\$

remis à des organisations à but non lucratif à travers notre programme Alti Action.

62,18%

de notre personnel utilise un moyen de transport à faible impact environnemental (vélo, marche, transports publics ou véhicule 100% électrique).

# Propriétaires majoritaires

Maxime Dubois

CO-PDG



Alexandre Guimond

CO-PDG



# Conseil d'administration



**Alexandre Guimond**  
Membre et président



**Maxime Dubois**  
Membre et secrétaire



**François Roberge**  
Membre et directeur



**Serge Dubois**  
Membre indépendant et trésorier



**Dustin Robertson**  
Membre indépendant et directeur



**Valérie Sicard**  
Membre observatrice



**Maxime Tourangeau**  
Membre observateur



**Guillaume Felx**  
Membre observateur

# Comité de direction



**Alexandre Guimond**

Co-PDG et Chef de la protection de la vie privée



**Maxime Dubois**

Co-PDG



**Jason Grenier**

Chef des services financiers



**Raff Paquin**

Chef de la technologie et de la sécurité



**Louis-Dominic Parizeau**

Vice-Président Marketing



**Bao Trinh**

Vice-Président achats et planification de la demande



**Sharlinee Maharaj**

Vice-présidente, Talent et Culture

3

**TRAVAILLONS  
ENSEMBLE**

# 3.1

NOTRE  
ÉQUIPE

# Données sur l'identité de genre en milieu de travail

- Homme
- Femme
- Préfère ne pas répondre

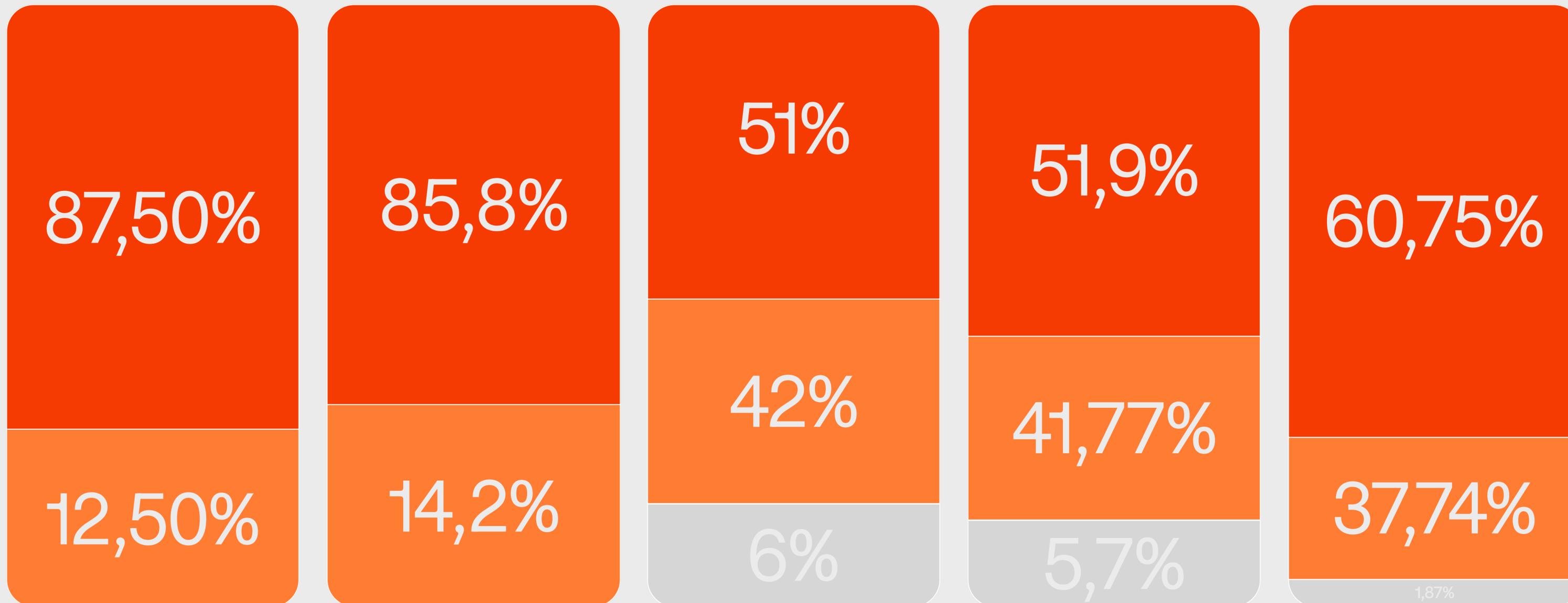
Conseil d'administration

Comité de direction

Gestionnaires

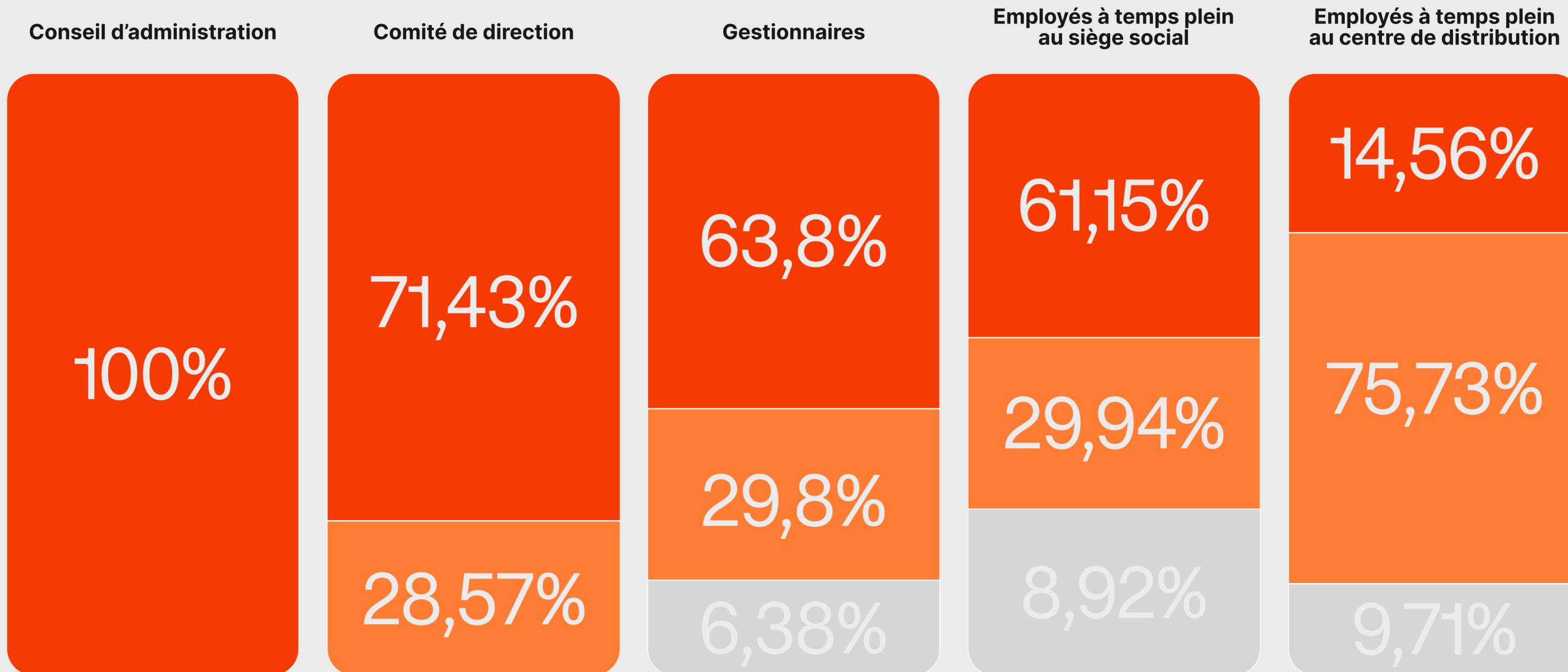
Employés à temps plein  
au siège social

Employés à temps plein  
au centre de distribution



# Données sur la diversité en milieu de travail

- Blanc
- Groupe social sous-représenté
- Préfère ne pas répondre



## Engagement des employés

En janvier 2024, nous avons obtenu un score eNPS\* de 26,40, soit une amélioration de 11,4 points d'une année sur l'autre.

\*L'eNPS (Employee Net Promoter Score) est un moyen de mesurer la satisfaction et la loyauté des employés dans notre organisation. Selon Workleap, 0-20% est bon, 20-40 est excellent, 40+ est excellent.

# Avantages sociaux

Rabais sur tous les produits d'Altitude Sports

Assurances médicale et dentaire

Jours personnels pris à discrétion toute l'année

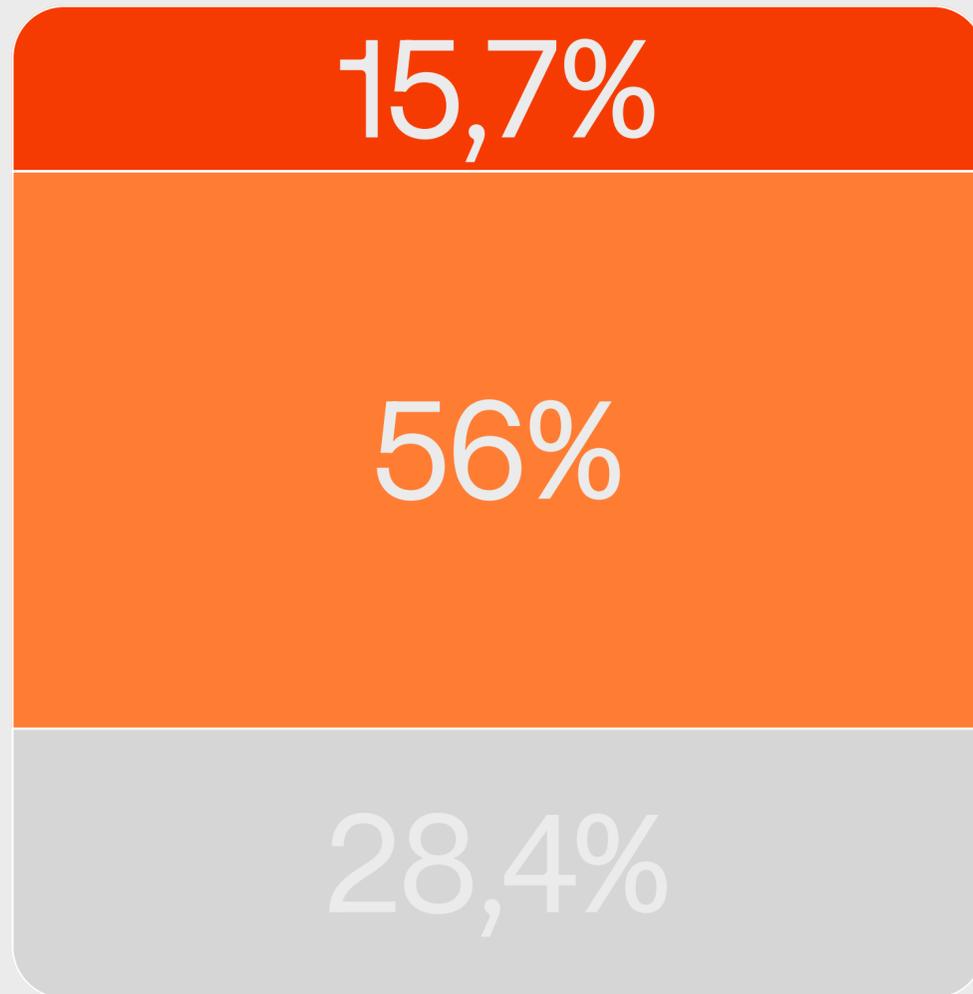
Rabais sur la réservation de séjours de camping

Rabais sur la réservation de séjours guidés  
en ski de randonnée

Formule flexible de travail à la maison



# Formule flexible de travail à la maison



- Employés allant au bureau 3 fois ou plus par semaine
- Employés allant au bureau 1 à 3 fois par semaine
- Employés allant au bureau 1 à 2 fois par mois



# Événements communautaires à l'interne

Ligues sportives (softball, soccer, volleyball, et plus)

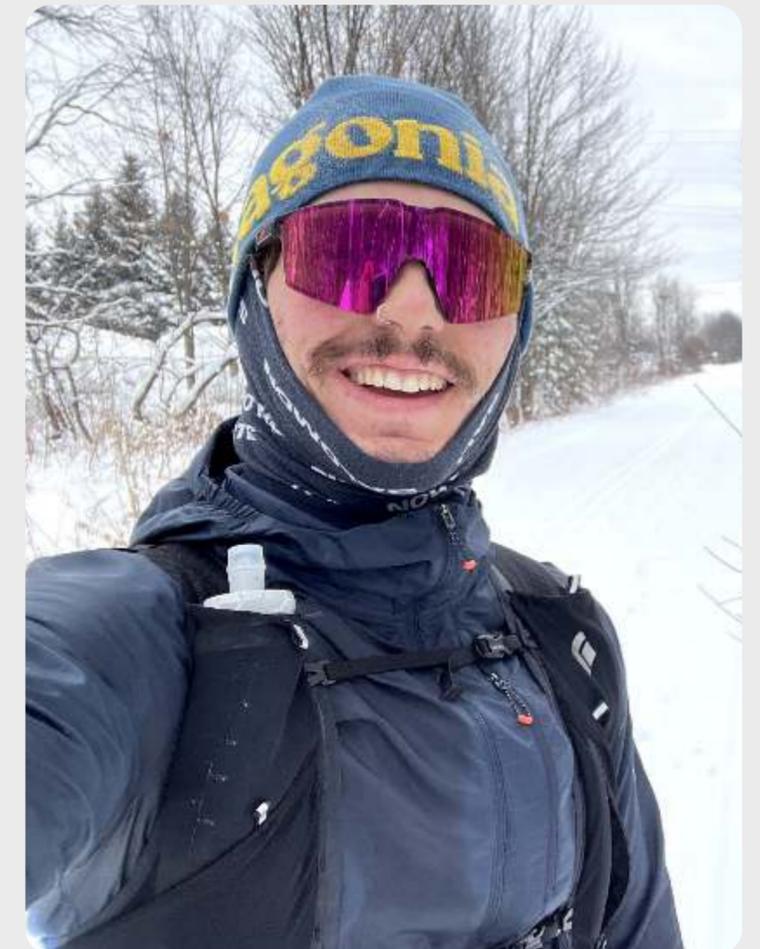
Séjours de camping pendant l'été

Soirées BBQ pendant l'été

Soirées quiz et apéro

Journée de la reconnaissance

Yoga, massage sur chaise au bureau,  
et d'autres initiatives de bien-être



## Évaluation de la rémunération

Nous voulons que chaque membre de notre équipe se sente valorisé par une rémunération équitable selon sa contribution. Nous tenons compte de l'expérience, de l'expertise et des normes du marché pour ajuster les accords salariaux. Nos rémunérations comprennent aussi des récompenses non monétaires qui favorisent le bien-être et le développement professionnel.

Nous revoyons et ajustons régulièrement nos rémunérations afin de refléter l'évolution des tendances du marché et de respecter notre engagement en matière d'équité. Grâce à ces mesures, nous nous efforçons de maintenir un lieu de travail où chaque individu se sent valorisé et motivé pour exceller.

## Développement des employés

Chaque membre de l'équipe a accès à des formations et à des conférences grâce à un budget alloué à chaque département. Nous donnons la priorité aux formations DEI (diversité, équité et inclusion), à la sécurité des données et au développement durable pour l'ensemble du personnel et proposons des formations spécifiques aux produits en collaboration avec nos marques partenaires afin de garantir notre expertise.

# Nos objectifs

---

**Atteindre** 25% de femmes au conseil d'administration d'ici 2026.

---

**Garantir** au moins 30% de femmes au sein de notre comité de direction d'ici 2028.

---

**Atteindre** 10 % de représentation des groupes sous-représentés au conseil d'administration d'ici 2026.

---

**Maintenir** une représentation de 30% des groupes sous-représentés au sein de notre comité de direction, en s'alignant sur la composition démographique de la population canadienne afin d'améliorer progressivement la diversité et l'inclusivité.

---

**Maintenir** une représentation de 30% des groupes sous-représentés au sein du personnel de notre siège social, en s'alignant sur la composition démographique de la population canadienne afin d'améliorer progressivement la diversité et l'inclusivité.

---

# 3.2

# NOTRE COMMUNAUTÉ



# Programme Alti Action

Alti Action est l'une de nos initiatives dédiées à soutenir les organisations qui défendent chacun de nos piliers fondamentaux.





## Environnement

Environnement: Plaider en faveur de la protection, de la restauration et de l'éducation concernant des questions pertinentes, tout en proposant des moyens d'action pour y contribuer.



## Communauté du plein air

Promouvoir la sensibilisation et favoriser une communauté de plein air plus inclusive.



## Jeunesse

Favoriser le développement des jeunes et faciliter leur accès aux activités de plein air.

## Dons en argent

Deux fois par an, nous lançons notre campagne Alti Action, qui offre aux clients la possibilité de verser 15 dollars à l'une de nos trois organisations partenaires. Le don est entièrement versé à ces organisations.



## Dons matériels

Nous sommes fiers de collaborer avec Jeunesse au Soleil, Dans la rue et Mission Old Brewery pour répondre aux besoins en vêtements des enfants comme des adultes. Nous sommes honorés de pouvoir apporter un soutien vital aux familles qui ont besoin de services d'urgence ou aux personnes en situation d'itinérance.

## Heures de bénévolat

Pour nous, aider notre communauté va bien au-delà des dons financiers. Ainsi, nous nous engageons à consacrer 20% des heures de bénévolat de notre personnel par trimestre pour aider nos organisations partenaires dans leurs projets, qu'il s'agisse d'événements, de tâches quotidiennes ou même de travaux administratifs, stratégiques ou de marketing.



Depuis sa création en 2017,  
**Alti Action** a fièrement remis  
plus de **786 000 dollars**  
à nos **organisations**  
**partenaires.**



### POW Canada

Protect Our Winters Canada (POW) est un regroupement de passionnés de plein air, d'athlètes et de marques unis en faveur de solutions politiques au changement climatique. La mission: éduquer et mobiliser les communautés et les décideurs politiques du Canada, pour en faire des défenseurs efficaces de l'environnement.



### pour 3 points

#### Pour 3 Points

Pour 3 Points croit en l'égalité des chances pour les jeunes en difficulté. En les jumelant à des entraîneurs qui exercent une influence positive dans le sport et dans la vie, l'organisation crée un environnement propice au bien-être et à la motivation des enfants.



colour the trails

#### Colour The Trails

Les programmes et événements de Colour the Trails permettent aux personnes issues de la communauté PANDC de faire l'expérience du plein air par le sport, ou encore en devenant guides ou entraîneurs. Les grands espaces sont bons pour nous et tout le monde a le droit d'en profiter.





### Jeunesse au Soleil

L'objectif de Jeunesse au Soleil est de soulager la pauvreté et de prévenir l'exclusion, en fournissant assistance alimentaire, vêtements et médicaments aux personnes démunies. L'organisme offre également des programmes de sports et de loisirs, des camps pour enfants et des clubs sociaux pour aînés.



### Zero Ceiling

Zero Ceiling propose des programmes d'activités de plein air pour les jeunes à risque d'itinérance en Colombie-Britannique. L'organisation cherche à créer des espaces où les jeunes peuvent venir comme ils sont et trouver la santé, la sécurité et des personnes qui se soucient d'eux.



### Sentier Transcanadien

Le Sentier Transcanadien est le plus long sentier récréatif du monde. Reliant trois océans et 15 000 communautés rurales, urbaines et autochtones, c'est un véritable ruban qui relie les divers paysages, saisons, peuples et expériences du Canada.



# Notre engagement

---

## S'engager

à soutenir notre communauté en faisant des dons monétaires et des dons de produits pour un montant minimum de 150 000 \$ par an.

---

## S'engager

à soutenir notre communauté en veillant à ce que nos employés consacrent chaque année au moins 800 heures de bénévolat pendant leurs heures de travail.

---

# 3.3

NOTRE CHAÎNE  
D'APPROVI-  
SIONNEMENT

## Code de conduite des fournisseurs

Altitude Sports s'engage à améliorer continuellement son impact social et environnemental par le biais de ses pratiques commerciales, y compris sa chaîne d'approvisionnement. Le Code de conduite des fournisseurs d'Altitude Sports (le «Code») définit des normes pour des conditions de travail équitables, sûres, non discriminatoires et saines et pour des processus de fabrication respectueux de l'environnement.

Notre Code exige le respect des lois, règles et réglementations des pays dans lesquels ils opèrent à tous les niveaux, de la ferme à l'usine, y compris les sous-traitants et sous-fournisseurs. Ce code s'appuie sur les normes fondamentales du travail de l'Organisation internationale du travail, afin de faire progresser la responsabilité sociale et environnementale. Nous exigeons de nos fournisseurs et partenaires de marque qu'ils signent notre Code ou qu'ils soumettent leur propre version.



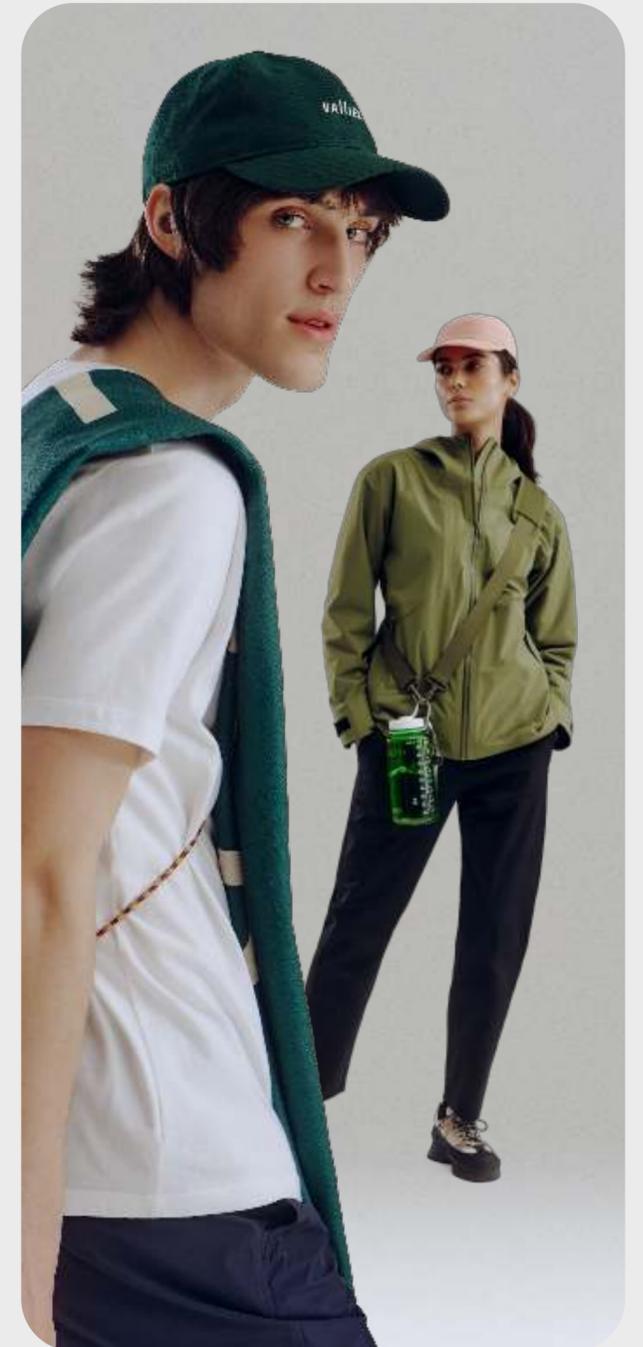
## Nos propres marques

En plus de nos activités commerciales, nous sommes fiers de détenir la marque Vallier. L'équipe de Vallier s'engage à fabriquer des articles à partir de matériaux durables et à garantir un approvisionnement éthique. Nous collaborons avec des usines au Québec, en Ontario et en Asie, qui font toutes l'objet d'audits annuels par des tiers portant sur les conditions de travail, les protocoles de santé et de sécurité, les pratiques de travail et le respect de la législation du travail.

L'équipe de Vallier s'efforce continuellement d'élargir tous les ans la gamme de produits fabriqués au Canada.

Nous réalisons également des progrès importants vers une certification par des tiers pour la sélection de nos matériaux:

- Plus de 60% du coton et du mérinos que nous achetons sont certifiés GOTS (Global Organic Textile Standard), l'une des certifications les plus réputées dans l'industrie des fibres biologiques.
- Plus de 30% de nos fils sont certifiés GRS (Global Recycled Standard), qui garantit l'utilisation de textiles recyclés.
- Plus de 45% de nos matériaux sont certifiés bluesign, ce qui prouve qu'ils sont conformes aux réglementations de l'industrie textile qui éliminent plus de 900 produits chimiques potentiellement nocifs de la production.
- 100% du duvet utilisé dans les collections Vallier, toutes saisons confondues, est certifié RDS (Responsible Down Standard).
- Nos tricots sont composés à 100% de laine mérinos extra-fine certifiée RWS (Responsible Wool Standard).
- Plus de 70 % de nos matériaux sont certifiés OEKO-TEX, ce qui garantit le respect des réglementations internationales et des normes rigoureuses.



An aerial photograph of a forest landscape. The ground is covered in a layer of snow, and numerous dead, charred tree trunks stand vertically, creating a stark, desolate scene. The trunks are dark brown and black, contrasting sharply with the white snow. The overall atmosphere is one of environmental devastation.

4

CLIMAT

# 4.1

NOTRE  
EMPREINTE

## Notre empreinte

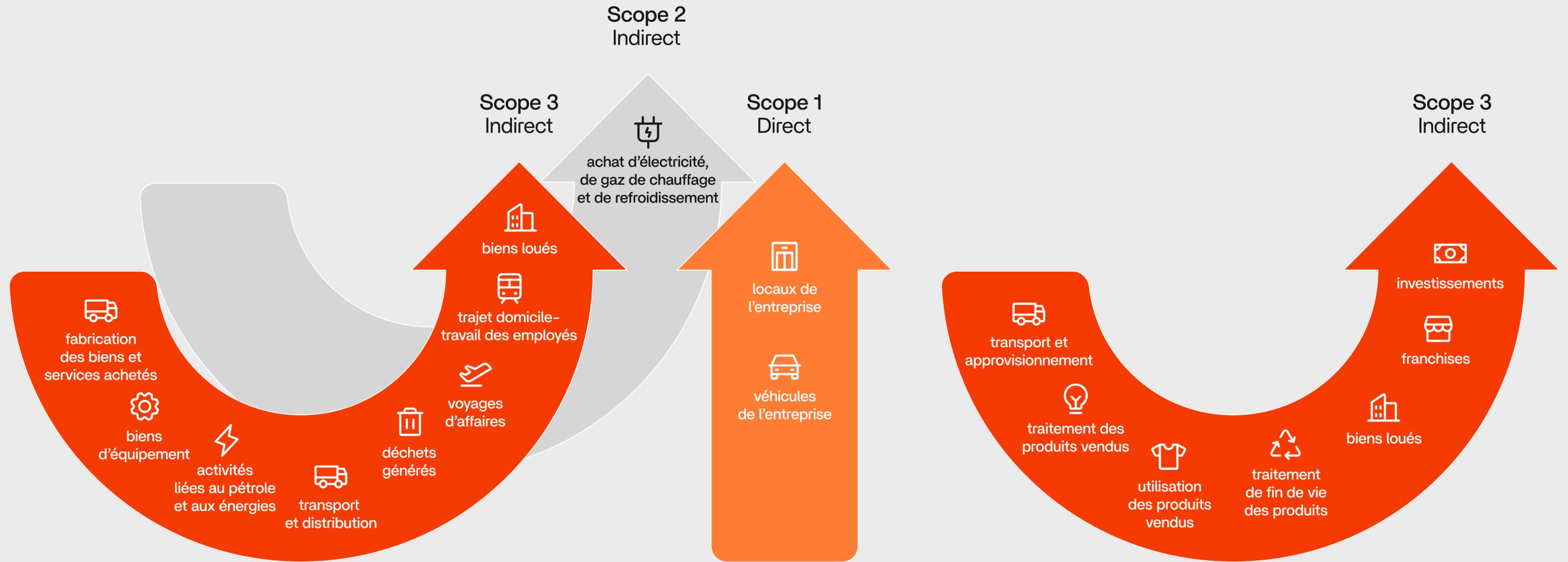
Notre stratégie en matière de climat est axée sur le progrès, la transparence et les données. Nous avons lancé le processus en nous assurant de l'exactitude de nos données et en évaluant notre empreinte environnementale afin d'établir une année de référence et d'identifier les points à améliorer. Nous avons travaillé avec des experts tels que ClimeCo, qui a réalisé les analyses sur nos émissions de GES de Scope 1 et 2, et PWC, qui a évalué nos émissions de Scope 3. Action Environnement a réalisé nos audits sur l'eau et les déchets. Finalement, nous avons collaboré avec nos marques partenaires pour recueillir des données sur notre chaîne d'approvisionnement.

Après avoir pris conscience de notre empreinte, nous avons défini des cibles et des objectifs pour réduire notre impact. Notre objectif est d'encourager la créativité, l'innovation et les nouvelles approches visant à réduire nos émissions de CO<sub>2</sub>, à économiser l'eau et à utiliser des matières écoresponsables

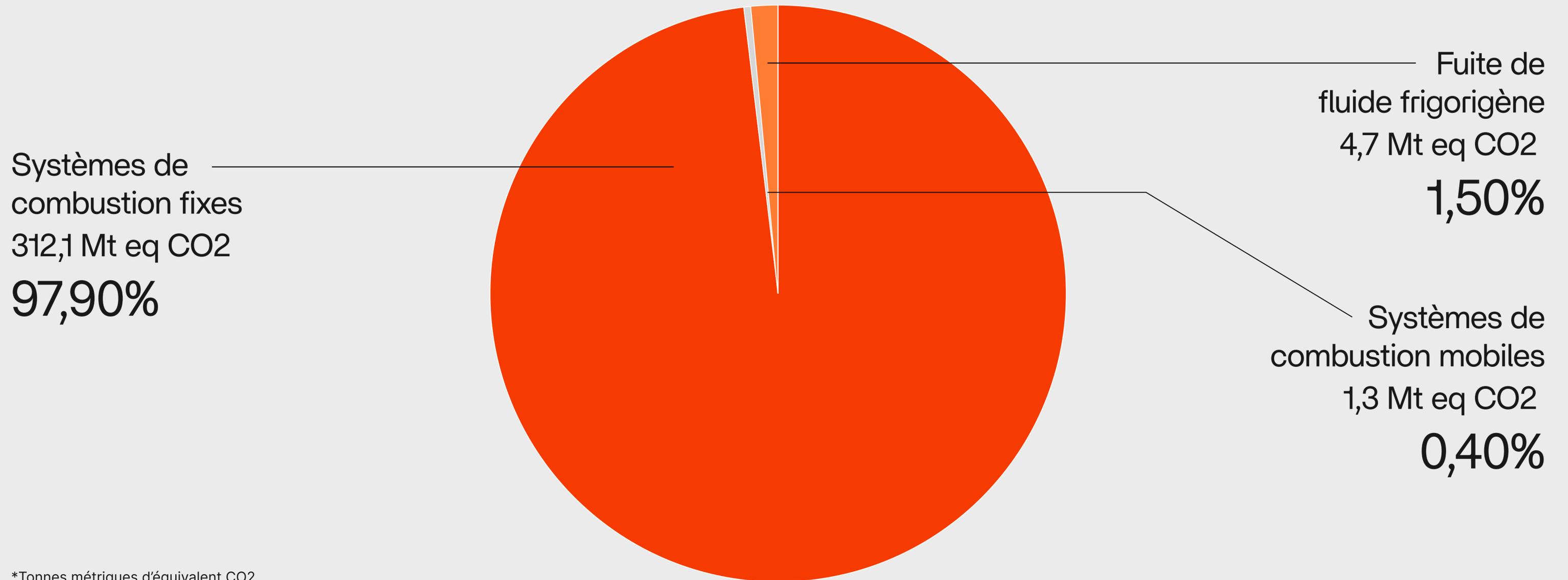
## Émissions de carbone

Notre empreinte carbone est calculée selon le Protocole des GES, un cadre standardisé utilisé à l'échelle mondiale pour mesurer et contrôler les émissions de gaz à effet de serre (GES) des opérations des secteurs publics et privés, des chaînes d'approvisionnement et des mesures d'atténuation.

Nous avons calculé nos émissions de Scope 1 et 2 qui regroupent toutes les activités sur lesquelles nous exerçons un contrôle opérationnel direct. Elles incluent les installations, véhicules, et autres sources d'émissions que nous possédons, louons ou contrôlons d'une certaine manière.



# Scope 1: 318,1 Mt eq CO2

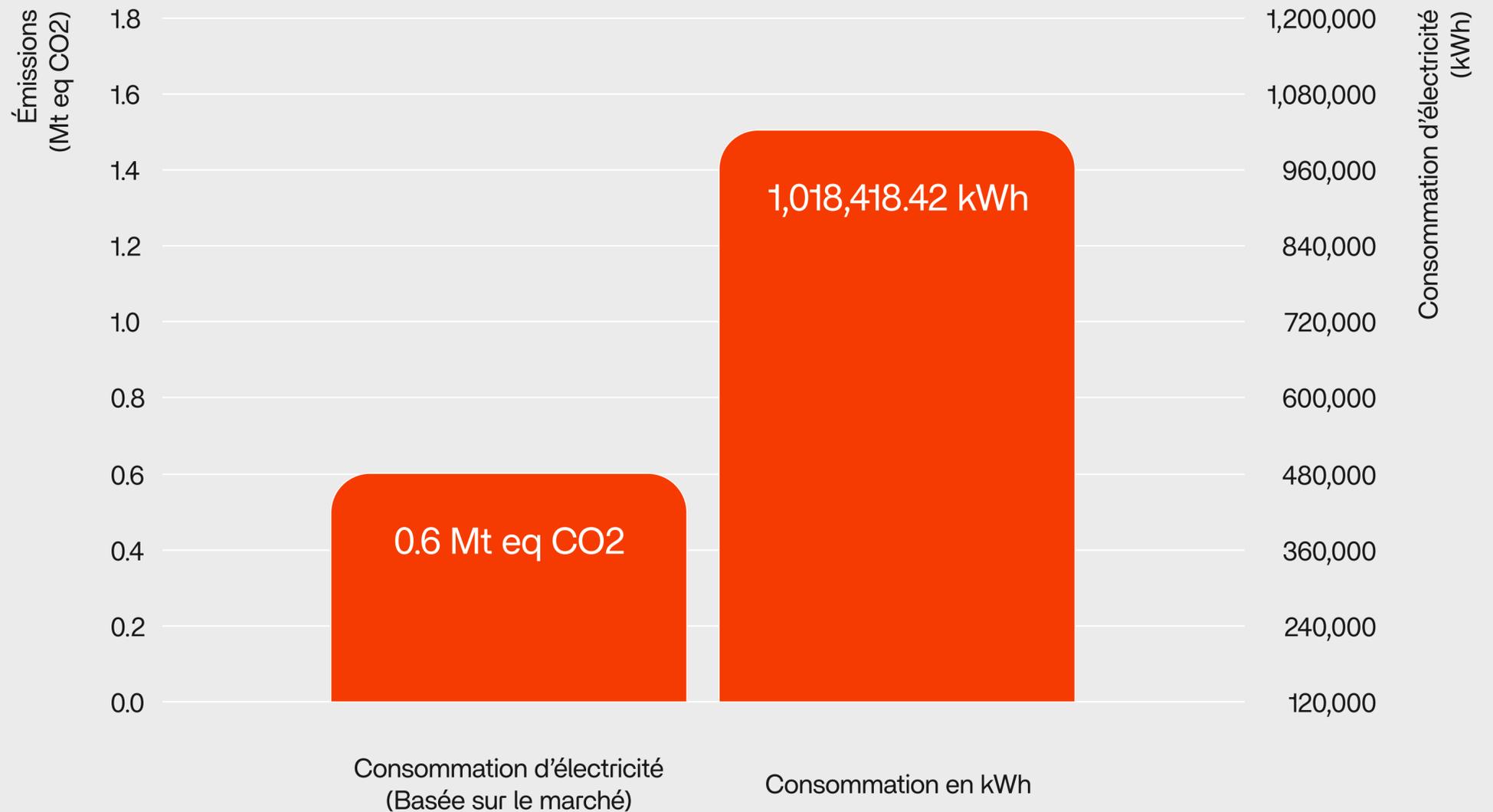


\*Tonnes métriques d'équivalent CO2

# Scope 2: 0,6 Mt eq CO2

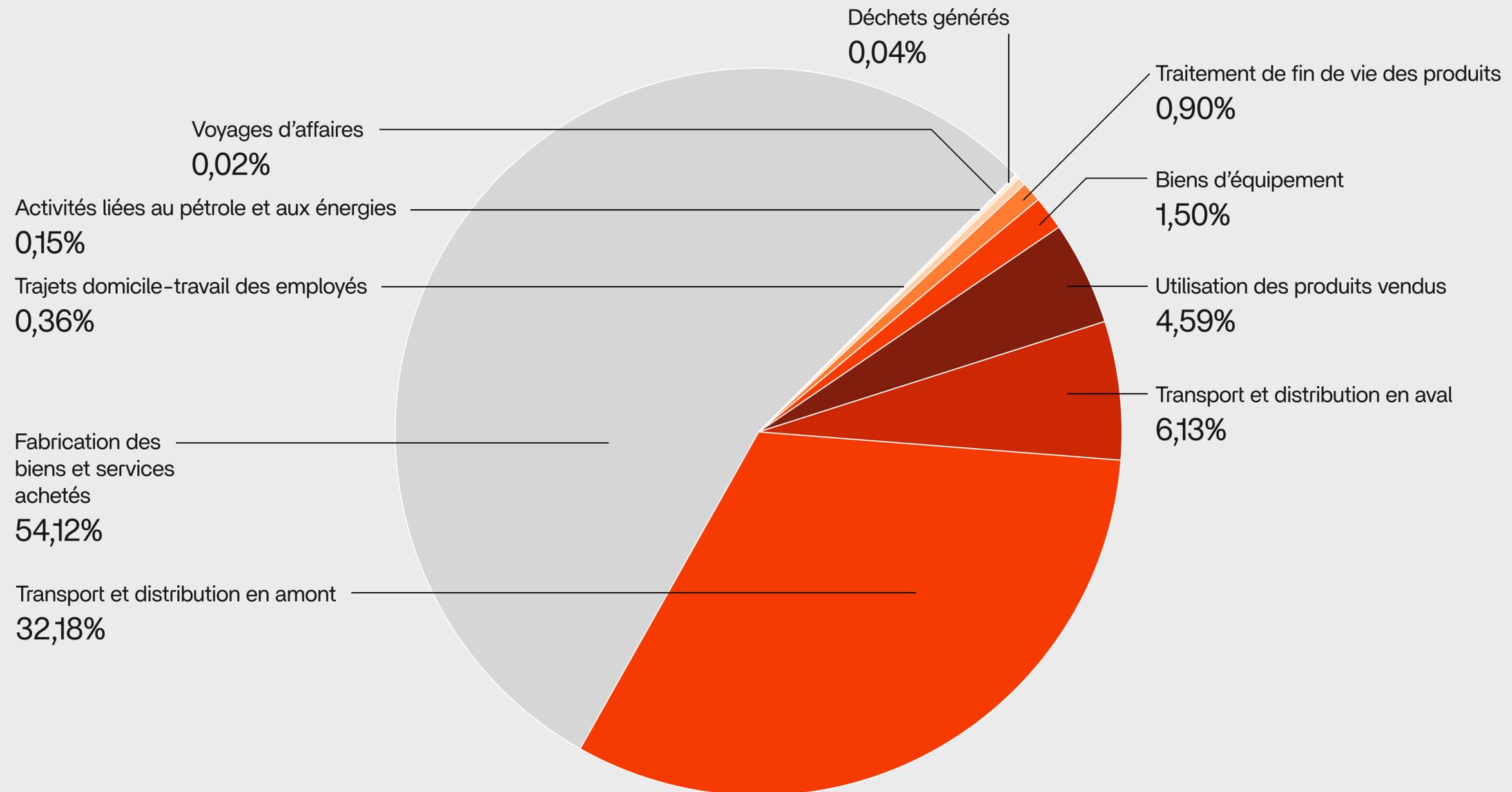
Nous avons la chance que notre siège social et notre centre de distribution soient situés dans la province de Québec, au Canada, ce qui nous donne accès à l'hydroélectricité, une source d'énergie renouvelable.

La consommation totale de kWh était de 1 018 418,42 kWh, et les émissions totales de scope 2 étaient de 0,6 Mt eq CO2. Cette mesure est représentative du total basé sur le marché, qui utilise un facteur d'émission spécifique au fournisseur pour calculer les émissions.



\*Tonnes métriques d'équivalent CO2

# Scope 3: 58,582 Mt eq CO2



\*Tonnes métriques d'équivalent CO2

# Scope 3: Émissions par catégorie

Scope 3	Émissions de GES (Mt eq CO2)	Pourcentage du Scope 3
Biens et services achetés	31 704	54,12%
Biens d'équipement	880	1,50%
Activités liées au pétrole et aux énergies	87	0,15%
Transport et distribution en amont	18 855	32,18%
Déchets générés	22	0,04%
Voyages d'affaires	12	0,02%
Trajets domicile-travail des employés	213	0,36%
Transport et distribution en amont	3 592	6,13%
Utilisation des produits vendus	2 690	4,59%
Traitement de fin de vie des produits	527	0,90%
<b>Total</b>	<b>58 582</b>	<b>100%</b>

\*Tonnes métriques d'équivalent CO2

# Méthodologie

Nous avons travaillé avec PWC pour calculer notre Scope 3, qui inclut les émissions de la chaîne d'approvisionnement, les déplacements domicile-travail, les voyages d'affaires, et plus. Dans notre méthodologie actuelle, la principale source de données pour évaluer les émissions de GES du Scope 3 est la méthode basée sur les dépenses.

Nous nous engageons à améliorer la qualité des données associées aux biens et services achetés, ainsi qu'aux catégories de transport et de logistique entrante. Tout en nous efforçant d'obtenir des informations complètes sur toutes les catégories du Scope 3, nous reconnaissons certaines limites inhérentes à l'utilisation de la méthode d'évaluation basée sur les dépenses dans certains cas. Néanmoins, nous nous engageons à surmonter ces défis et à améliorer constamment nos méthodes afin d'obtenir des données précises et utilisables.



# Compensation des Scopes 1 et 2 à 100%

Nous accordons une grande importance à la mise en œuvre d'actions concrètes visant à réduire nos émissions absolues. Dans le cadre de nos progrès continus, nous avons déployé des efforts considérables pour compenser 100% de notre empreinte de Scope 1 et 2 par le biais du portefeuille Climate Action Gold Standard d'Ostrom Climate.

Le Gold Standard est une norme mondialement reconnue pour les compensations, spécialement conçue pour promouvoir le développement durable dans le monde entier. Les projets doivent être réalisés dans des pays en développement et présenter des avantages connexes (au-delà des réductions d'émissions) qui soutiennent les 17 ODD.

Ostrom Climate, situé à Vancouver, en Colombie-Britannique, est l'un des principaux fournisseurs de solutions de gestion du carbone en Amérique du Nord. Son équipe dévouée fait le lien crucial entre engagement et action, en aidant les individus et les organisations à relever le défi mondial pressant du changement climatique.



## Utilisation d'eau

Consommation sectorielle totale estimée: **805 m<sup>3</sup> par année.**  
Plus de **80%** de notre consommation provient des installations sanitaires.

## Méthodologie

Cet audit a été réalisé par la société Action Environnement. Tous les locaux consommant de l'eau ont été inspectés. Les calculs de consommation ont été effectués à partir des normes LEED, avec des données techniques provenant d'appareils et des informations fournies par le personnel des bâtiments.

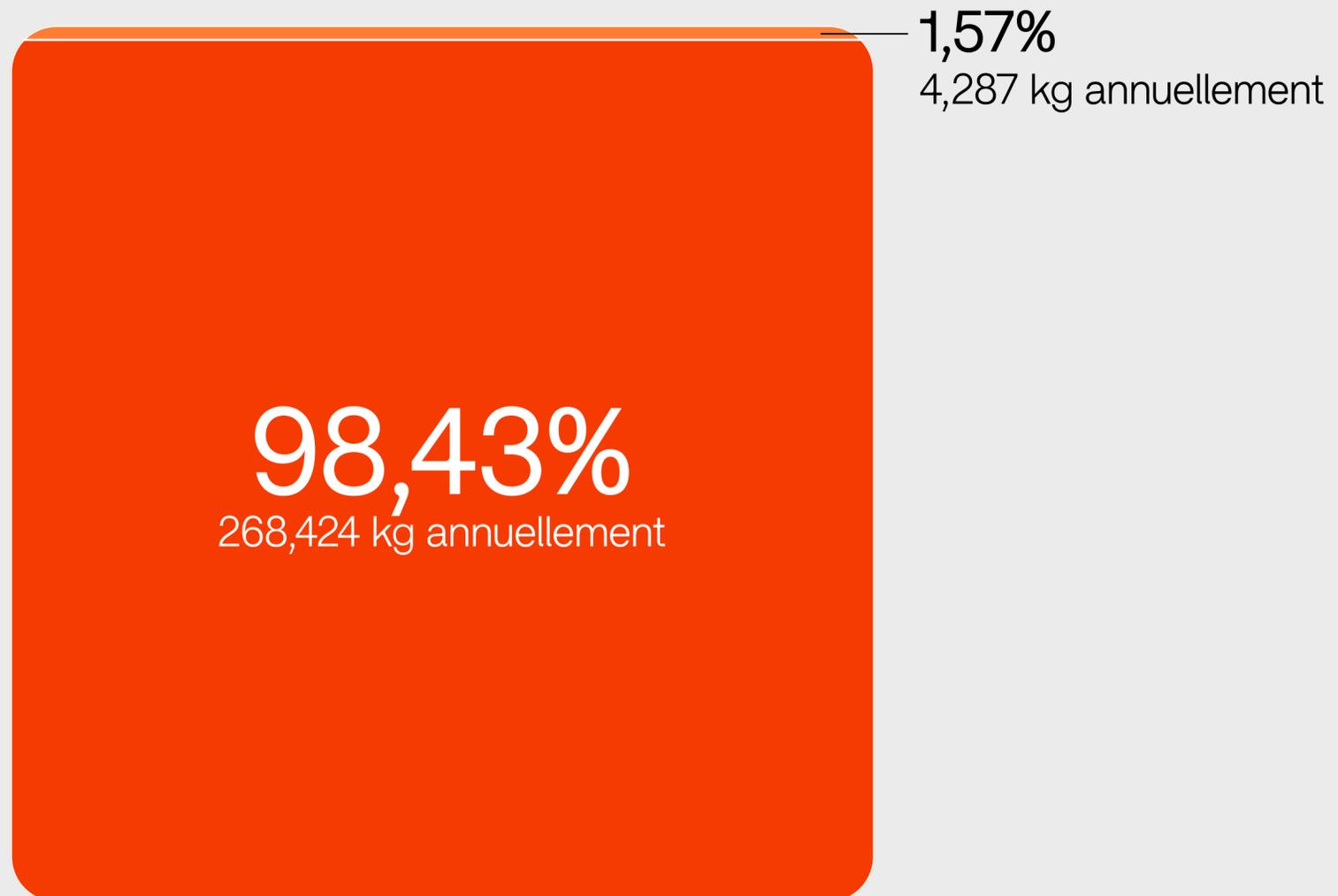


- Siège social
- Centre de distribution

Échelle: 1 m<sup>3</sup> = 1000 L

# Matières résiduelles

Plus de **92%** proviennent de nos emballages d'expédition.



Déchets recyclables	253,931 kg	93,11%
Déchets compostables	784 kg	0,29%
Autres matières recyclables	420 kg	0,15%
Déchets non recyclables	2,915 kg	1,07%
Déchets	14,661 kg	5,38%
<b>Total</b>	<b>272,711 kg</b>	

- Siège social
- Centre de distribution

# 4.2

# OPÉRATIONS ET LOGISTIQUE

La majeure partie de notre impact sur l'environnement provient de nos opérations et de notre logistique. C'est pourquoi nous nous engageons à rechercher activement **des solutions durables.**

Nous déployons des efforts considérables pour tester différentes options afin de minimiser notre empreinte tout en veillant à maintenir le même niveau élevé de qualité et d'efficacité pour nos clients.



# Emballage

En collaboration avec Éco Entreprises Québec, nous avons réalisé un audit complet de tous nos matériaux d'emballage.



### Enveloppe de plastique opaque

Origine	Chine
Composition	<p>45% de polyéthylène basse densité (PEBD) recyclé postconsommation</p> <p>45% de polyéthylène basse densité (PEBD)</p> <p>8% de polyéthylène téréphtalate (PET)</p> <p>2% de colle</p>
Ce que nous aimons	<p>100% recyclable</p> <p>Contient du polyéthylène basse densité (PEBD) postconsommation</p> <p>Les enveloppes peuvent être réutilisées pour les retours</p>

### Boîte de carton

Origine	Montréal
Composition	100% fibres recyclées

### Papier kraft

Origine	Canada
Composition	100% fibres recyclées

### Papier bulle

Origine	Canada
Composition	Mélange de polyéthylène basse densité (PEBD) et de polyéthylène basse densité linéaire (PEBDL) avec un maximum de 15% de contenu recyclé.

### Ruban adhésif activé par l'eau (pour sceller les boîtes)

Origine	États-Unis
Composition	Papier kraft de fibres vierges Colle à base d'amidon et de polypropylène Renforts en fibre de verre et en polyester

Dans le cadre de notre engagement à réduire notre empreinte carbone, nous avons adopté une approche durable en réutilisant les emballages d'origine de nos fournisseurs. Au lieu d'utiliser du papier bulle traditionnel, nous déchiquetons le matériau pour créer un remplissage plus durable pour nos boîtes. Notre objectif est d'éliminer l'utilisation du papier bulle d'ici à 2026.

# Expédition

La logistique, tant entrante que sortante, est l'une des opérations les plus importantes en matière d'émissions de gaz à effet de serre au sein de notre entreprise. C'est pourquoi nous avons déployé des efforts considérables pour collaborer avec nos transporteurs afin de trouver des solutions durables. Ces dernières années, nous nous sommes attachés à développer l'utilisation de véhicules électriques pour les livraisons.

Nous prévoyons d'étendre considérablement les territoires couverts par la livraison électrique en 2024 et d'atteindre un minimum de 200 000 livraisons électriques d'ici à 2025.



En 2023, nous avons officiellement lancé cette initiative et franchi une étape importante en effectuant **25 000 livraisons** sur l'île de Montréal à l'aide de véhicules ou de **vélos entièrement électriques**. Malgré les coûts plus élevés que cela implique pour nous, nous avons pris la décision délibérée d'offrir ce service à nos clients sans frais supplémentaires par rapport aux options de livraison standard.

En outre, nous sommes heureux de constater que la majorité de nos transporteurs ont mené des audits complets sur l'impact des GES, englobant les émissions des Scopes 1, 2 et 3. Ils ont également rendu publics leurs objectifs en matière de développement durable et travaillent activement à l'augmentation de la proportion de leurs livraisons effectuées par des moyens électriques.

# Politique d'expédition et de transport

Pour minimiser l'impact environnemental de nos activités de transport, nous avons mis en œuvre une politique pour les expéditions entrantes et sortantes qui donne la priorité à l'utilisation de méthodes de transport à faible impact. Les méthodes d'expédition des marchandises entrantes et sortantes doivent privilégier les modes de transport ayant le moins d'impact sur l'environnement. Dans la mesure du possible, le transport terrestre, maritime et ferroviaire doit être préféré au transport aérien.



# 4.3

# TRANSPARENCE

## Filtres de recherche

Notre priorité est de fournir à nos clients les informations nécessaires pour faire des choix éclairés. À cette fin, nous avons créé une collection écoresponsable sur le site d'Altitude Sports. Cette collection comprend des produits qui portent une certification durable ou qui sont fabriqués à partir de matériaux durables. Ces certifications comprennent bluesign, Fairtrade, RDS (Responsible Down Standard), et des matériaux comme de la laine d'origine responsable, ou un minimum de 40 % de contenu biologique ou recyclé. En outre, les clients peuvent utiliser un filtre dans toutes les collections pour repérer facilement les produits qui répondent à ces critères de durabilité.

## Magazine saisonnier

Deux fois par an, nous publions fièrement un magazine, et nous prenons des mesures pour nous assurer que nos pratiques sont conformes à nos valeurs. Notre magazine est imprimé sur du matériel 100 % recyclé, avec de l'encre à base de soja, et il est entièrement recyclable. Dans ses pages, nous cherchons à inspirer nos clients à profiter des activités de plein air tout en encourageant les discussions sur la protection de l'environnement.

Chaque numéro propose des entretiens avec des personnalités influentes qui nous font part de leur point de vue sur l'avenir de notre planète. Nous nous sommes entretenus avec des personnalités respectées telles que Mike Douglas, légende du freeski, cinéaste et militant de Protect Our Winters. Nous nous sommes également entretenus avec Vincent Stanley, co-auteur de *The Future of the Responsible Company* aux côtés d'Yvon Chouinard, et acteur important de Patagonia depuis sa création. Ces conversations nous permettent d'apprendre et de grandir alors que nous œuvrons pour un avenir durable.



5

**STRATÉGIE  
CLIMATIQUE**

# 5.1

# NOTRE APPROCHE

# Notre approche

Notre approche consiste à intégrer uniformément nos piliers en matière de développement durable dans notre stratégie entrepreneuriale globale. L'objectif est d'assurer l'alignement de tous les aspects de nos activités et de faire en sorte que tous les membres de l'équipe contribuent à notre évolution. La cohésion est essentielle pour maximiser notre impact.

Dans ce contexte, nous avons élaboré notre politique de développement durable afin de souligner notre engagement en faveur d'une vision qui résonne avec notre mission et nos valeurs fondamentales. Par son influence, Altitude Sports a la capacité de créer un impact positif sur l'ensemble de notre environnement pour le bien des générations présentes et futures.

En conséquence, nous formulons l'engagement d'Altitude Sports à intégrer cette responsabilité dans notre modèle d'entreprise en nous concentrant sur les points suivants:

**Minimiser les risques et les impacts de nos activités sur l'environnement, nos employés, la communauté et la société.**

**Promouvoir les avantages sociaux et économiques.**

**Réduire notre empreinte environnementale dans l'ensemble de l'entreprise et de la chaîne d'approvisionnement.**

**Communiquer notre empreinte et nos efforts avec la plus grande transparence, intégrité et éthique.**

Cette vision renforce notre mission qui consiste à fournir une gamme de produits durables fabriqués avec des matériaux de première qualité et des pratiques éthiques.

Les principes énoncés dans cette politique sont conformes à la norme ISO 14001 et aux objectifs de développement durable des Nations unies. Les ODD comportent dix-sept priorités. Nous ne pouvons pas les réaliser tous en même temps, nous devons donc cibler nos efforts. Conformément à nos valeurs, nous donnons la priorité aux ODD pour lesquels nous pensons pouvoir apporter les contributions les plus significatives:

13  
Mesures relatives  
contre les changements  
climatiques



14  
Vie aquatique



15  
Vie terrestre



3  
Bonne santé  
et bien-être



5  
Égalité  
entre les sexes



8  
Travail décent et  
croissance économique



12  
Consommation et  
production durables



# 5.2

# CIBLES

# Réduction des émissions

## Obtenir

que 40% (basés sur les dépenses) de nos marques partenaires aient officiellement un but aligné sur les objectifs basés sur la science pour réduire leurs émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2030.

## Réduire

de 30% (basés sur les revenus) nos émissions d'ici à 2030, à partir de l'année de référence 2023.

## Nettoyer

nos ordinateurs trois fois par an (boîtes de réception, applications inutilisées, contenu désuet et plus).

## Limiter

les voyages d'affaires à 320 000 km maximum chaque année, indépendamment du nombre d'employés, en priorisant seulement les déplacements essentiels.

# Eau

## Réduire

notre consommation d'eau de 5% d'ici 2027 par rapport à l'année de référence 2023, proportionnellement au nombre moyen d'employés.

# Déchets

## Réduire

la quantité de déchets envoyés à la décharge de 3% par rapport à l'année de référence 2023, proportionnellement aux expéditions, et empêcher la contamination de l'itinéraire de collecte du recyclage en éliminant correctement les liquides d'ici à 2025.

## Instaurer

des initiatives de compostage au siège social et au centre de distribution, et engager une entreprise privée pour superviser le transport et la gestion du compost d'ici à 2025.

## Installer

des stations de tri avec une signalisation claire pour encourager le tri correct du compost, des déchets et du recyclage d'ici à 2025.

## Fournir

aux employés des gants réutilisables et durables afin d'éliminer l'utilisation de gants en nitrile jetables d'ici à 2025.

## Offrir

des ateliers de sensibilisation et d'éducation sur la gestion des déchets pour les employés et le personnel de nettoyage chaque année à partir de 2024.

# Emballage

---

## Éliminer

totalemment l'utilisation du papier bulle d'ici à 2026.

---

## Réduire

les déchets générés par nos activités de 5% par rapport à l'année de référence 2023, proportionnellement au nombre de commandes expédiées, d'ici à 2026.

---

## Établir

des lignes directrices et partager les meilleures pratiques concernant l'emballage avec nos fournisseurs (par exemple, emballage 100% recyclable) d'ici 2026.

---

# Transparence

## Inclure

la certification durable, le pays d'origine et les informations sur les matériaux sur 50% de nos pages produits d'ici 2028.

## Tracer

le parcours de la chaîne d'approvisionnement pour 100% des produits des marques privées d'Altitude Sports d'ici à 2028, pour les fournisseurs de niveau 1 et 2.

- Niveau 1: Assembleurs de produits finis et sous-traitants.
- Niveau 2: Teinturiers, imprimeurs, finisseurs et tisseurs.

## S'engager

à publier un rapport d'impact chaque année.

# Expédition

## Réduire

les émissions de Scope 3 provenant de la logistique entrante et de la distribution de 10% par commande expédiée d'ici à 2028, par rapport à l'année de référence 2023.

## Expédier

30% des commandes par des modes de livraison électriques d'ici 2026.

## Cibles fournisseurs - DEI

### Atteindre

une proportion de 22% (basés sur les dépenses) de marques partenaires ayant pour fondateurs ou PDG, soit des femmes, soit des personnes issues de groupes sociaux sous-représentés d'ici 2027.

### Obtenir

que 75% (basés sur les dépenses) de nos marques partenaires aient un objectif en matière de droits de l'homme basé sur des organisations internationalement reconnues d'ici 2028.

### Obtenir

que 100 % de nos marques partenaires aient signé un code de conduite pour les usines qui fabriquent leurs produits d'ici à 2028.

## Cibles fournisseurs – bien-être animal

### Obtenir

que 70% (basés sur les dépenses) de nos marques partenaires qui fournissent du duvet aient une politique de bien-être animal pour le duvet d'ici à 2027.

### Obtenir

que 70% (basés sur les dépenses) de nos marques partenaires qui fournissent du duvet aient une certification pour le duvet d'ici à 2027.

### Obtenir

que 50% (basés sur les dépenses) de nos marques partenaires qui fournissent de la fourrure aient une politique de bien-être animal pour la fourrure d'ici à 2027.

### Obtenir

que 70% (basés sur les dépenses) de nos marques partenaires qui fournissent de la laine aient une politique de bien-être animal pour la laine d'ici 2028.

## Cibles fournisseurs – produits chimiques

---

### Obtenir

que 50% (basés sur les dépenses) de nos marques partenaires disposent d'une liste de substances à usage restreint approuvée par un tiers comme bluesign d'ici 2028.

---

### Obtenir

que 90% (basés sur les dépenses) de nos marques partenaires soient conformes à la liste des substances à usage restreint d'Altitude Sports d'ici 2028.

---

6

# NOS MARQUES PARTENAIRES

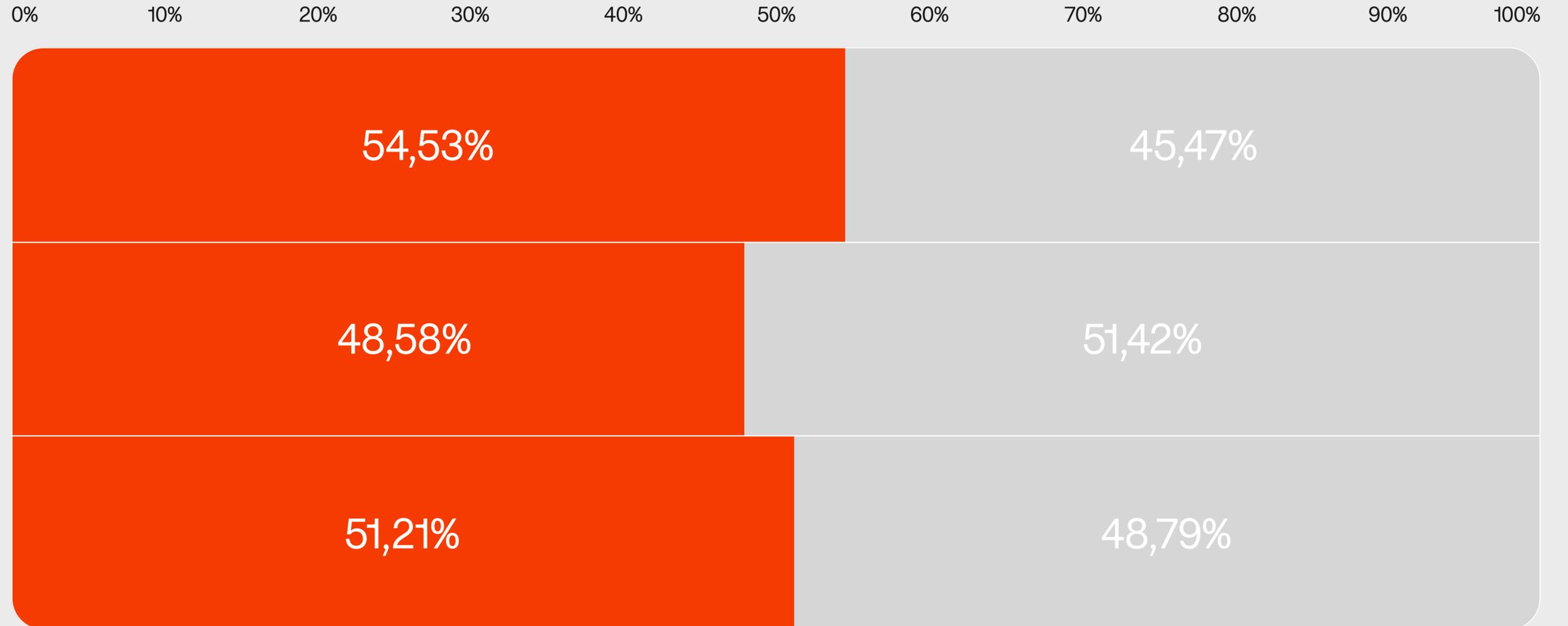
# Nous avons récemment réalisé notre enquête sur le développement durable auprès de nos marques partenaires.

Notre objectif était d'évaluer de manière exhaustive l'impact environnemental de tous les produits que nous offrons et d'améliorer la transparence en ce qui concerne leur empreinte. Notre but est de travailler en étroite collaboration avec chaque partenaire, en échangeant des ressources et des idées pour trouver des solutions durables. Transformer le monde du commerce au détail exige un effort collectif, et nous sommes ravis de partager les résultats que nous avons obtenus de nos principaux fournisseurs.

Les données suivantes reflètent les 45,81% des marques partenaires qui ont répondu à l'enquête. Notre objectif est de porter ce chiffre à 80% d'ici à 2027.

# Impact social

% des achats d'Altitude Sports pour l'année fiscale 2023

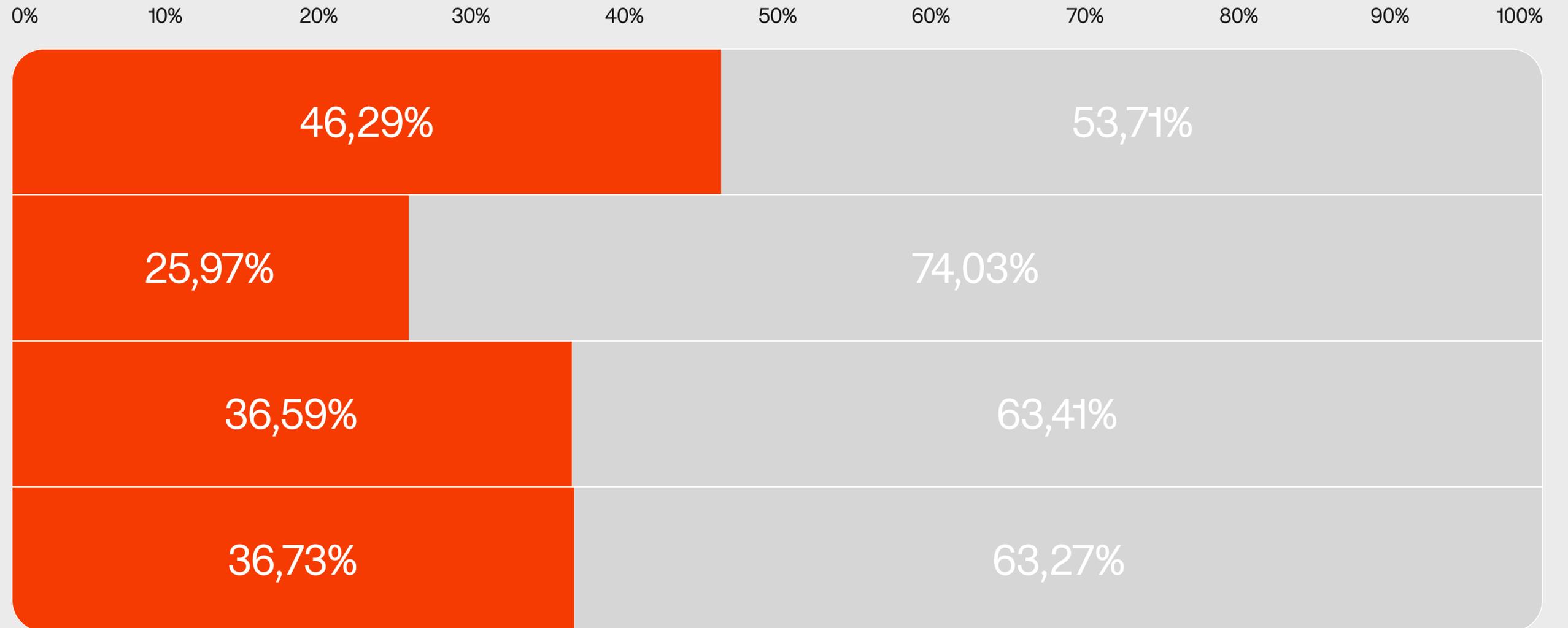


● Marques qui ont répondu «oui»

● Marques qui ont répondu «non», ou qui n'ont pas répondu au sondage

# Diversité, équité et inclusion (DEI)

% des achats d'Altitude Sports pour l'année fiscale 2023

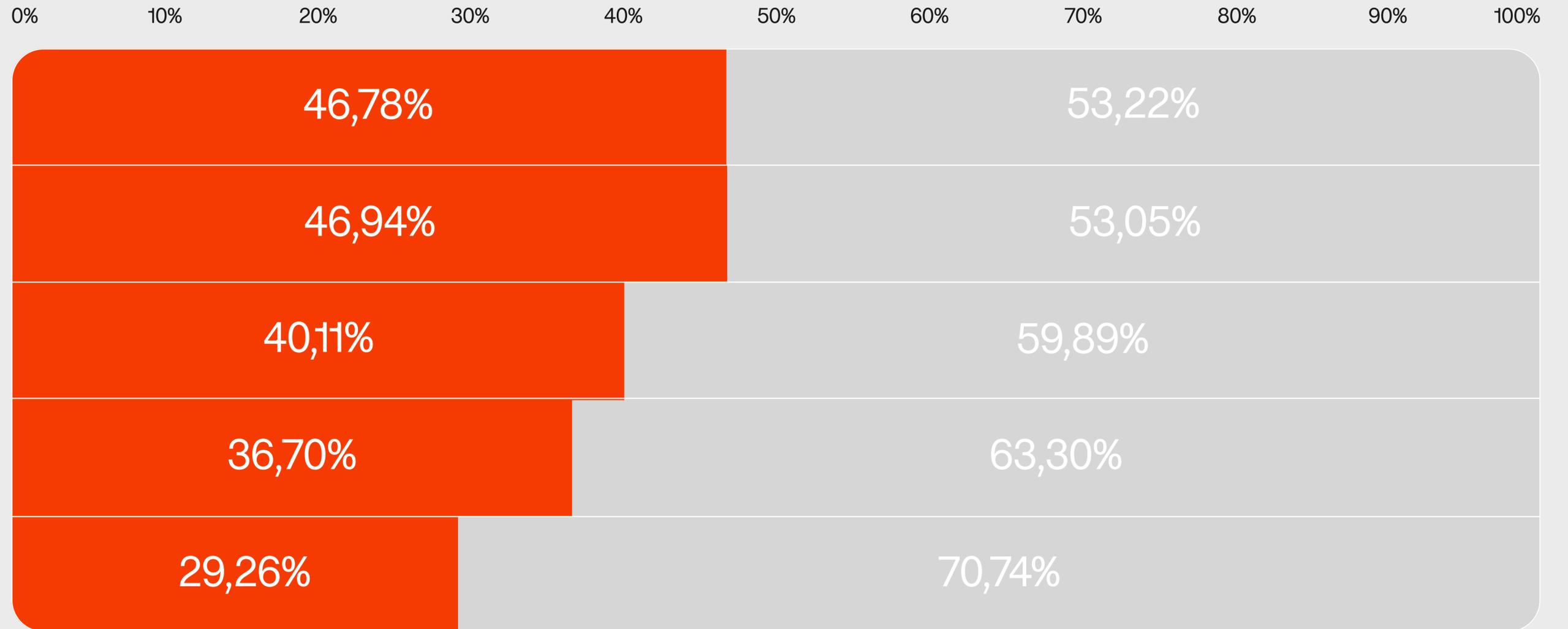


● Marques qui ont répondu «oui»

● Marques qui ont répondu «non», ou qui n'ont pas répondu au sondage

# Émissions de gaz à effet de serre

% des achats d'Altitude Sports pour l'année fiscale 2023

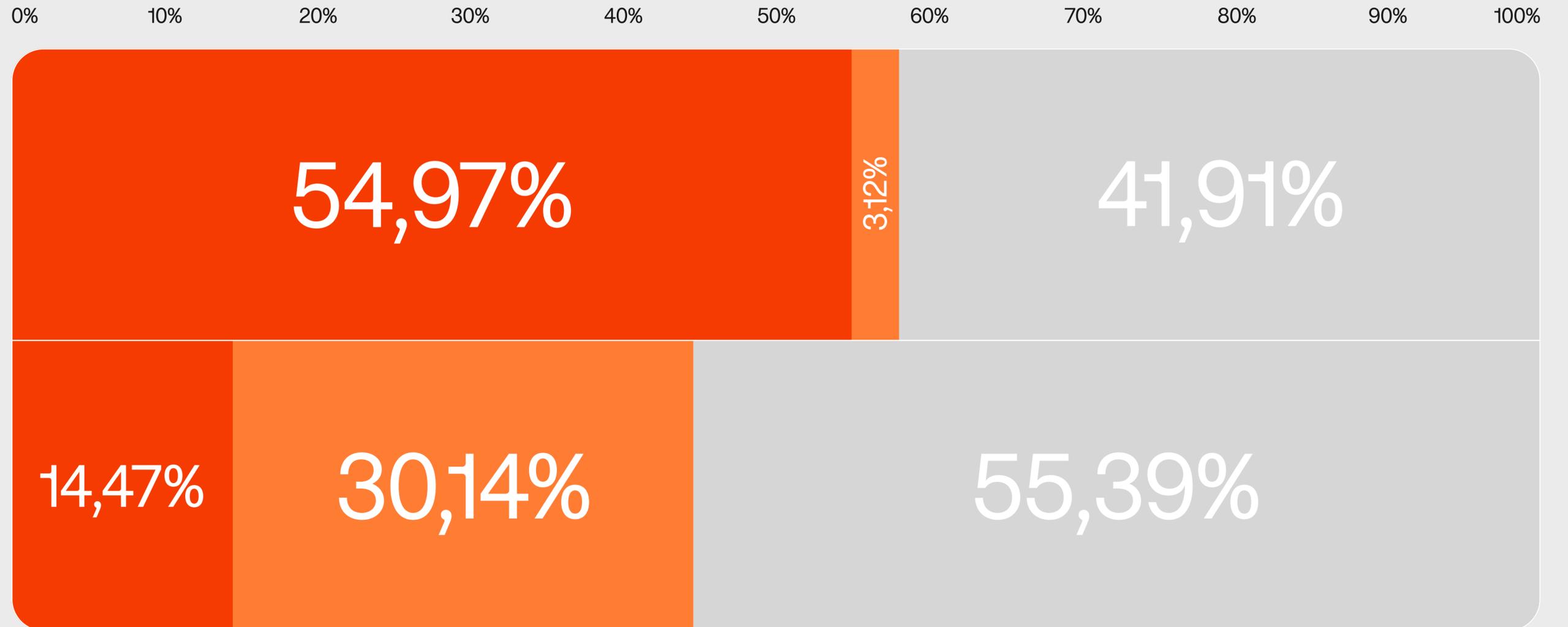


● Marques qui ont répondu «oui»

● Marques qui ont répondu «non», ou qui n'ont pas répondu au sondage

# Matériaux durables

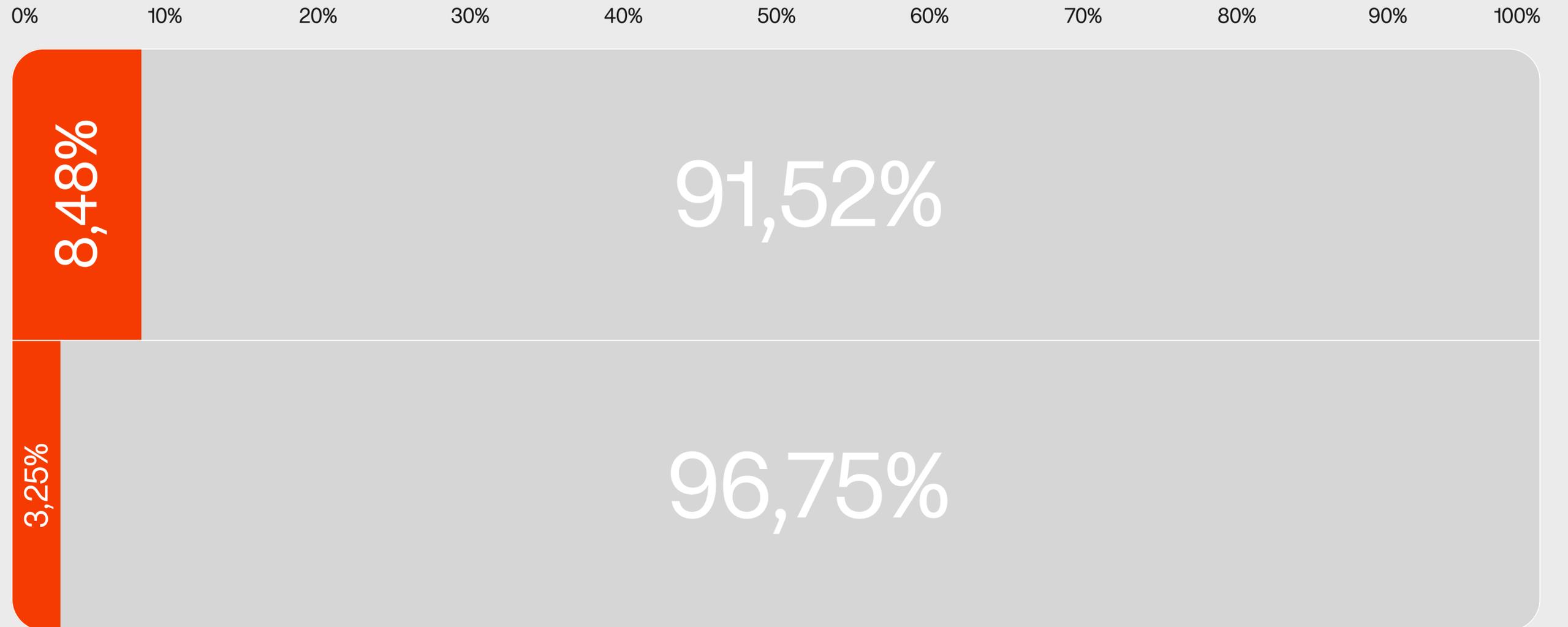
% des achats d'Altitude Sports pour l'année fiscale 2023



- Marques qui ont répondu «oui»
- Marques qui ne fournissent pas ce type de produits à Altitude Sports
- Marques qui ont répondu «non», ou qui n'ont pas répondu au sondage

# Eau

% des achats d'Altitude Sports pour l'année fiscale 2023

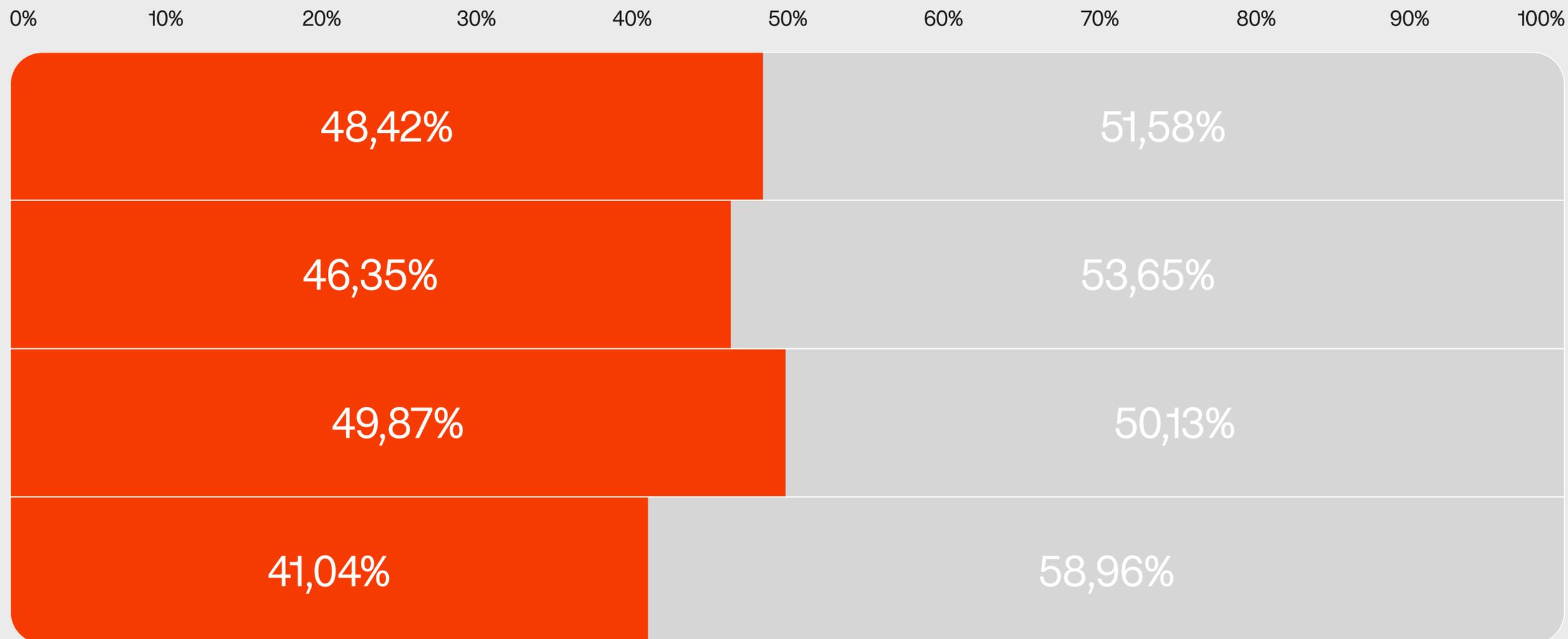


● Marques qui ont répondu «oui»

● Marques qui ont répondu «non», ou qui n'ont pas répondu au sondage

# Produits chimiques

% des achats d'Altitude Sports pour l'année fiscale 2023

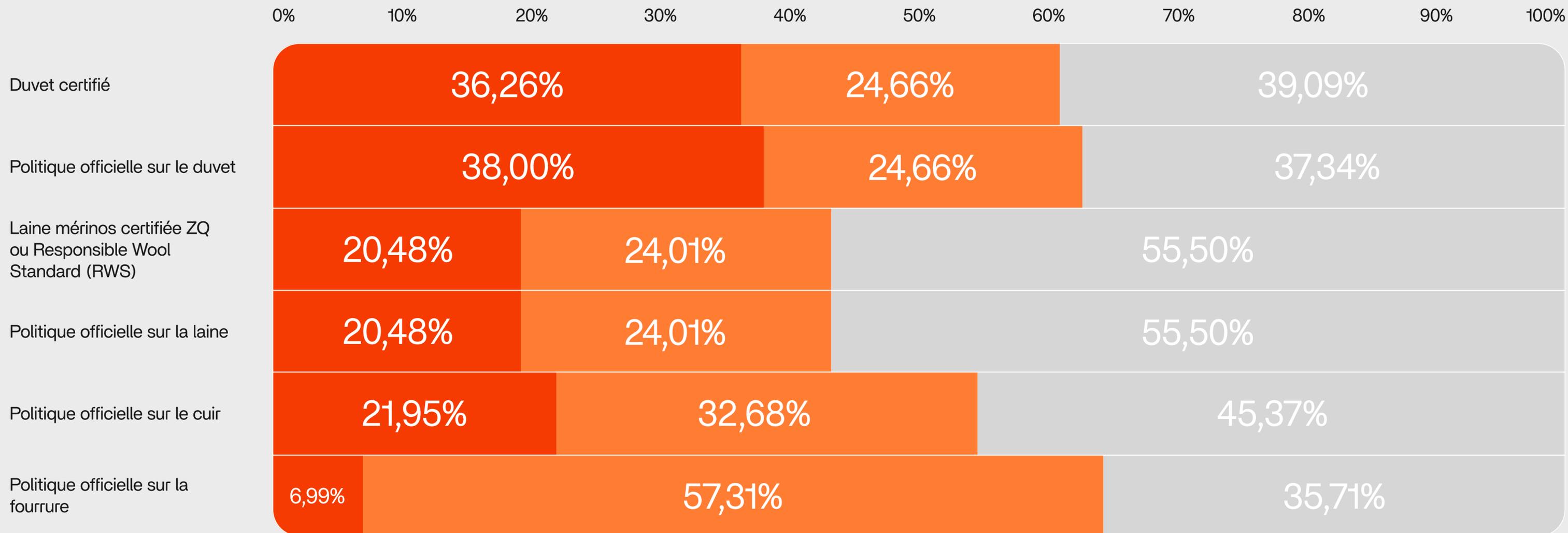


● Marques qui ont répondu «oui»

● Marques qui ont répondu «non», ou qui n'ont pas répondu au sondage

# Bien-être animal

% des achats d'Altitude Sports pour l'année fiscale 2023



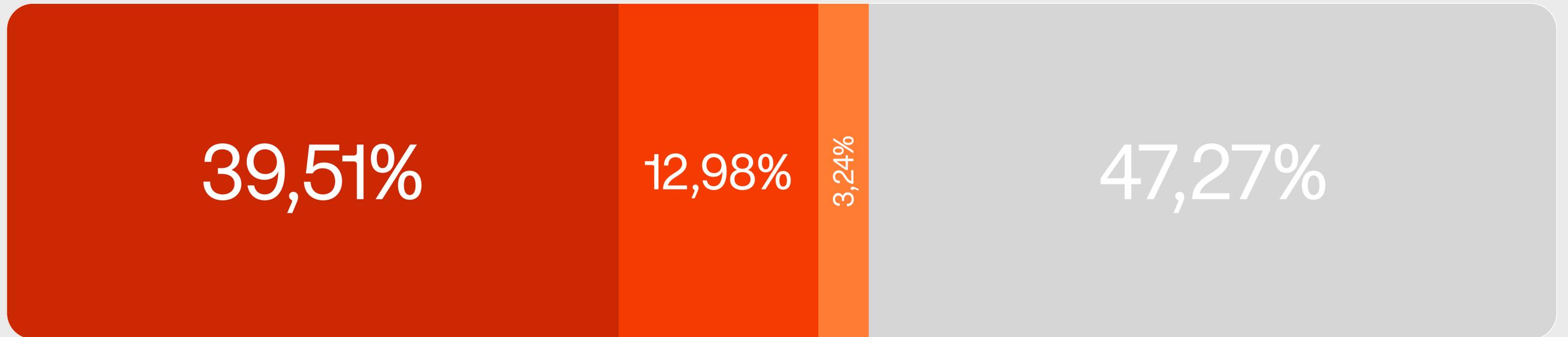
- Marques qui ont répondu «oui»
- Marques qui ne fournissent pas de produits contenant des matières animales à Altitude Sports
- Marques qui ont répondu «non», ou qui n'ont pas répondu au sondage

# Emballage

Matériaux d'emballage utilisés pour les produits envoyés à Altitude Sports par les marques.

% des achats d'Altitude Sports pour l'année fiscale 2023

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

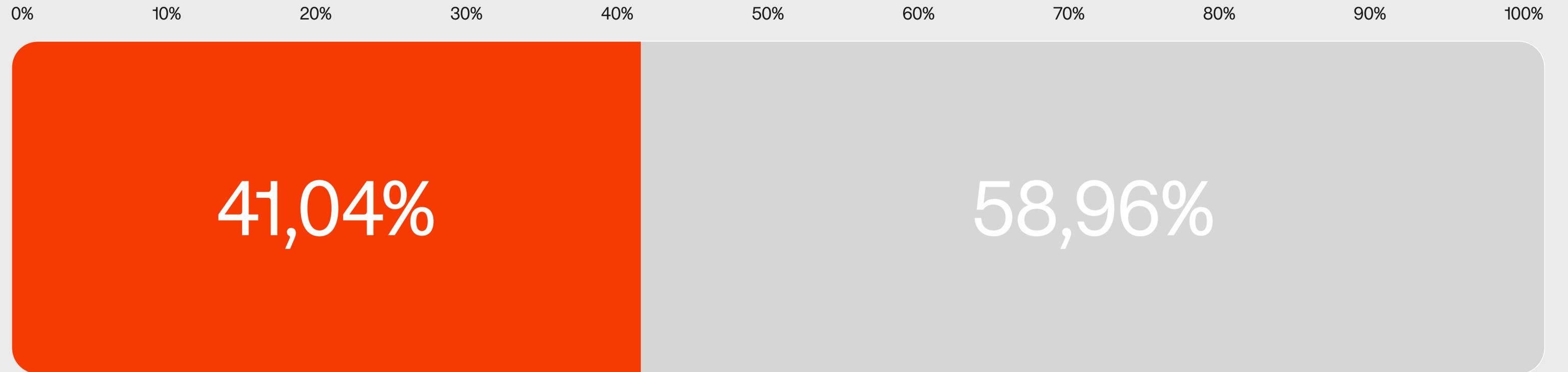


- Papier, carton ondulé et plastique
- Papier et carton ondulé
- Plastique
- Marques qui ne disposent pas des données ou qui n'ont pas répondu au sondage

# Emballage

Marques ayant apporté des améliorations notables à l'emballage de leurs produits en éliminant les plastiques à usage unique, en réduisant le volume de l'emballage ou en adoptant d'autres bonnes pratiques en matière de développement durable.

% des achats d'Altitude Sports pour l'année fiscale 2023



- Marques qui ont répondu «oui»
- Marques qui ont répondu «non», ou qui n'ont pas répondu au sondage

# Programme de développement durable reconnu mondialement

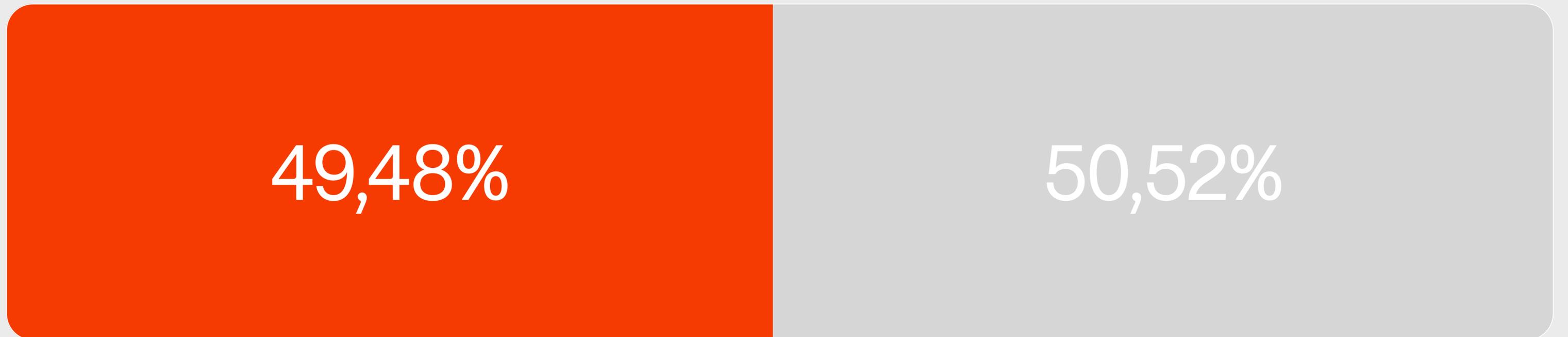
## Les programmes figurant sur la liste comprennent:

1% for the Planet, amfori Business Social Compliance Initiative, B Corp Certification, Better Cotton Initiative, Better Work Branch, bluesign®, Code of Labour Practices, Climate Neutral Certified, Ethical Trade Norway, European Outdoor Conservation Association, European Outdoor Group, Exponential Roadmap Initiative, Extended Producer Responsibility, Fair Labor Accreditation, Fair Trade, Fair Wear Foundation, Forest Stewardship Council, Global Recycled Standard, Global Organic Textile Standard, Higg Index, International Wool Textile Organisation, Leather Working Group, Leave No Trace, Leave On, Non-Mulesing Merino Wool, OEKO-TEX®, Organic Content Standard, Pack4Good, Partnership for Sustainable Textiles, People for the Ethical Treatment of Animals, Planet Water, Recycled Claim Standard, Repreve®, Responsible Down Standard, Responsible Wool Standard, Science Based Targets initiative, Sustainable Apparel Coalition, Swedish Textile Industry for Climate Action, Tencel, Textile Exchange Regeneration Roundtable, Traceable, The Climate Pledge, The Consumer Product Safety Improvement Act, The Cradle to Cradle Certified® Product Standard, The Fashion Pact, The Microfibre Consortium, United Nations Global Compact, Worldwide Responsible Accredited Production, ZQ Certified Wool.

Ont un programme de développement durable reconnu mondialement.

% des achats d'Altitude Sports pour l'année fiscale 2023

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



● Marques qui ont répondu «oui»

● Marques qui ont répondu «non», ou qui n'ont pas répondu au sondage

# Publient leurs engagements et progrès annuels en matière de développement durable

% des achats d'Altitude Sports pour l'année fiscale 2023

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



- Marques qui ont répondu «oui»
- Marques qui ont répondu «non», ou qui n'ont pas répondu au sondage

# Glossaire

**Certification B Corp:** Typique des marques qui valorisent la durabilité, la transparence et la responsabilité par rapport à leur impact, cette certification (délivrée par B Lab) garantit que les entreprises respectent les normes les plus strictes dans cinq catégories : les travailleurs, la gouvernance, la communauté, l'environnement et les clients.

**bluesign®:** Cette organisation s'associe avec des marques, des manufacturiers et des fournisseurs de produits chimiques dans le but de réduire l'impact des activités commerciales de l'industrie textile. Les produits certifiés bluesign font l'objet de rigoureuses évaluations de leurs lieux de production, de leur approvisionnement, et de leur inventaire de produits chimiques, pour s'assurer du plus haut niveau de sécurité pour les gens et la planète. Il ne s'agit pas seulement de tissus responsables, mais de pratiques responsables à travers tout le processus. Source: bluesign.com

**Équité et justice:** L'équité, c'est distribuer de façon égalitaire l'accès aux ressources et aux outils en fonction des besoins individuels, et la justice se réfère à la transformation des systèmes à l'origine des inégalités afin qu'ils puissent promouvoir durablement l'équité.

**ESG - Facteurs environnementaux, sociaux, et de gouvernance:**

Cadre permettant d'évaluer si une organisation est tenue de respecter des normes environnementales et sociales élevées.

**Travail équitable:** Une étiquette qui promet un traitement équitable et non discriminatoire des employés, avec un accès aux services, une rémunération équitable et des conditions de travail globalement saines.

**GES - Gaz à effet de serre:** Les gaz à effet de serre (GES) se trouvent dans l'atmosphère terrestre et agissent naturellement comme des réservoirs de chaleur par le biais de ce que l'on appelle l'effet de serre. C'est l'augmentation des GES qui affecte la température interne de la Terre et qui est à l'origine du changement climatique mondial.

**GOTS - Global Organic Textile Standard (norme mondiale sur les textiles biologiques):** La norme GOTS est reconnue comme la plus importante au monde pour les textiles biologiques. Elle englobe des critères environnementaux et sociaux et vise à garantir le statut biologique des textiles, depuis la récolte des matières premières jusqu'à l'étiquetage, en passant par une fabrication respectueuse de l'environnement et de la société, afin d'offrir une garantie crédible aux consommateurs.

**GRS - Global Recycled Standard (norme mondiale sur les produits recyclés):** Norme internationale qui fixe des exigences concernant le contenu et le processus de production des produits fabriqués à partir de matériaux recyclés. Elle a été élaborée par Textile Exchange, une organisation mondiale à but non lucratif qui se consacre au développement durable dans l'industrie textile.

**MT eq - Metric Ton Equivalent:** il s'agit d'une unité utilisée pour exprimer des quantités de gaz à effet de serre ou d'autres émissions en matière d'impact par rapport à une tonne métrique (tonne) de dioxyde de carbone (CO2).

**OEKO-TEX®:** Fondée en 1992, OEKO-TEX se distingue en testant de manière indépendante les produits textiles et en cuir dans des laboratoires situés dans plus de 70 pays. Parmi ses nombreuses certifications, la plus connue est sans doute la norme OEKO-TEX® STANDARD 100, qui vérifie l'absence de produits chimiques nocifs dans chaque article, qu'il s'agisse de boutons, de fermetures à glissière ou de fils, afin que vous sachiez que ce que vous portez est sans danger pour les humains à tous les niveaux.

**PFCs & PFAs:** Également connues sous le nom de «produits chimiques éternels», ces substances sont composées de produits chimiques fluorés toxiques qui ont contaminé pratiquement tout, de nos océans à l'air. Il est important de noter la différence entre ces acronymes.

**Énergie renouvelable:** Une forme d'énergie qui peut être consommée en utilisant des sources naturelles renouvelables. La lumière du soleil, le vent ou l'eau en sont des exemples.

**RSL - Restricted Substances List (liste des substances à usage restreint):**

La RSL fait référence à une compilation de substances dont l'utilisation est restreinte ou interdite dans certains produits ou processus en raison de préoccupations liées à l'environnement, à la santé ou à la sécurité. Ces listes sont souvent créées et tenues à jour par des organismes de réglementation, des groupes industriels ou des entreprises individuelles afin de garantir le respect des réglementations et des normes.

**RWS - Responsible Wool Standard:** Certification à caractère social, environnemental et de bien-être animal qui garantit le traitement éthique des animaux producteurs de laine et des pratiques de gestion durable des terres.

**Objectifs fondés sur la science:** Objectifs offrant des voies claires aux entreprises pour réduire leurs émissions de GES et faire baisser la température interne de la Terre, conformément aux lignes directrices de la recherche sur le climat, en accord avec les objectifs de l'Accord de Paris.

**Émissions de Scope 1, 2, 3:** Une façon de mesurer et de catégoriser le type d'émissions de gaz à effet de serre (GES) qu'une entreprise crée directement ou indirectement. Par exemple, une émission de Scope 1 serait la quantité de carburant consommée par les véhicules de transport qui livrent des marchandises. Une émission de Scope 2 est une émission indirecte telle que le chauffage, l'électricité ou la climatisation. Elles sont considérées comme indirectes parce que même si l'entreprise achète ces sources, elles sont générées hors site. Les émissions du Scope 3 sont toutes les autres émissions indirectes liées à l'entreprise, mais non contrôlées par elle, telles que les déplacements des employés ou les pratiques d'élimination des produits de consommation.

**ODD:** Les objectifs de développement durable des Nations Unies (ODD) sont un ensemble de 17 objectifs que les membres des Nations Unies ont développés pour tendre vers la paix mondiale et la prospérité pour les générations présentes et futures.



 Altitude  
Sports