

Avril 2023–Mars 2024

ANNÉE FISCALE 2024

# RAPPORT D'IMPACT



# Table des matières

- 02-03** **À propos du rapport** Un mot de notre équipe. Élaboration du rapport
- 04-14** **À propos d'Altitude Sports** Aperçu. Histoire. Notre vision. Notre mission. Nos valeurs. Événements marquants de 2024.  
Facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance. Leadership
- 15-38** **Travaillons ensemble** Notre équipe. Notre communauté. Notre chaîne d'approvisionnement
- 39-52** **Climat** Notre empreinte. Logistique et opérations. Transparence
- 53-65** **Stratégie en matière de climat** Progrès et objectifs
- 66-69** **Annexe** Glossaire



# À PROPOS DU RAPPORT

# Le partage est dans notre nature

Pour nous, la responsabilité va au-delà de la simple performance commerciale. En tant qu'entreprise privée, nous ne communiquons pas publiquement nos résultats trimestriels (nous le faisons à l'interne), mais nous pensons qu'il est essentiel d'être transparent sur nos activités, c'est-à-dire nos effets à long terme sur la planète et nos communautés.

Cette année, nous sommes fiers de présenter notre deuxième rapport d'impact, qui met en lumière les progrès que nous avons réalisés pour atteindre nos objectifs principaux : réduire notre empreinte carbone, mieux gérer nos déchets et encourager des pratiques plus durables tout au long de notre chaîne d'approvisionnement.

Qu'il s'agisse de suivre la portée environnementale de nos produits ou de soutenir des initiatives locales et mondiales, ce rapport est notre façon de vous informer de tous les efforts que nous déployons. Il y a encore du travail à faire, mais nous sommes heureux de communiquer nos progrès jusqu'à présent.

Nous vous invitons à poursuivre l'aventure et à progresser avec nous.

L'équipe d'Altitude Sports



**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 2023 et se terminant le 31 mars 2024.

**2**

**À PROPOS  
D'ALTITUDE  
SPORTS**

# À propos d'Altitude Sports

**Basé  
à Montréal**

siège social et centre de distribution

**393 marques**

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

**293 employés  
à temps plein**

en date du 31 mars 2024

**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 1,1 million  
de commandes  
expédiées**

1er avril 2023 - 31 mars 2024

# 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.

**2024**

Envoi de notre évaluation B Corp dans l'attente de notre certification.

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.



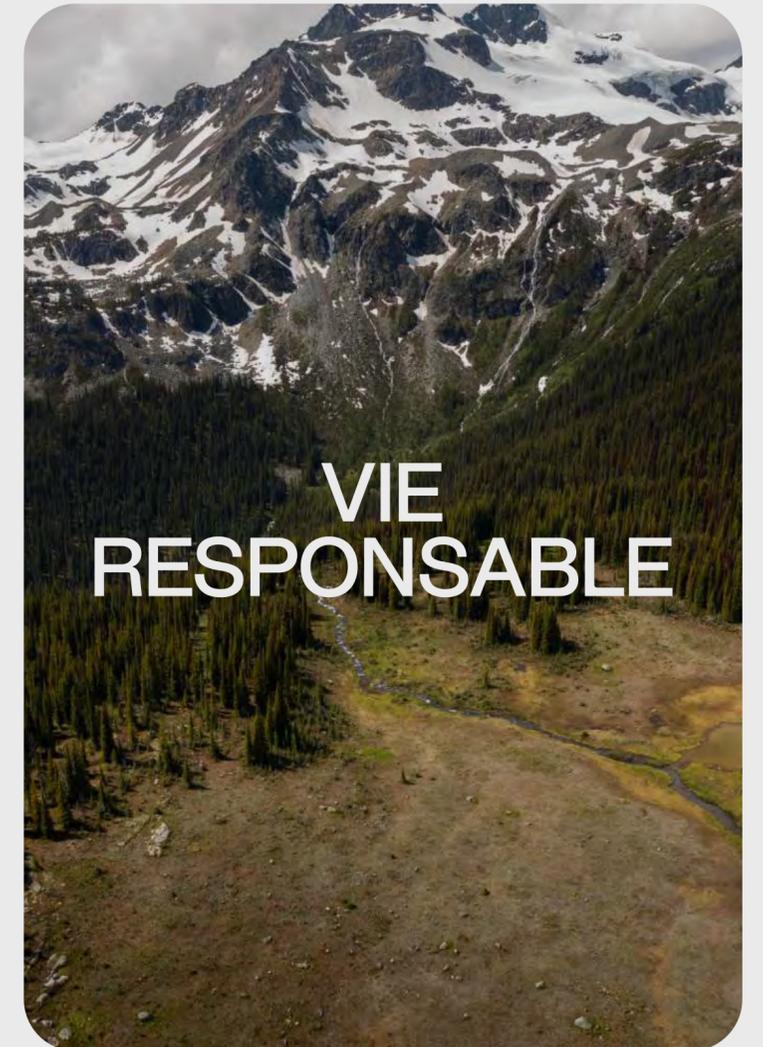
Le design est fonctionnel et chaque détail répond à un besoin. Cette précision dicte la façon dont nous sélectionnons les produits que nous vendons: elle est simple, soignée et efficace.



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

**42.86%**

de nos gestionnaires se décrivent  
comme des femmes.

**154,596**

livraisons ont été effectuées à l'aide d'un  
véhicule électrique ou d'un vélo pour le  
dernier kilomètre (ce qui représente 13,95 %  
de toutes les livraisons).

**100%**

de nos émissions de scope 1 et 2 ont été  
compensées par Ostrom Climate.

**100%**

d'utilisation de ruban activé  
à l'eau à partir de mai 2023

**\$315,530**

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

**90%**

de réduction de notre consommation  
de ruban plastique

**Systeme de  
compostage**

mis en place à notre siège social  
et dans notre centre de distribution.

**25%**

de réduction approximative de notre  
consommation de papier kraft par rapport  
à l'an dernier.

Altitude Sports dispose d'un modèle de gouvernance bien structuré incluant un conseil d'administration, composé à la fois de conseillers internes et externes, **représentant les intérêts de toutes les parties prenantes**, y compris les propriétaires majoritaires, qui détiennent en dernier ressort la plus haute autorité au sein de l'entreprise.

L'équipe dirigeante fournit régulièrement des mises à jour trimestrielles au conseil d'administration afin de garantir la transparence et l'alignement.

Conformément aux objectifs de développement durable des Nations unies et à nos normes B Corp, nous avons mis en place en 2024 une structure de primes révisée qui lie directement une partie des primes annuelles à la réalisation d'objectifs de développement durable. Ce changement renforce la responsabilité et souligne l'importance d'intégrer le développement durable dans nos processus de prise de décision.

Les questions ESG sont abordées de manière exhaustive par le biais de divers canaux, notamment les réunions trimestrielles du conseil d'administration, les sessions de comités spécialisés, les examens trimestriels du conseil de fondation, les événements organisés à l'échelle de l'entreprise, les programmes de formation et les initiatives de sensibilisation.

À tous les niveaux de l'organisation, des membres du conseil d'administration aux employés, les individus s'engagent à relever les défis d'Altitude Sports en matière de développement durable et à contribuer à un changement sociétal significatif.

# Propriétaires majoritaires

Maxime Dubois

CO-PDG



Alexandre Guimond

CO-PDG



# Membres du 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 de la direction financière



**Raff Paquin**  
Chef de la technologie



**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**

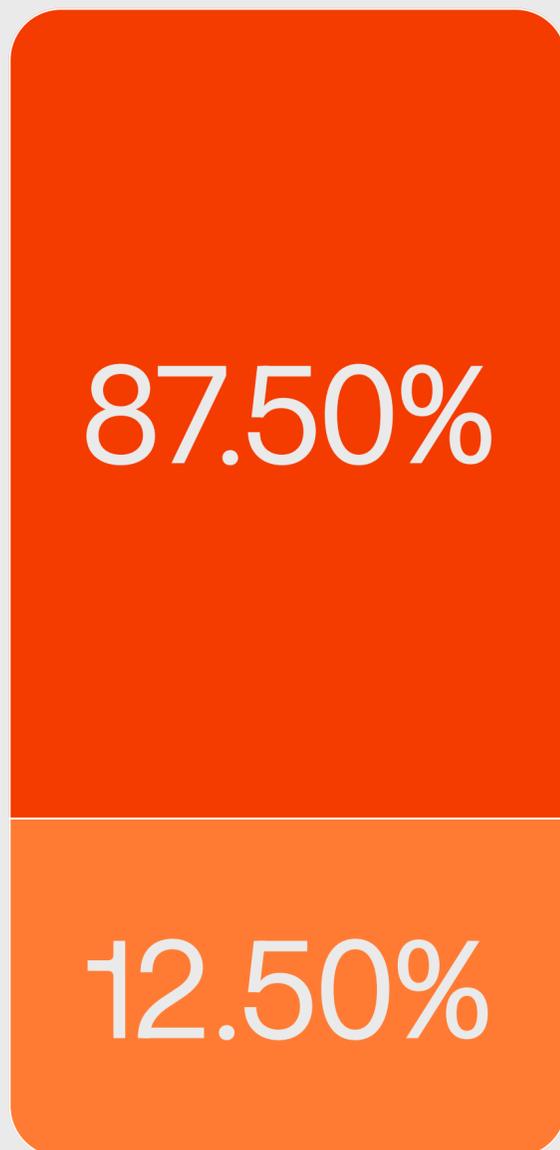
# 3.1

NOTRE  
ÉQUIPE

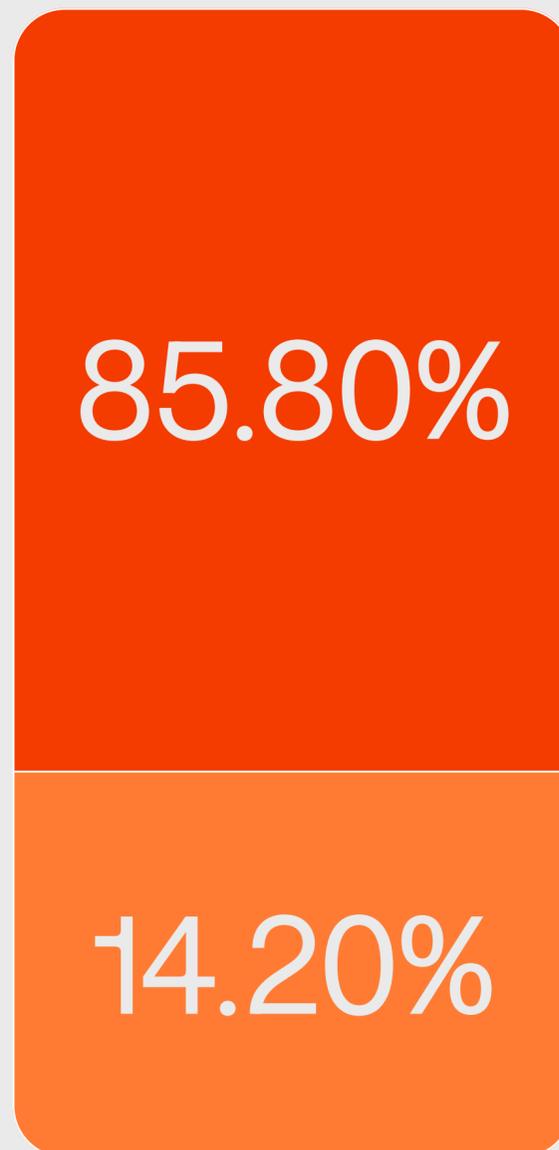
# Données sur l'identité de genre en milieu de travail

- Homme
- Femme
- S'identifie comme transgenre ou non conforme au genre
- Préfère ne rien dire

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
- Autres ethnies
- Préfère ne pas répondre

Conseil d'administration

Comité de direction

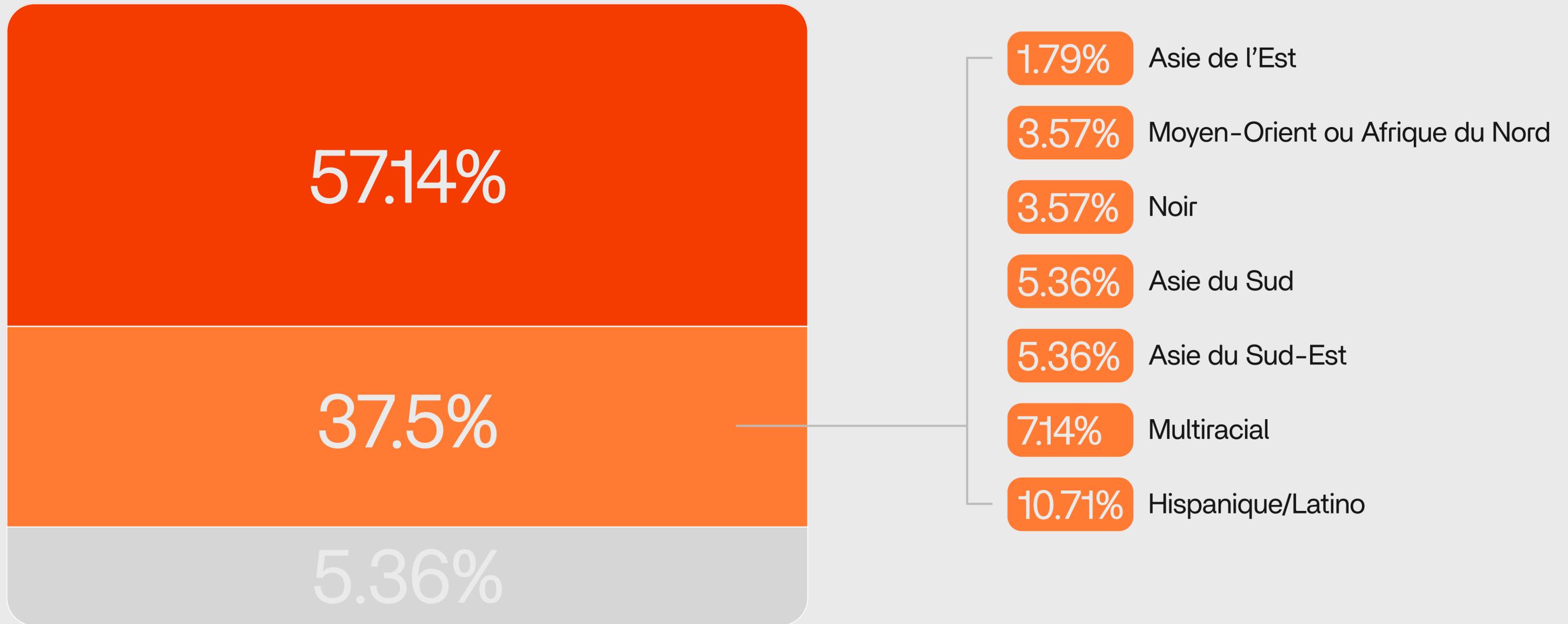


- 16.67% Asie du Sud
- 16.67% Asie du Sud-Est

# Données sur la diversité en milieu de travail

- Blanc
- Autres ethnies
- Préfère ne pas répondre

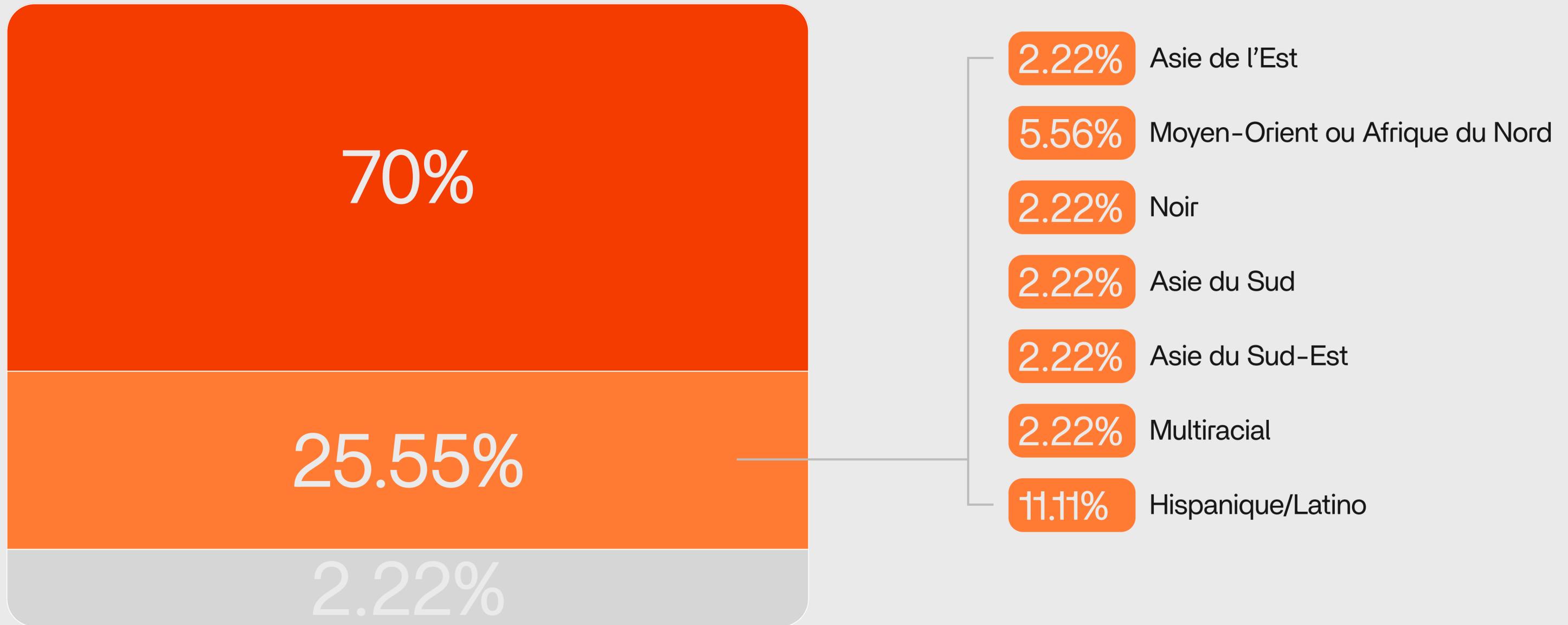
## Gestionnaires



# Données sur la diversité en milieu de travail

- Blanc
- Autres ethnies
- Préfère ne pas répondre

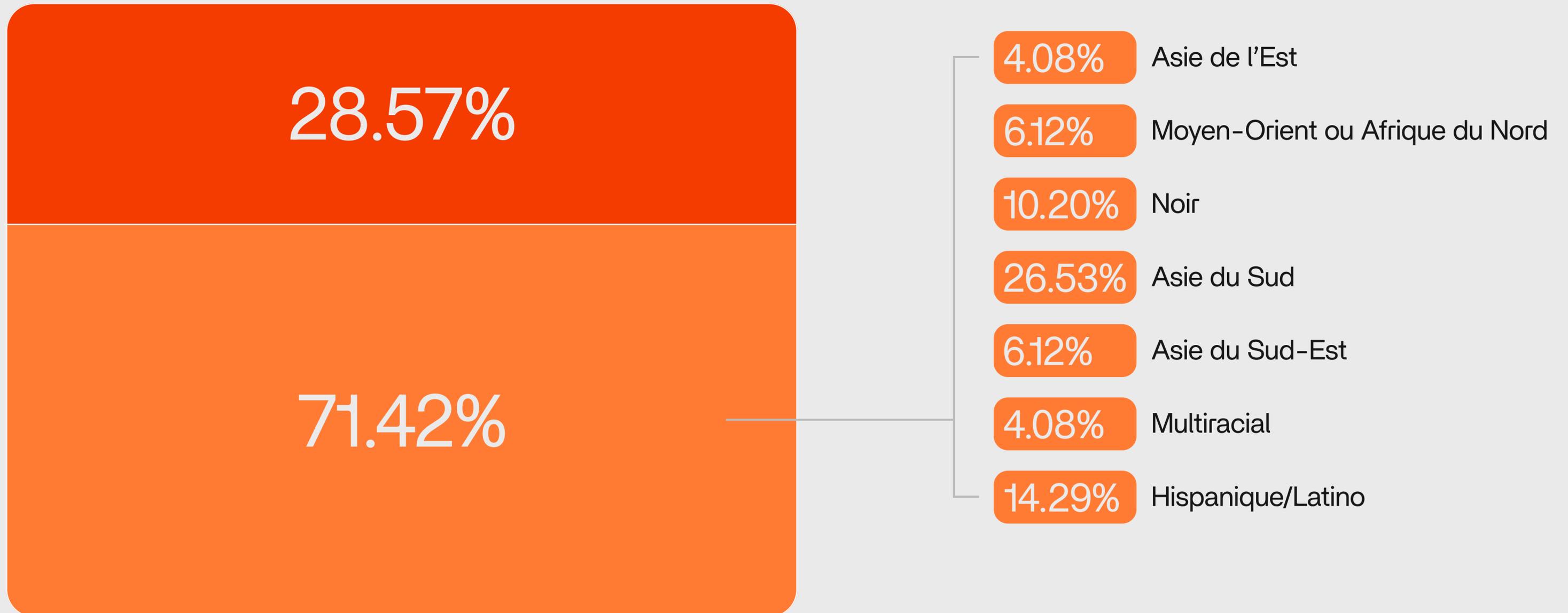
## Employés à temps plein au siège social



# Données sur la diversité en milieu de travail

- Blanc
- Autres ethnies
- Préfère ne pas répondre

## Employés à temps plein au centre de distribution



## Engagement des employés

En janvier 2024, nous avons obtenu un score eNPS\* de 26,40, soit une amélioration de 0,4 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 très bon, 40+ est excellent.

## Méthodologie de la mesure d'engagement des employés

Deux fois par an, nous envoyons un sondage complet à tous nos employés à temps plein, afin de recueillir des commentaires sur leur engagement, leur sentiment d'appartenance, leur santé mentale et toute suggestion visant à améliorer leur expérience générale au travail. Cela nous permet d'avoir une idée précise de leur bien-être et d'identifier les points à améliorer.

Lors de notre dernier sondage, nous avons obtenu un taux de participation de 97,35%, ce qui est encore plus élevé que l'objectif de 80% que nous nous étions fixé.

## Équité salariale

Nous veillons à ce que tous les employés soient rémunérés équitablement pour le travail qu'ils effectuent, indépendamment de leur sexe ou de leur type d'emploi. Nous prévoyons de réaliser un autre audit avec un cabinet externe en septembre 2024 pour confirmer que nous continuons à respecter les normes nécessaires en matière d'équité salariale. Nous communiquerons les résultats dans notre prochain rapport d'impact.

# Formule flexible de travail à la maison

18.40%

52.20%

29.40%

- 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



# 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.

## Augmenter

la représentation des groupes sous-reconnus au sein du conseil d'administration de 10 % d'ici 2026 par rapport au niveau de référence de 2023.

## 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.

Depuis 2024, nous avons recentré nos partenariats avec **les organisations à but non lucratif**, en nous concentrant sur la mise en place de **collaborations à long terme**.

Cette approche nous permet d'apporter un soutien plus significatif aux organisations avec lesquelles nous travaillons. Au-delà des contributions financières, nous les aidons à donner plus de poids à leur message et à accroître la sensibilisation au sein de nos communautés, ce qui favorise des liens plus forts et des résultats plus importants.

## 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,  
**Atli Action** a fièrement remis  
plus de **1 680 775 dollars**  
à nos **organisations**  
**partenaires.**



### POW Canada

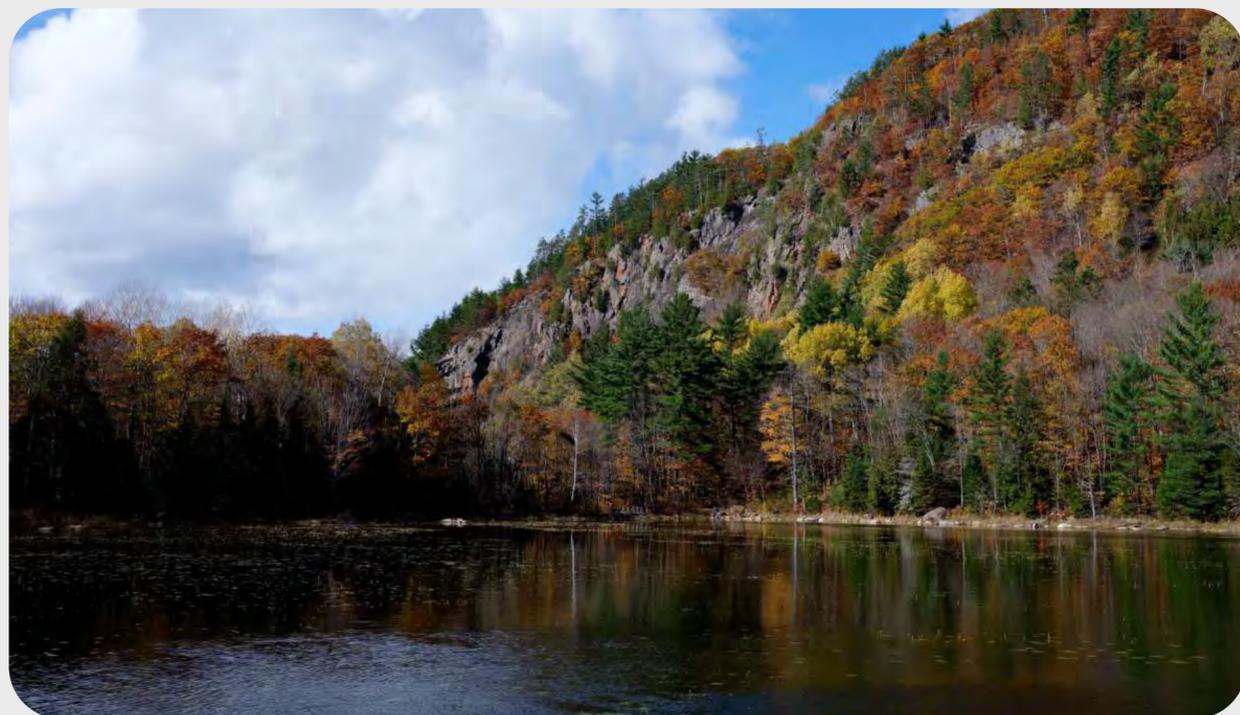
Protect Our Winters Canada (POW) est un regroupement de passionnés de plein air, d'athlètes et de marques unis en faveur de solutions politiques au changement climatique. La mission: éduquer et mobiliser les communautés et les décideurs politiques du Canada, pour en faire des défenseurs efficaces de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



### Conservation de la nature Canada

En partenariat avec des entreprises, des fondations, des communautés autochtones et des gouvernements à tous les niveaux, elle s'efforce de protéger les habitats naturels qui assurent la survie de la flore et de la faune du Canada. Depuis 1962, l'organisation a protégé plus de 15 millions d'hectares à travers le pays.



### 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.

# 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.

- Au cours de l'exercice 2024, nous avons versé un total de 315 530 dollars en dons financiers et en nature, **doublant ainsi notre objectif.**



## 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.

- **Progrès :** Nous avons commencé à comptabiliser les heures de bénévolat trop tard dans l'année pour pouvoir le faire correctement. Notre prochain rapport d'impact sera plus à jour à cet égard

# 3.3

NOTRE CHAÎNE  
D'APPROVI-  
SIONNEMENT

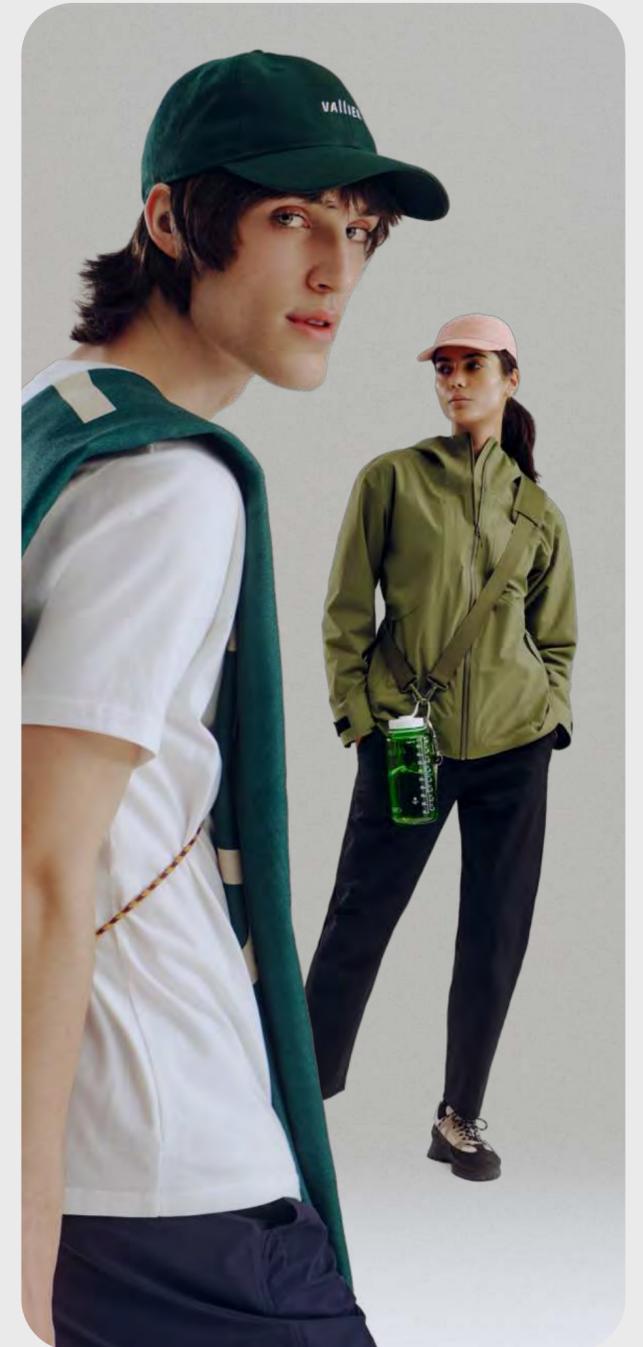
## Nos marques intégrées

En plus de nos activités commerciales, nous sommes fiers de détenir la marque Vallier. Son équipe 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.

Chaque année, nous nous efforçons de nous améliorer et de prendre de meilleures décisions, en comprenant les compromis inhérents à chaque choix.

Nous nous engageons à être transparents avec notre communauté et faisons de notre mieux pour expliquer le raisonnement qui derrièrè nos actions. Voici une mise à jour sur la façon dont nos produits et notre chaîne d'approvisionnement continuent d'évoluer année après année.

- Plus de 60 % du coton et du fil mérinos que nous achetons sont certifiés GOTS (Global Organic Textile Standard), l'une des certifications les plus réputées dans l'industrie des fibres biologiques.
  - Progrès : Nous avons conservé le même niveau de certification que l'année dernière.
- Plus de 59 % du fil recyclé que nous nous procurons est certifié par la norme GRS (Global Recycled Standard), qui garantit l'utilisation de textiles recyclés.
- Plus de 30 % de nos matériaux sont certifiés bluesign®, ce qui atteste de leur conformité aux réglementations de l'industrie textile qui éliminent plus de 900 produits chimiques potentiellement nocifs du processus de production.
  - Progrès : cette baisse de 33% d'une année sur l'autre est due à une réduction de la quantité de produits de vêtements d'extérieur que nous avons offerts.



- 100% du duvet de toutes les collections Vallier, toutes saisons confondues, reste certifié RDS (Responsible Down Standard) depuis l'année dernière.
- Notre collection de tricots continue d'être fabriquée à partir de 100 % de laine mérinos extrafine certifiée RWS (Responsible Wool Standard).
- Plus de 63 % de nos matériaux sont certifiés OEKO-TEX, ce qui garantit le respect des réglementations internationales et des tests rigoureux pour les produits chimiques utilisés dans les processus de production.
  - **Progrès** : Ce chiffre représente une légère baisse par rapport à l'année dernière, car nous continuons à déplacer la production de la Chine vers le Canada, où la certification des fils n'est pas disponible. Toutefois, la teinture et la fabrication des tissus sont entièrement réalisées au Canada.
- 37 % de nos produits sont fabriqués au Canada, ce qui n'est pas négligeable compte tenu du nombre limité de fabricants dans le pays. Nous avons réussi à nous démarquer dans des catégories clés, notamment les bonnets et les écharpes, ainsi que les t-shirts et les pulls à col roulé. En outre, nous avons établi des partenariats solides avec des entreprises canadiennes telles que June Swimwear, Apprenti Organik, Escape Café et Barbarian.
- 56 % de notre coton est biologique et nous visons à augmenter ce pourcentage chaque année. Il convient également de mentionner que 52 % de notre coton biologique est certifié GOTS.

- 62 % de nos produits sont DWR (durable water repellent) et sans PFC (composés perfluorés), ce qui confirme notre engagement en faveur de produits chimiques propres.
- 76 % de notre laine mérinos est certifiée RWS, tandis que les 24 % restants représentent la production que nous fabriquons au Canada, où la certification n'est pas encore disponible.



# Lois et réglementations

En mai 2023, le gouvernement du Canada a promulgué la loi sur la lutte contre le travail forcé et le travail des enfants dans les chaînes d'approvisionnement. Afin d'assurer la conformité avec ces réglementations et d'améliorer la transparence de la chaîne d'approvisionnement, notre rapport de l'exercice 2024 est disponible ici. Ce rapport présente les principales mesures que notre entreprise a mises en œuvre au cours de l'exercice écoulé pour prévenir et atténuer le risque de travail forcé ou de travail des enfants à tous les stades de la production des biens que nous importons au Canada.



4

CLIMAT

# 4.1

NOTRE  
EMPREINTE

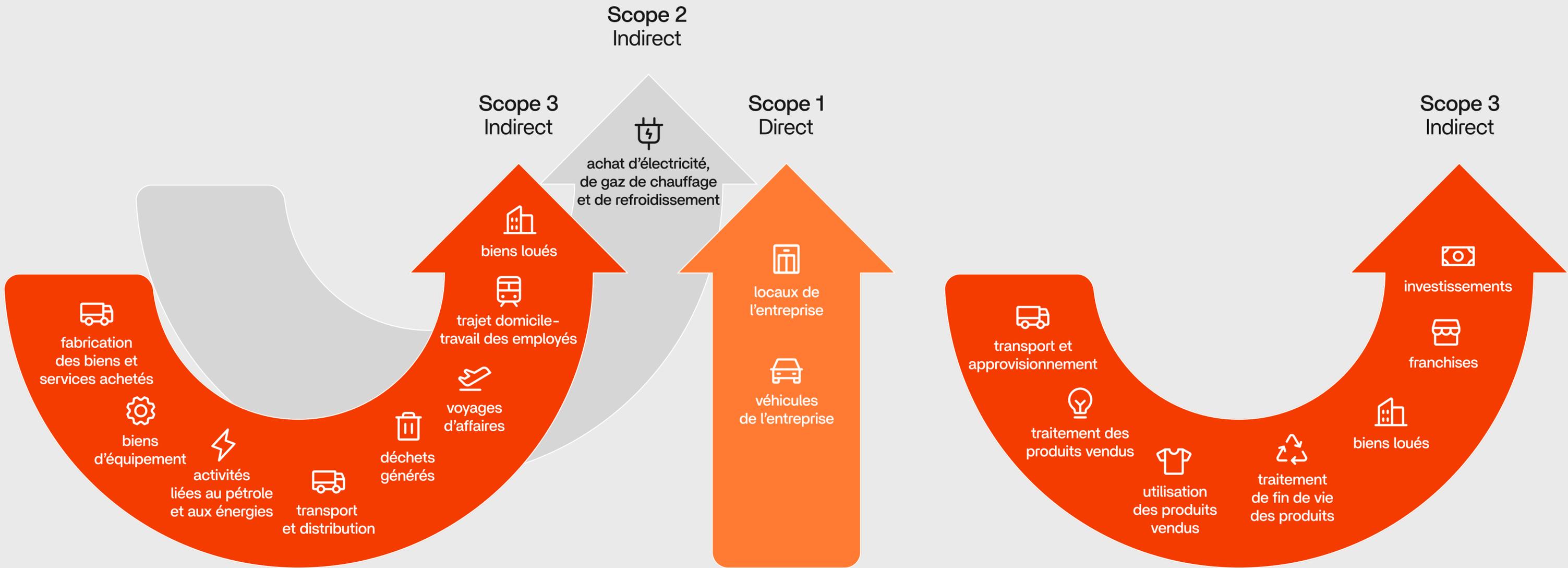
## Notre empreinte

Notre stratégie en matière de climat est axée sur le progrès, la transparence et les données - plutôt que sur l'atteinte immédiate de la perfection.

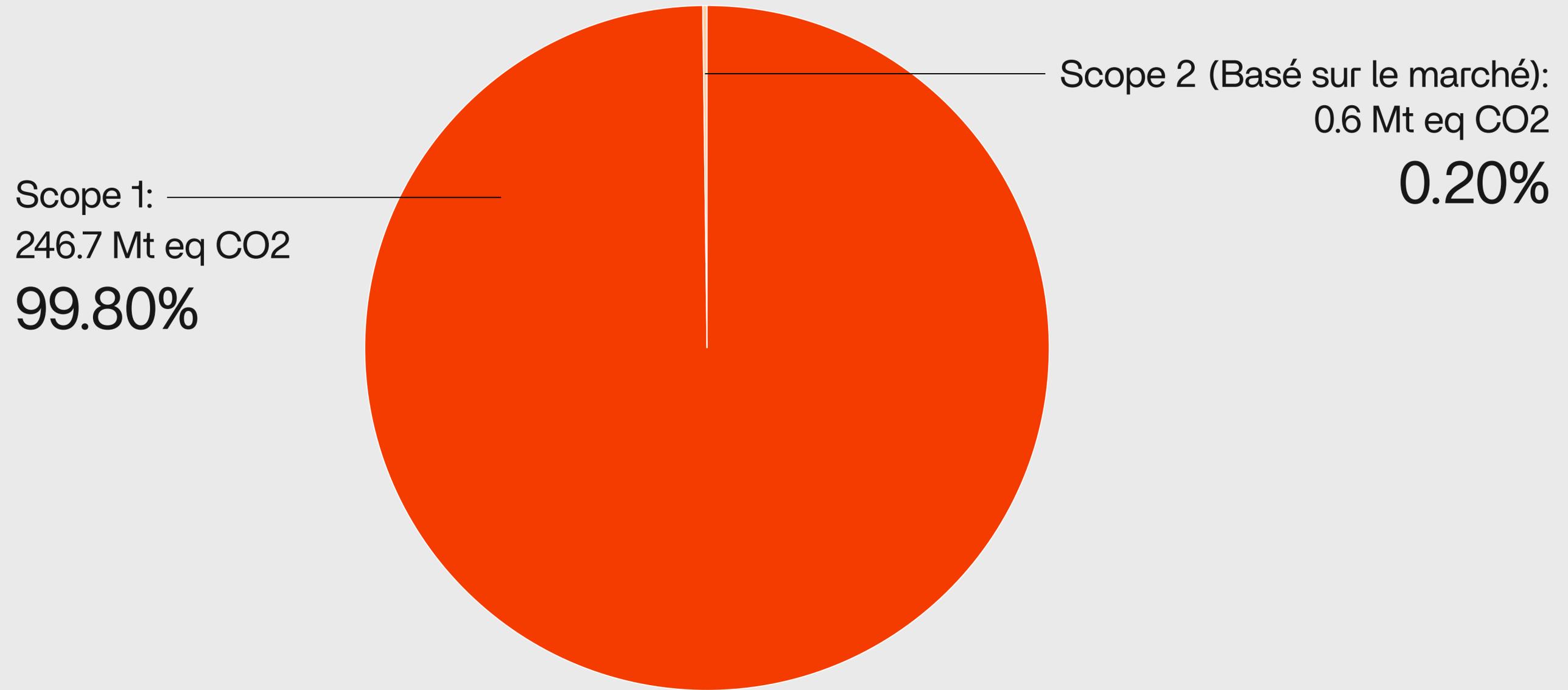
## Émissions de carbone

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 & 2



\*Tonnes métriques d'équivalent 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.

Nos émissions des scope 1 et 2 ont diminué d'une année sur l'autre de 71,4 millions de tonnes de CO<sub>2</sub>e. Cette réduction est principalement due à un hiver plus doux que d'habitude, un facteur de circonstance.

À l'avenir, nous prévoyons de remplacer certains aérothermes à gaz par des appareils de chauffage électriques. Ce changement contribuera à réduire davantage notre consommation de gaz naturel et nos émissions à l'avenir.

\*Tonnes métriques d'équivalent CO<sub>2</sub>

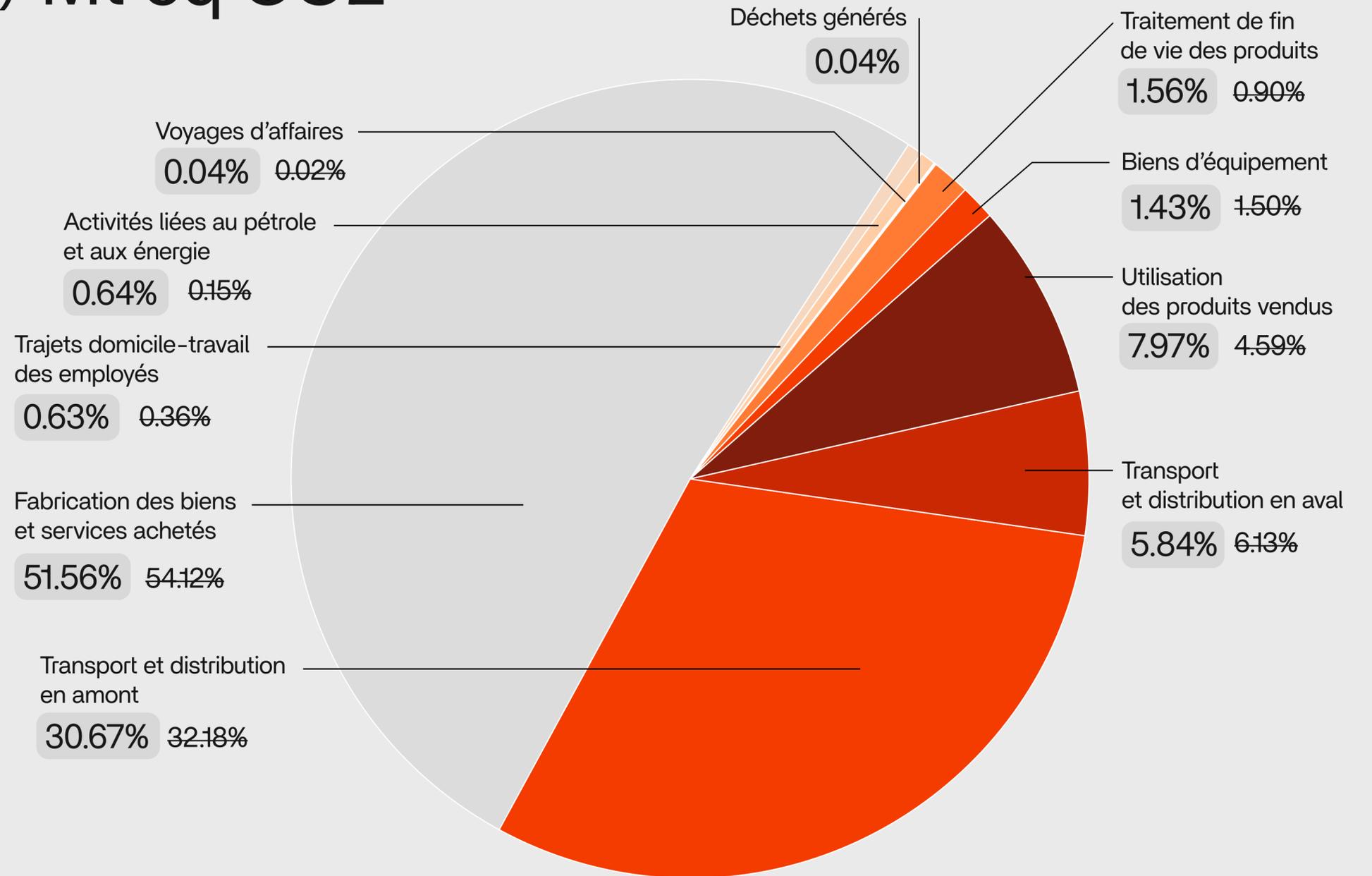
Émissions de carbone (en tonnes de CO <sub>2</sub> )			
Scope	Émissions		
	FY2022	FY2023	FY2024
Scope 1: Émissions directes	404.90	318.10	246.70
Scope 2: Émissions indirectes	0.60	0.60	0.60
Scope 2: Autres émissions indirectes	N/A	33.737	N/A

# Scope 3: 33,737 ~~(58,583)~~ Mt eq CO2

Nous calculerons nos émissions du scope 3 tous les trois ans, car les changements dans ces catégories prennent généralement du temps à se matérialiser et à avoir un impact mesurable.

Cependant, l'entreprise avec laquelle nous nous sommes associés pour calculer nos émissions du scope 3 pour l'exercice 2023 a commis une erreur. Certaines catégories ont été analysées à l'aide d'une méthode basée sur les dépenses, mais une erreur dans le taux de change USD-CAD a gonflé le total de nos émissions de GES du scope 3.

Vous trouverez ci-dessous les données corrigées pour nos émissions du champ d'application 3 de l'exercice 2023, qui s'élèvent à 33 737 Mt eq CO2, au lieu des 58 582 Mt eq CO2 déclarées à l'origine. Cette correction représente une diminution de 24 846 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	17 396	51.56%
Biens d'équipement	483	1.43%
Activités liées au pétrole et aux énergies	87	0.26%
Transport et distribution en amont	10 345	30.87%
Déchets générés	12	0.04%
Voyages d'affaires	12	0.04%
Trajets domicile-travail des employés	213	0.63%
Transport et distribution en aval	1971	5.84%
Utilisation des produits vendus	2890	7.97%
Traitement de fin de vie des produits	527	1.56%
<b>Total</b>	<b>33 737</b>	<b>100%</b>

\*Tonnes métriques d'équivalent CO2

# Méthodologie

Nous avons travaillé avec une entreprise reconnue pour calculer notre catégorie 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 de la catégorie 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.



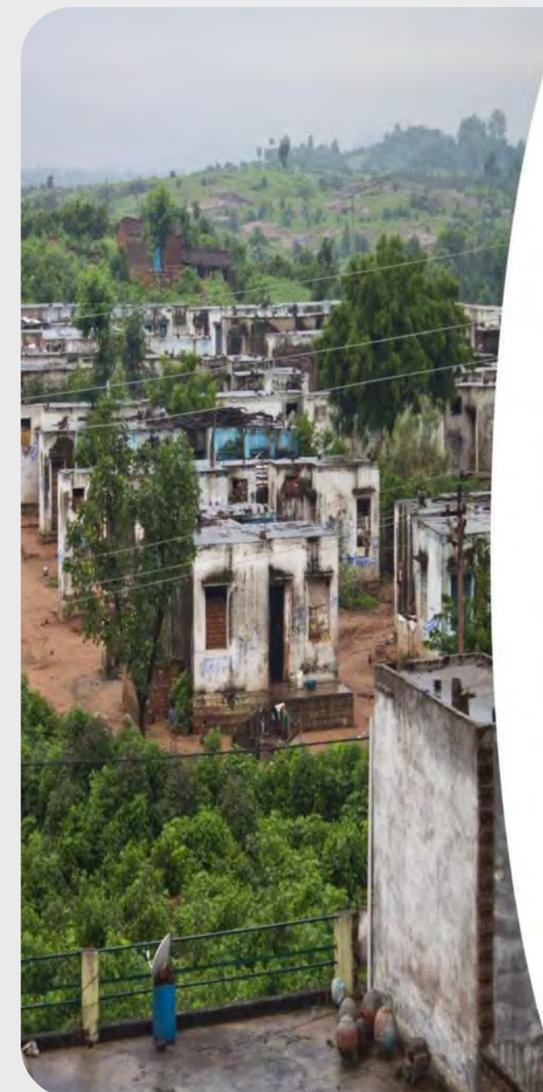
# Compensation des Scopes 1 et 2 à 100%

Dans le cadre de notre engagement continu en faveur du développement durable, nous avons choisi, pour la deuxième année consécutive, de compenser 100 % de nos émissions des 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.

[Cliquez ici pour plus d'information](#)



This is to recognize that

**Altitude Sports**

has offset

**248 tonnes**

of greenhouse gas emissions with the Gold Standard Portfolio to apply towards their Scope 1 and 2 emissions.

As Canada's leading provider of carbon management solutions, Ostrom Climate Solutions helps individuals and organizations understand, reduce, and offset their climate impact.

**January 17, 2025**

# 4.2

# OPÉRATIONS ET LOGISTIQUE

# Expédition

Le processus de distribution, en amont et en aval, est l'un des principaux responsables des émissions de gaz à effet de serre dans le cadre de nos activités. C'est pourquoi nous avons déployé des efforts considérables pour collaborer avec nos transporteurs afin d'identifier et de mettre en œuvre des solutions durables. Nous sommes conscients de la complexité de la logistique d'expédition, aussi nous privilégions la transparence et avons détaillé chaque étape pour nous assurer que nos engagements sont clairs et faciles à comprendre.



Dans le domaine de la logistique de livraison, le trajet entre notre entrepôt et le domicile de nos clients est divisé en trois phases clés : le premier kilomètre, le kilomètre intermédiaire et le dernier kilomètre



Chaque phase représente une étape distincte de la chaîne d'approvisionnement, couvrant des étapes spécifiques du mouvement des marchandises depuis leur origine jusqu'à leur destination finale.

- **Premier kilomètre**  
Les marchandises sont transportées de notre centre de distribution au centre de distribution de notre transporteur à Montréal.
- **Kilomètre intermédiaire**  
Les marchandises sont transférées du centre de distribution de notre transporteur à Montréal vers son centre de distribution régional, plus proche du client final. (c'est-à-dire de Montréal à Toronto).
- **Dernier kilomètre**  
Les marchandises sont transférées de la plaque tournante régionale au client final. Bien que la distance en ligne droite sur une carte puisse être plus courte, cette étape est plus exigeante d'un point de vue logistique. Plusieurs véhicules sont impliqués et couvrent de plus grandes distances en effectuant des livraisons de porte à porte.

# Livraisons électriques

Premier kilomètre

36,861

livraisons électriques

+47.44% comparé à l'an dernier

Kilomètre intermédiaire

36,861

livraisons électriques

+47.44% comparé à l'an dernier

Dernier kilomètre

154,596

livraisons électriques

(chiffre représentant 13,95 % du total de nos livraisons sur le dernier kilomètre)

5

# STRATÉGIE CLIMATIQUE

# 5.2

# PROGRÈS & OBJECTIFS

# 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 les 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 deux fois par an (boîtes de réception, applications inutilisées, contenu désuet et plus).

- **Principaux succès** : Nous avons commencé à structurer l'information pour suivre les progrès. Des efforts de réduction des coûts ont été faits, ainsi que l'utilisation de nuages de données (AWS S3) mieux adaptés à l'archivage à long terme.

## Limiter

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

- **Progrès**: Nous avons considérablement réduit nos déplacements, n'atteignant que 55 298 km au total. Sur ce total, 1753 ont été parcourus en train, ce qui a permis de réduire les émissions de carbone.

# 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.

- **Progrès** : Nous suivons désormais notre consommation d'eau sur une base mensuelle afin d'identifier les tendances et de détecter rapidement les fuites ou les problèmes. Toutefois, comme la méthodologie précédente reposait sur un audit et une estimation, nos données de référence vérifiées ne seront disponibles que l'année prochaine.
-

# 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. Cette mesure a été mise en œuvre.

- **Progrès** : Complété.

## 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. Cette mesure a été mise en œuvre.

- **Progrès** : Complété.

# Déchets

---

## Fournir

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

- **Progrès** : Nous sommes en bonne voie pour atteindre cet objectif. Nous estimons que tous les gants jetables en nitrile achetés avant cet engagement seront épuisés d'ici la fin de mars 2024. Nous passerons alors à des gants réutilisables.
- 

## 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.

- **Progrès** : Cette initiative a été mise en œuvre avec succès pour notre équipe de nettoyage. Toutefois, nous avons rencontré des difficultés plus importantes que prévu pour former l'ensemble du personnel à l'utilisation correcte des différentes poubelles et à la compréhension des étiquettes sur les emballages. Nous restons déterminés à améliorer la sensibilisation du personnel et à affiner nos efforts pour trier efficacement les déchets.
-

# Emballages

## Éliminer

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

- **Progrès** : Nous sommes en bonne voie pour atteindre cet objectif. Nous prévoyons d'épuiser notre stock de papier bulle d'ici novembre 2024, date à laquelle nous passerons entièrement à l'utilisation de la déchiqueteuse de carton.

## 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.

- **Progrès** : Nous avons réduit notre consommation de papier kraft d'environ 25 % par rapport à l'exercice 23, en optant pour l'utilisation de carton déchiqueté. En outre, nous avons réduit de 90 % l'utilisation de ruban adhésif en plastique pour nos emballages, en passant à 100 % de ruban adhésif activé par l'eau à partir de mai 2023.

## Établir

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

- **Progrès** : Nos équipes d'opérations et logistiques travaillent sur les lignes directrices et les processus afin de faciliter leur mise en œuvre par nos marques partenaires.

# 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.

# Expéditions

---

## Réduire

de 10 % d'ici à 2028 les émissions de scope 3 provenant du transport et de la distribution en amont, du ratio de voyages d'affaires en avion par employé et des émissions liées au carburant et à l'énergie, par rapport à l'année de référence 2023

---

## Expédier

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

- **Progrès** : nous avons effectué 154 596 livraisons électriques sur le dernier kilomètre, ce qui représente 13,95 % de l'ensemble des livraisons sortantes.
-

## 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.

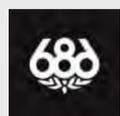
### Obtenir

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

# ANNEXE

# Marques partenaires certifiées B Corp



*allbirds*



**b,**  
halfmoon



**ciele**<sup>TM</sup>  
ATHLETICS



**Db**<sup>TM</sup>

**finisterre**



*Maaji*



**patagonia**<sup>®</sup>



tentree

*VALLIER*



# 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, tandis que la justice est liée 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.

