Altitude Sports

Avril 2025 - Mars 2026



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 2026 Facteurs environnementaux, sociaux et de gouvernance. Leadership

15-40 **Travaillons ensemble** Notre équipe. Notre communauté. Notre chaîne d'approvisionnement

41-52 **Climat** Notre empreinte. Logistique et opérations.

53-66 **Climat Notre empreinte. Logistique et opérations.**

67-68 **Nos marques partenaires**

69-72 **Annexe** Glossaire

1

À PROPOS DU RAPPORT

Notre démarche se poursuit

Au cours des dernières années, l'évolution du contexte socioéconomique mondial a propulsé les engagements en matière d'environnement, de responsabilité sociale et de gouvernance (ESG) au premier plan pour de nombreuses organisations. Pour nous, toutefois, le parcours ne s'arrête pas lorsque le terrain devient plus difficile. Nous sommes convaincus qu'il est plus important que jamais de maintenir le cap et de demeurer un chef de file dans ce domaine. Chez Altitude Sports, nos objectifs ESG ne sont pas distincts de nos objectifs d'affaires : ils ne font qu'un, et chaque partie prenante est responsable de leur réalisation.

Dans ce rapport, nous présentons l'évolution de notre démarche. Nous sommes extrêmement fiers d'avoir atteint une grande partie des objectifs que nous nous étions fixés dans nos précédents rapports. Fidèles à notre façon de faire, nous regardons déjà vers l'avenir et travaillons à aller encore plus loin. Ce rapport présente ces objectifs mis à jour ainsi que les prochaines étapes de notre progression.

Mesurer notre impact de Scope 3

L’année financière 2026 constitue également une année charnière pour nos activités de mesure. Tous les trois ans, nous entreprenons le vaste exercice de calcul de nos émissions de gaz à effet de serre de Scope 3 afin d'obtenir un portrait complet de notre empreinte environnementale. Comme cette démarche essentielle exige une quantité considérable de données provenant de notre vaste réseau de fournisseurs, leur collecte et leur validation demandent du temps.

Plutôt que de retarder la publication de l'ensemble de nos progrès jusqu'à la fin de ce processus complexe, nous avons choisi de publier dès maintenant le reste de nos informations relatives à notre impact. Nous mettrons ce rapport à jour plus tard cette année afin d'y intégrer les résultats complets de notre analyse de Scope 3, une fois toutes les données recueillies.

Le chemin se poursuit, et notre engagement à évoluer pour faire toujours mieux demeure inébranlable. Merci de continuer à avancer à nos côtés.

L'équipe d'Altitude Sports



Pour toute question concernant ce rapport, veuillez contacter :
social_responsibility@altitude-sports.com

Remarque :
Le rapport couvre l'ensemble des activités d'Altitude Sports et de La Dernière Chasse, y compris nos marques intégrées, pour l'année financière débutant le 1er avril 2025 et terminant en mars 2026.



2

À PROPOS D'ALTITUDE SPORTS

À propos d’Altitude Sports

100 % en ligne

Basée à Montréal

450 marques

Employés

281 au total

Entrepôt

215 000 pieds carrés

Ventes

au Canada, dont 55 % hors Québec

Propriétaire de

altitude-sports.com, thelasthunt.com, Vallier et Altitude Sports (marque)

Expédition

Livraison le jour même à Montréal et livraison le lendemain dans 2000 villes canadiennes

Commandes

Plus de 1,2 million de commandes expédiées (1er avril 2025 - 31 mars 2026)

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.

Lancement de la marque Vallier.

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

Nous obtenons la certification B Corp, qui garantit que nous répondons aux normes les plus strictes dans cinq domaines : les employés, la gouvernance, la communauté, l'environnement et les clients.

2025

Lancement de la marque Altitude Sports

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.

À PROPOS D'ALTITUDE SPORTS Nos valeurs



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.

Événements marquants de 2026

823 heures de bénévolat

réalisées par nos employés.

$350,076

remis à des organismes à but non lucratif grâce à notre programme Alti Action.

13,86

Score de promoteur net des employés (eNPS)

+30% sur un an

des livraisons du dernier kilomètre grâce à la flotte électrique de nos partenaires, permettant de livrer avec succès 355 868 commandes.

100%

de nos émissions de gaz à effet de serre de portée 1 et 2 ont été compensées pour une quatrième année consécutive, en partenariat avec Ostrom Climate.

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





Membres du conseil d'administration



Alexandre Guimond
Membre



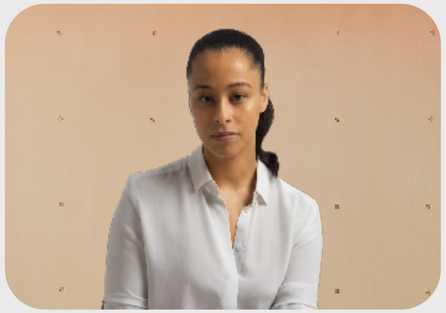
Maxime Dubois
Membre



François Roberge
Membre



Dustin Robertson
Membre indépendant



Fanny Damiette
Membre indépendant



Jason Grenier
Membre indépendant



Morgan Dias-Leclerc
Membre observateur



Maxime Tourangeau
Membre



Steven Brain
Membre observateur

Comité de direction



Alexandre Guimond
Co-PDG



Maxime Dubois
Co-PDG



Louis-Dominic Parizeau
Chef du Marketing



Bao Trinh
Vice-président Achats et planification de la demande



Sharlinee Maharaj
Vice-présidente Talent et Culture



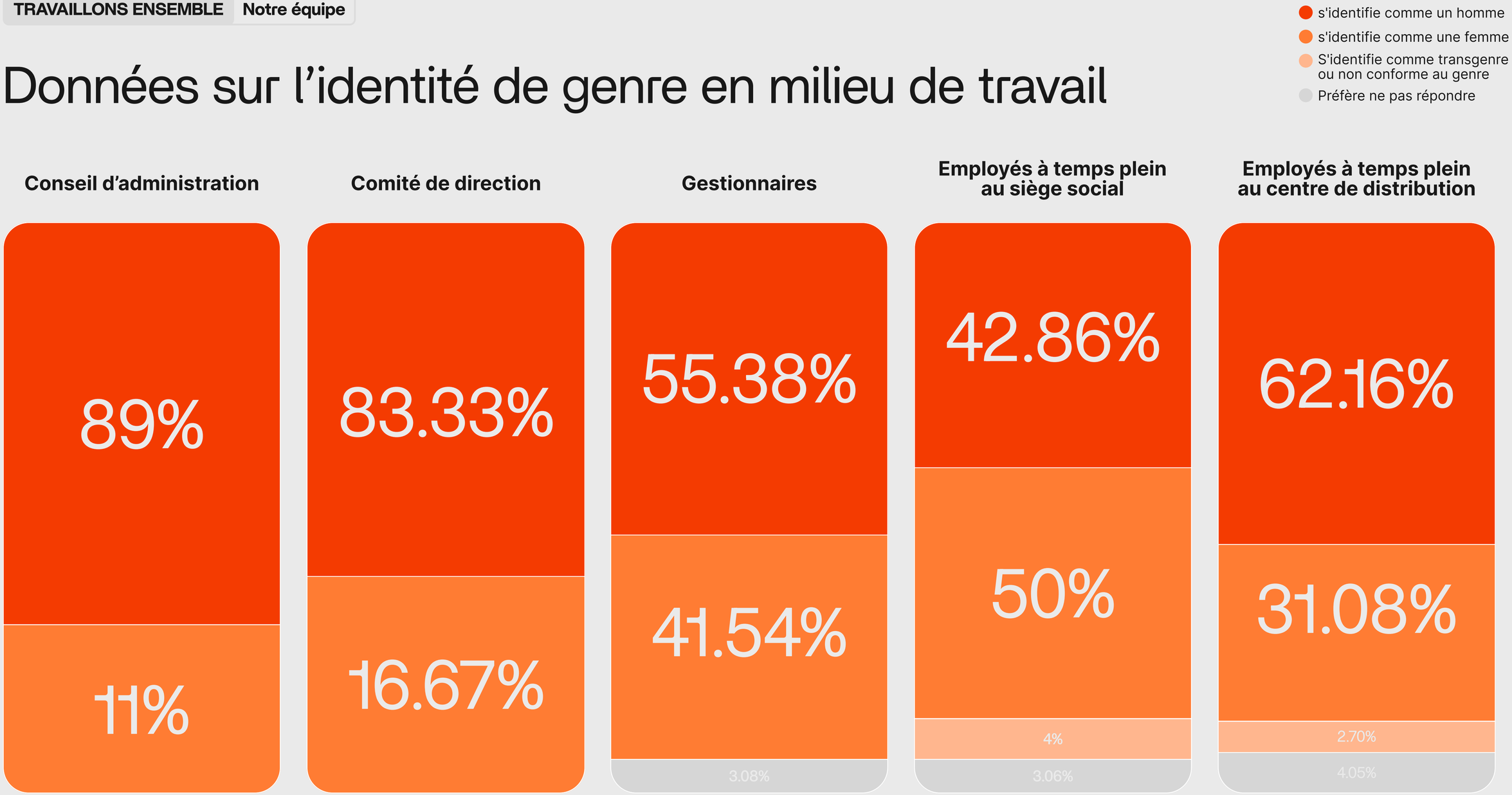
Louis-Philippe Favreau
Vice-président de l'Ingénierie


3
TRAVAILLONS
ENSEMBLE

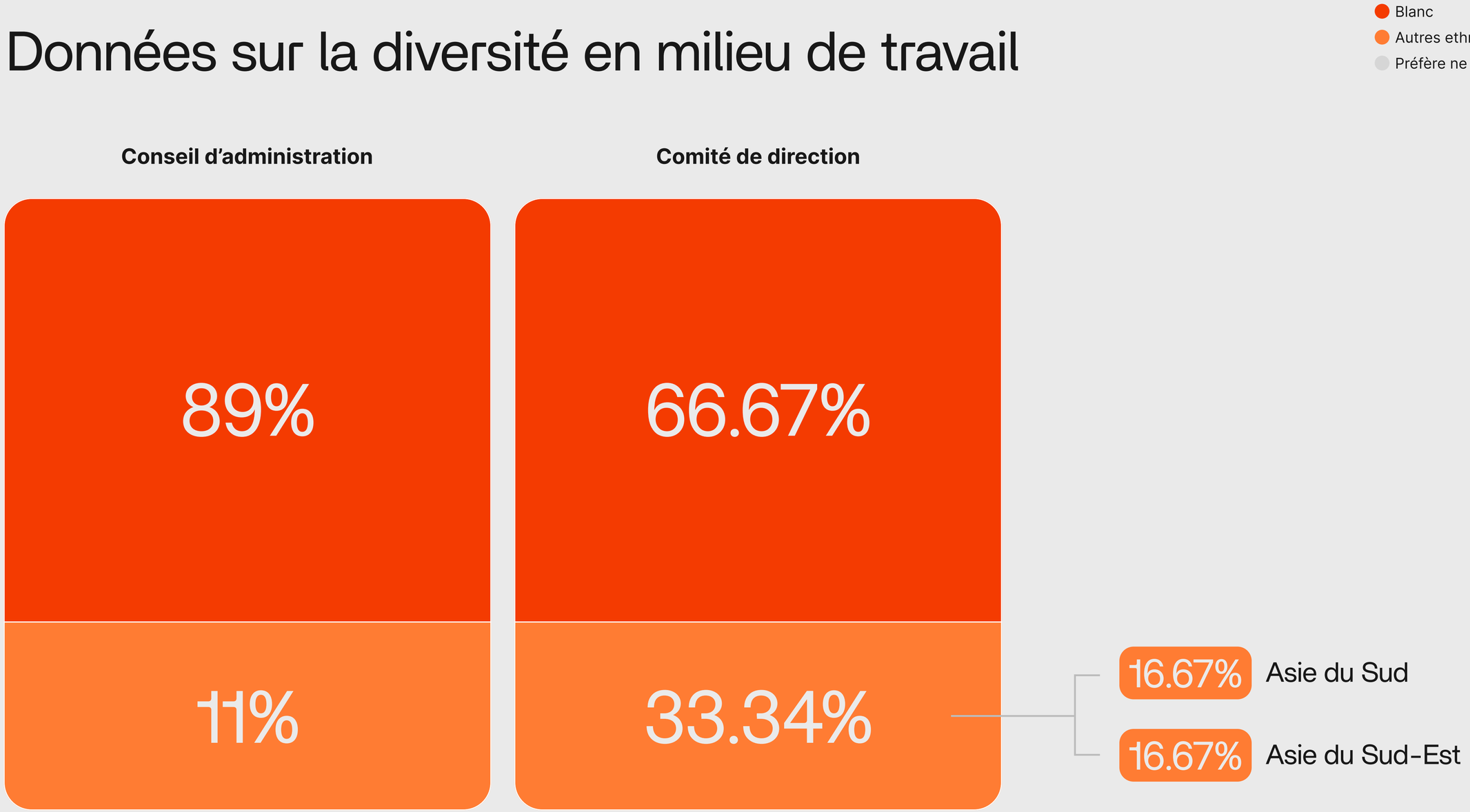
3.1

NOTRE ÉQUIPE

Données sur l’identité de genre en milieu de travail



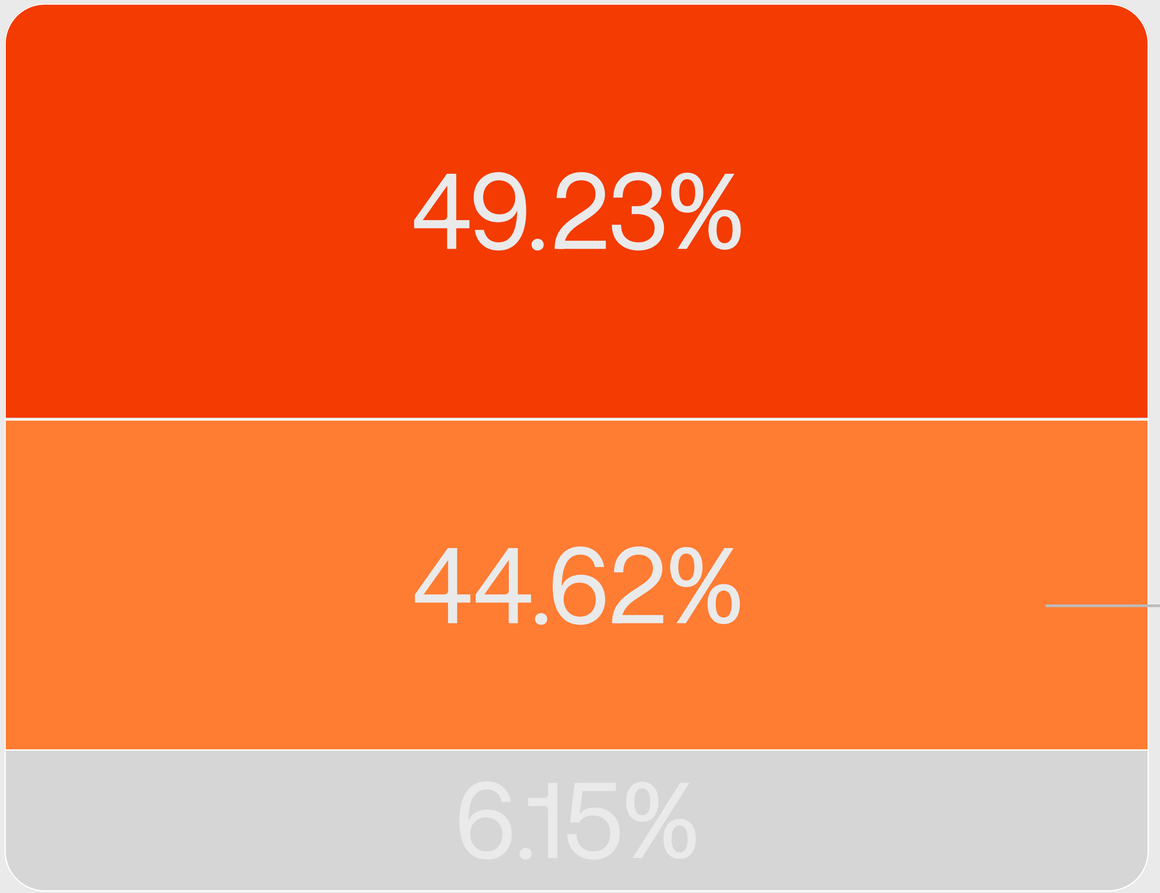
Données sur la diversité en milieu de travail



Données sur la diversité en milieu de travail

- Blanc
- Autres ethnies
- Préfère ne pas répondre

Gestionnaires

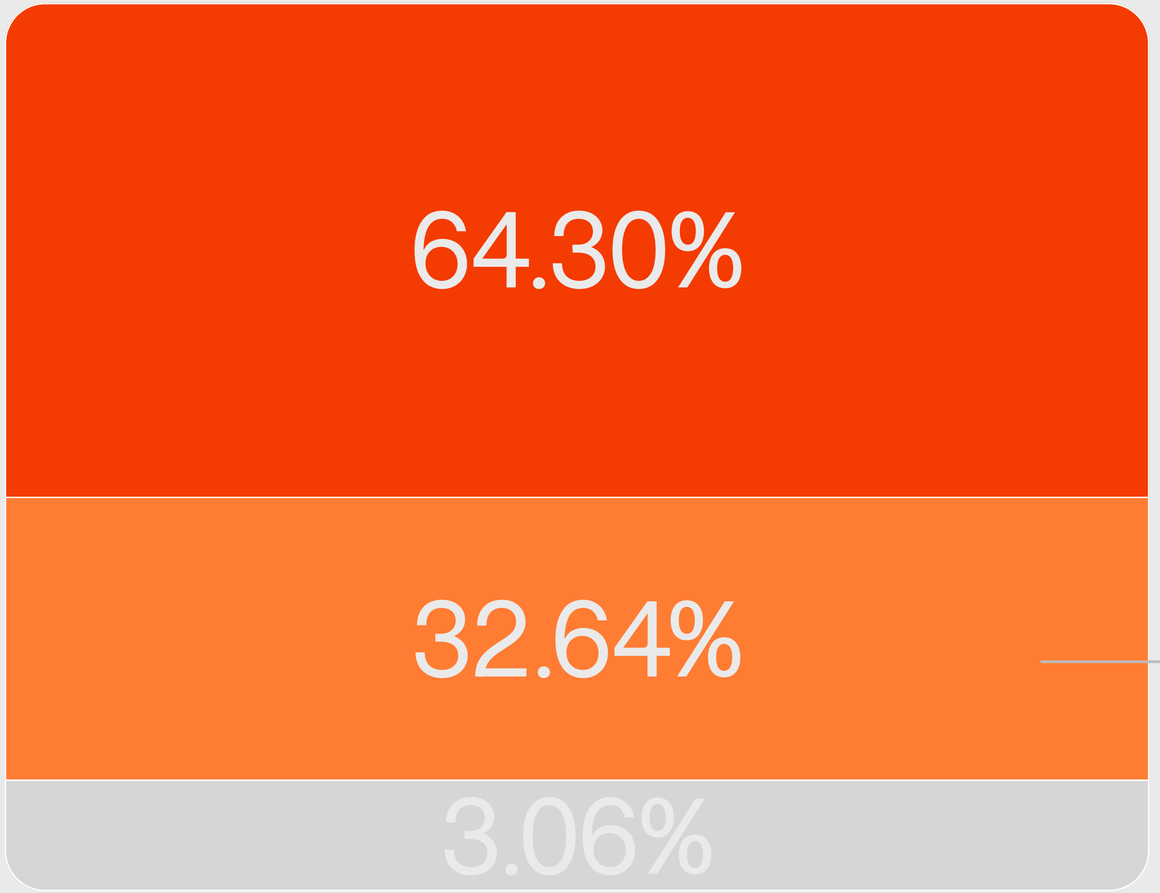


- 1.54% Asie de l’Est
- 1.54% Moyen-Orient ou Afrique du Nord
- 9.23% Noir
- 9.23% Asie du Sud
- 7.69% Asie du Sud-Est
- 7.70% Multiracial
- 7.69% Hispanique/Latino

Données sur la diversité en milieu de travail

- Blanc
- Autres ethnies
- Préfère ne pas répondre

Employés à temps plein au siège social

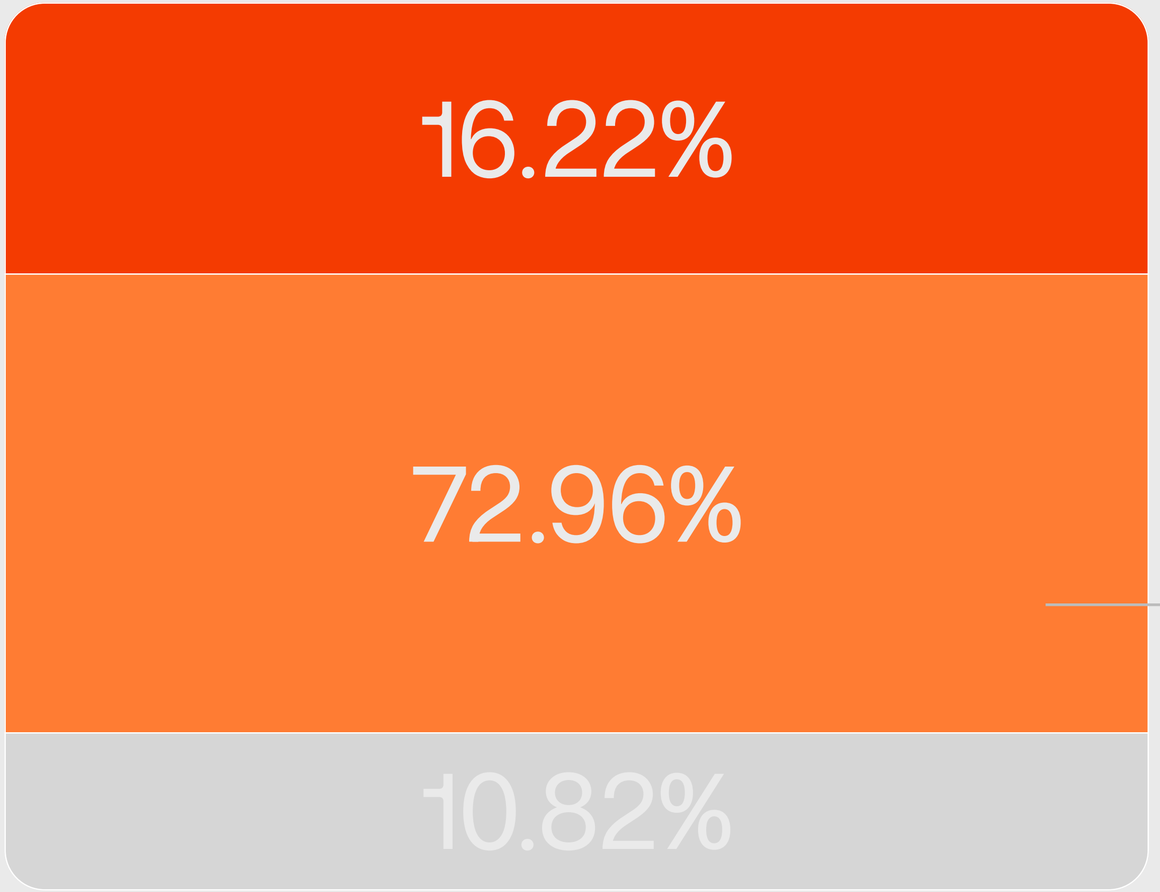


2.04%	Asie de l’Est
2.04%	Moyen-Orient ou Afrique du Nord
6.12%	Noir
2.04%	Asie du Sud
2.04%	Asie du Sud-Est
12.24%	Multiracial
6.12%	Hispanique/Latino

Données sur la diversité en milieu de travail

- Blanc
- Autres ethnies
- Préfère ne pas répondre

Employés à temps plein au centre de distribution



4.05%	Asie de l’Est
13.51%	Moyen-Orient ou Afrique du Nord
14.86%	Noir
25.68%	Asie du Sud
4.05%	Asie du Sud-Est
4.05%	Multiracial
6.76%	Hispanique/Latino

Engagement des employés

eNPS

À la clôture de l’année financière 2026, notre score de promoteur net des employés (eNPS) s'établissait à 13,86, soit une légère baisse de 0,85 points par rapport à l'exercice précédent. L'eNPS est un indicateur qui mesure le niveau d'engagement et la propension des employés à recommander Altitude Sports comme milieu de travail.

Même si le changement depuis l’année dernière est négligeable, il montre l’importance de continuer d’être à l’écoute des commentaires de notre personnel et de concentrer nos efforts là où les conséquences sont les plus importantes sur l’expérience globale de nos équipes. Nous continuerons de suivre la tendance afin d’établir les priorités de notre équipe Talents et Culture pour l’an prochain.

Selon Workleap, 0-20% est bon, 20-40 est excellent, 40+ est excellent.

Satisfaction au travail

Dans le cadre de notre plus récent sondage sur l'engagement, nous avons demandé aux membres de notre équipe dans quelle mesure ils étaient satisfaits d'Altitude Sports comme milieu de travail. Au total, 82,55 % des répondants se sont déclarés satisfaits, plus que satisfaits ou extrêmement satisfaits. Bien que ce résultat témoigne toujours de la solidité de notre culture d'entreprise, il représente une légère baisse par rapport au résultat de 84,98 % obtenu l'année précédente.

Afin de répondre à cette évolution, nous poursuivons la mise en œuvre de notre plan d'action organisationnel et demeurons résolus à offrir un milieu de travail où nos employés se sentent valorisés, engagés et fiers de contribuer à notre mission.

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 leurs commentaires sur leur engagement, leur sentiment d'appartenance et leurs suggestions pour améliorer leur expérience professionnelle globale. Cela nous permet de maintenir un niveau élevé de compréhension de leur bien-être et d'identifier les domaines à améliorer.

Lors de notre dernier sondage, nous avons atteint un taux de participation de 89 %, ce qui est proche de notre objectif de 90 %.

Équité salariale

Nous nous engageons à garantir que tous les employés soient rémunérés équitablement pour leur travail, indépendamment de leur genre ou de leur type d'emploi. En septembre 2024, nous avons fait appel à un cabinet externe pour réaliser notre audit annuel sur l'équité salariale.
Les résultats ont confirmé que les catégories d'emplois à prédominance féminine chez Altitude Sports continuent de bénéficier d'une rémunération équivalente à celle des catégories d'emplois à prédominance masculine de valeur comparable. Aucun écart salarial n'a été identifié et aucun ajustement n'a été nécessaire. Ce rapport a été communiqué à tous les employés à l'interne.

Formule flexible de travail à la maison

Adoption d’un modèle hybride alliant le meilleur des deux mondes

Au cœur de notre approche se trouve la conviction qu'une culture d'entreprise forte repose sur des liens significatifs et une réelle flexibilité. Nous accordons une grande importance à la collaboration en personne : les moments partagés au bureau renforcent les relations entre les équipes, favorisent l'innovation et permettent des échanges spontanés ainsi qu'une résolution de problèmes qui peuvent parfois être difficiles à reproduire dans un environnement virtuel.

Tout aussi importante est notre volonté de soutenir le bien-être global de notre équipe et l'équilibre entre la vie professionnelle et la vie personnelle. Afin de concilier ces deux priorités, nous avons mis en place un modèle de travail hybride structuré. Les employés du siège social se réunissent au bureau chaque jeudi pour une journée dédiée aux échanges et à la collaboration, tout en ayant la possibilité de travailler à distance le reste de la semaine.

Note : En raison de la nature opérationnelle et essentielle de leurs fonctions, nos équipes du service à la clientèle et du centre de distribution travaillent entièrement sur place afin d'assurer une expérience fluide et un service continu à notre clientèle.



Nos objectifs

Atteindre	une représentation féminine de 30 % au sein du conseil d'administration d'ici 2026. **Mise à jour :** Nous avons revu notre objectif à la hausse, le faisant passer de 25 % à 30 %, afin de nous conformer aux recommandations du 30% Club. Ce dernier s'appuie sur des études suggérant que 30 % représente un seuil critique à partir duquel les groupes minoritaires peuvent influencer la dynamique du conseil d'administration.
Garantir	une représentation féminine d'au moins 30 % au sein de notre équipe de direction d'ici 2028.
Atteindre	10 % de représentation des groupes sous-représentés au sein du conseil d'administration d'ici 2026. **Mise à jour :** Nous avons atteint 11 % cette année.

Nos objectifs (suite)

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. Pour encourager les dons, les clients qui participent reçoivent des Crédits temporaires d'une valeur égale au double du montant qu'ils ont donné, qui peuvent être échangés contre des crédits en magasin.



Dons matériels

Nous sommes fiers de collaborer avec Jeunesse au Soleil afin de répondre aux besoins en vêtements des enfants, ainsi que des hommes et des femmes. Jeunesse au Soleil apporte un soutien essentiel aux familles qui ont besoin de services d'urgence, et nous sommes honorés de contribuer à leurs efforts.

Nous soutenons également d'autres organisations à but non lucratif, telles que l'Armée du Salut et la Fondation Maison du Père, lorsque notre partenaire principal n'est pas en mesure d'accepter une quantité suffisante de produits ou lorsque les articles ne répondent pas à leurs besoins spécifiques.

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 2 000 000 dollars à nos organisations partenaires.





POW
PROTECT OUR WINTERS | CANADA

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.





NATURE CONSERVANCY CANADA

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 SUN YOUTH

Jeunesse au Soleil

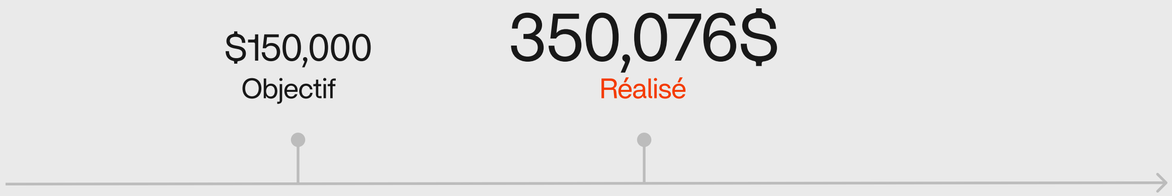
L’objectif de Jeunesse au Soleil est de soulager la pauvreté et de prévenir l’exclusion, en fournissant assistance alimentaire, vêtements et médicaments aux personnes démunies. L’organisme offre également des programmes de sports et de loisirs, des camps pour enfants et des clubs sociaux pour aînés.

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.

- 2026, nous avons versé un total de 350 076 dollars en dons financiers et en dons matériels, **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.

- **Mise à jour :** nous avons enregistré un total de 823 heures de bénévolat effectuées par nos employés. C'est notre première année complète passée avec ce programme, et nous sommes fiers d’avoir dépassé notre objectif.

3.3

NOTRE CHAÎNE D'APPROVISIONNEMENT

En plus de nos activités de commerce de détail, nous sommes fiers de détenir la marque Vallier ainsi que, depuis peu, la marque Altitude Sports. Notre équipe de production s’engage à concevoir des produits à partir de matières durables et à assurer un approvisionnement éthique. Nous collaborons avec des usines situées au Québec, en Ontario et en Asie, toutes soumises chaque année à des vérifications indépendantes portant sur les conditions des installations, la santé et la sécurité, les pratiques de travail et le respect des lois du travail.

Nous cherchons tous les ans à nous améliorer et à faire de meilleurs choix, en gardant à l’esprit les compromis que chacun d’eux implique.

Nous nous engageons à faire preuve de transparence envers notre communauté et à expliquer clairement les raisons derrière nos décisions. Voici un aperçu de l’évolution continue de nos produits et de notre chaîne d’approvisionnement, année après année.

Vallier

Certification GOTS

Plus de 35 % des fils de coton et de laine mérinos que nous approvisionnons sont certifiés selon la norme *Global Organic Textile Standard* (GOTS) .

→ Objectif en cours de réalisation, en hausse de 7 % par rapport à l'exercice financier 2025.

Certification GRS

Plus de 68 % des fils recyclés que nous approvisionnons sont certifiés selon la norme *Global Recycled Standard* (GRS), garantissant l'utilisation de matières textiles recyclées.

→ Objectif en cours de réalisation, en hausse de 18 % par rapport à l'exercice financier 2025.

OEKO-TEX certification

Plus de 51 % de nos matières sont certifiées OEKO-TEX, garantissant le respect des réglementations internationales ainsi que des contrôles rigoureux visant les substances chimiques utilisées dans les processus de production.

→ Hausse de 7 % par rapport à l'exercice financier 2025.

Certification Bluesign®

Plus de 13 % de nos matières sont certifiées bluesign®, démontrant leur conformité aux exigences de l'industrie textile visant à éliminer plus de 900 substances chimiques potentiellement nocives du processus de production.

→ Baisse de 7 % par rapport à l'exercice financier 2025 en raison d'un volume d'achats inférieur dans les catégories de vêtements d'extérieur.

Certification RDS

100 % du duvet utilisé dans les collections Vallier chaque saison est certifié selon la norme RDS (Responsible Down Standard).

→ Objectif maintenu avec l'ajout de nouveaux modèles.

Chandails tricotés

Notre collection de chandails tricotés continue d'être fabriquée à partir de 100 % de laine mérinos extrafine certifiée selon la norme *Responsible Wool Standard* (RWS) depuis l'an dernier.

→ Objectif maintenu.

Encore plus de transparence dans notre production

Coton biologique

70 % de notre coton est biologique, et nous cherchons à augmenter cette proportion chaque année. Il est également important de souligner que 54 % du coton que nous approvisionnons est certifié selon les normes *Global Organic Textile Standard* (GOTS) et *Organic Content Standard 100* (OCS 100).
→ Stable

Laine mérinos

92 % de notre laine mérinos est certifiée *Responsible Wool Standard* (RWS), tandis que les 8 % restants correspondent à la production que nous fabriquons au Canada, où cette certification n'est actuellement pas disponible.
→ Hausse de 8 % par rapport à l'année financière 2025.

Fabriqué au Canada

27 % de nos produits sont fabriqués au Canada, ce qui représente un accomplissement important compte tenu du nombre limité de fabricants disponibles au pays. Nous avons réussi à nous démarquer dans certaines catégories clés, notamment les tuques et les foulards, ainsi que les t-shirts et les chandails à col rond. Nous avons également développé de solides partenariats avec des entreprises canadiennes comme Escape Café, Barbarian et La Compagnie Robinson.

→ Baisse de 14 % par rapport à l'année financière 2025 en raison d'une diminution des achats de t-shirts et de chandails essentiels. Stable dans les autres catégories.

DWR et PFC

100 % des produits achetés au cours de l'exercice financier 2026 contenant un traitement déperlant durable (DWR – Durable Water Repellent) sont exempts de perfluorocarbures (PFC), ce qui soutient notre engagement envers l'utilisation de produits chimiques plus sûrs.

Marque Altitude Sports

Nous avons lancé la marque Altitude Sports cette année et comptons désormais deux collections. Les données sont donc moins détaillées puisque notre assortiment est limité.

Fil recyclé

100 % des fils recyclés que nous approvisionnons sont certifiés selon la norme *Global Recycled Standard* (GRS), garantissant l'utilisation de matières textiles recyclées.

Laine mérinos certifiée RWS

100 % de notre laine mérinos extrafine est certifiée selon la norme *Responsible Wool Standard* (RWS) .

→ Nous avons maintenu cet objectif grâce à l'ajout d'une nouvelle ligne de sous-vêtements en mérinos ainsi que de nouveaux accessoires d'hiver.

Certification OEKO-TEX

Plus de 64 % de nos matières sont certifiées OEKO-TEX, garantissant le respect des réglementations internationales ainsi que des contrôles rigoureux visant les substances chimiques utilisées dans les processus de production.

→ Maintenant que notre offre de produits est plus vaste, ce pourcentage reflète plus précisément la portée de cette certification au sein de notre marque privée Altitude Sports. Seuls quelques accessoires et articles de camping ne sont pas encore certifiés. Nous travaillons activement à augmenter cette proportion au cours de la prochaine année.



4

CLIMAT

4.1

NOTRE EMPREINTE

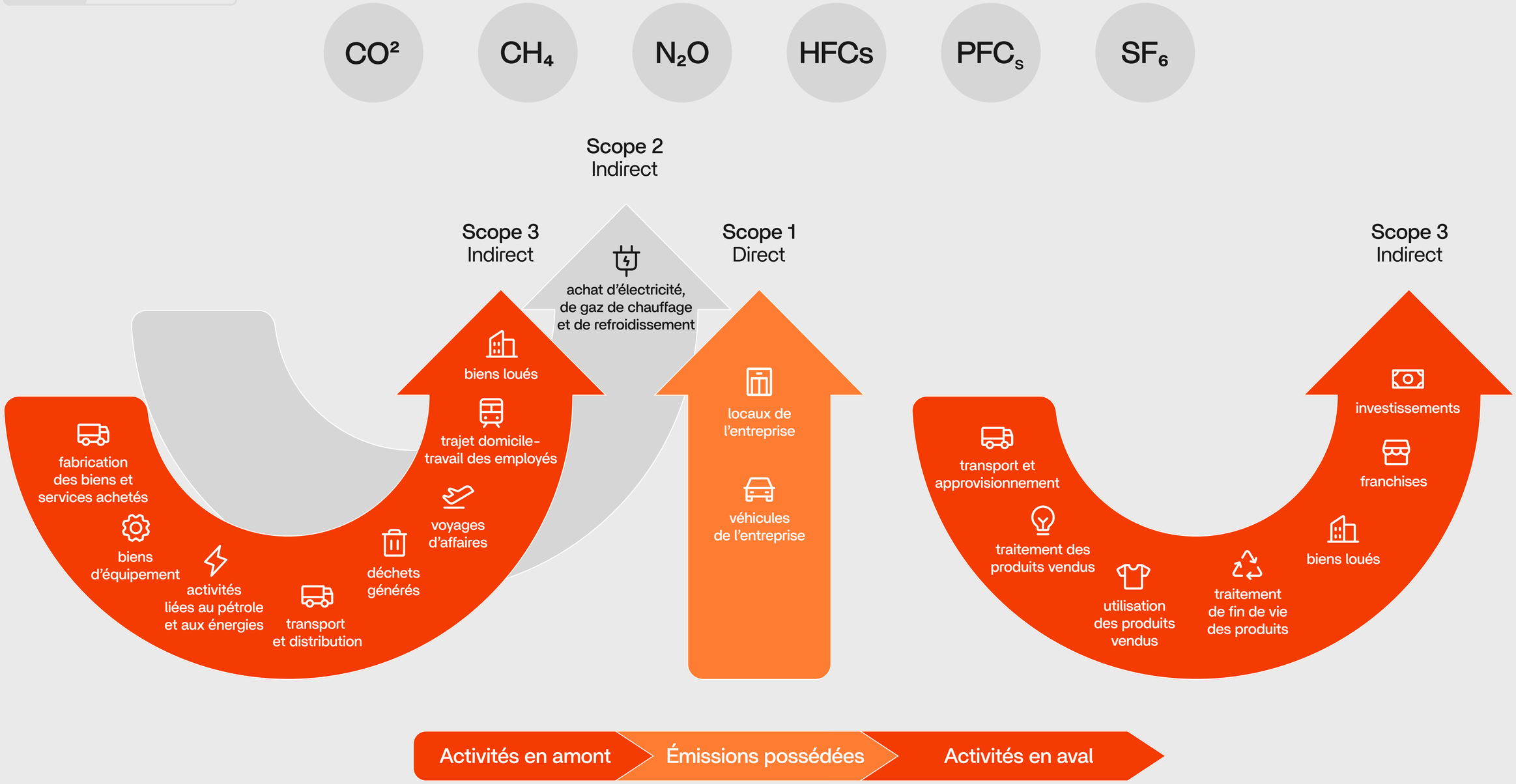
Notre empreinte

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.

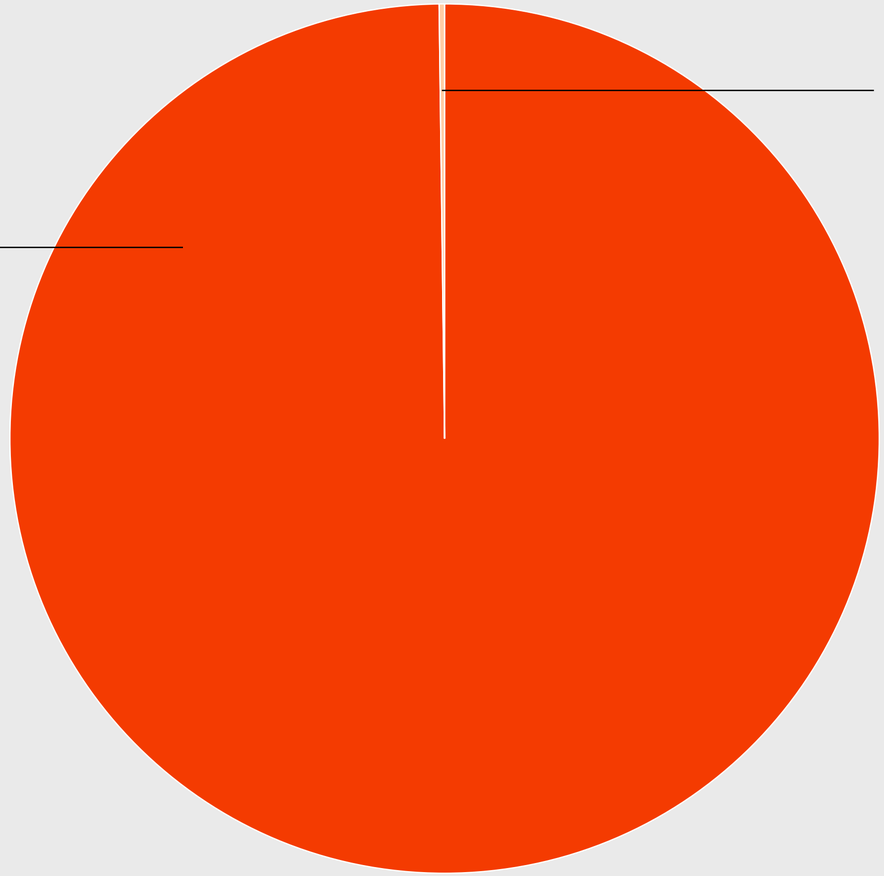
Émissions de carbone

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.


CO^2
CH_4
N_2O
HFCs
PFC_s
SF_6
Scope 2
Indirect
achat d'électricité, de gaz de chauffage et de refroidissement
Scope 3
Indirect
fabrication des biens et services achetés
biens d'équipement
activités liées au pétrole et aux énergies
transport et distribution
déchets générés
voyages d'affaires
trajet domicile-travail des employés
biens loués
Scope 1
Direct
locaux de l'entreprise
véhicules de l'entreprise
Scope 3
Indirect
transport et approvisionnement
traitement des produits vendus
utilisation des produits vendus
traitement de fin de vie des produits
biens loués
franchises
investissements
Activités en amont
Émissions possédées
Activités en aval

Scope 1 & 2



Scope 1:
365,5 Mt eq CO2
99.84%

Scope 2 (Basé sur le marché):
0.6 Mt eq CO2
0.20%

Nos émissions combinées de Scope 1 et de Scope 2 ont diminué de 2 tonnes métriques de CO_2e par rapport à l'année précédente. Comme nos émissions directes et indirectes proviennent presque entièrement du chauffage de notre siège social et de notre centre de distribution à Montréal, cette réduction découle d'améliorations ciblées apportées à nos installations. Plus précisément, nous avons remplacé nos systèmes de chauffage aux quais d'expédition par des appareils radiants à haute efficacité et optimisé les horaires des thermostats de la mezzanine afin qu'ils correspondent strictement à nos heures d'exploitation.

Émissions de carbone (tonnes métriques d'équivalent CO2)

Scope	Émissions					
	FY2022	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026	Comparaison
Scope 1: Émissions directes	404.90	318.10	246.70	365.50	363.4	Baisse de moins de 1 % d'une année à l'autre, malgré un hiver plus froid.
Scope 2: Émissions indirectes	0.60	0.60	0.60	0.60	0.7	Hausse de la consommation d'électricité, probablement attribuable à un hiver plus froid.
Scope 3: Autres émissions indirectes	N/A	33,737	N/A	N/A	À venir	N/A

Scope 3

Tous les trois ans, nous entreprenons l'exercice complexe de calcul de nos émissions de gaz à effet de serre de Scope 3 afin de mieux comprendre notre empreinte environnementale. Comme cette démarche essentielle nécessite une grande quantité de données provenant de notre réseau diversifié de fournisseurs, leur collecte et leur validation rigoureuses demandent du temps.

Nous mettrons ce rapport à jour plus tard au cours de l'année afin d'y intégrer les résultats complets de notre analyse de Scope 3.

Méthodologie

Nous nous sommes associés à ClimeCo, un leader reconnu du secteur, pour calculer nos émissions de scope 1 et 2 pour notre année de référence 2022. À l'aide du cadre et des outils fournis par ClimeCo, nous avons depuis pris en charge la mesure interne de nos émissions de scope 1 et 2.



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



4.2

OPÉRATIONS ET LOGISTIQUE

Expédition

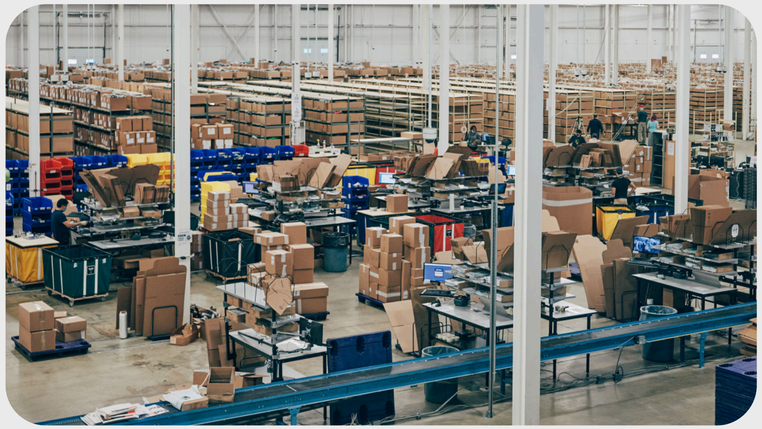
Le processus de distribution, en amont et en aval, est l'un des principaux responsables des émissions de gaz à effet de serre dans le cadre de nos activités. C'est pourquoi nous avons déployé des efforts considérables pour collaborer avec nos transporteurs afin d'identifier et de mettre en œuvre des 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

Phases	FY2023	FY2024	FY2025	FY2026	YoY
Premier kilomètre et kilomètre intermédiaire	19,374	36,861	0	0	
Dernier kilomètre	25,000	154,596	272,309	355,868	+30%

Ces chiffres sont tirés des données fournies par nos transporteurs et reflètent leur transparence dans les rapports qu'ils nous transmettent.

Premier kilomètre et kilomètre intermédiaire : malheureusement, depuis 2025, nous n'avons plus accès à des partenaires proposant des véhicules électriques. Notre ancien transporteur a été racheté par une société qui n'offre pas de services de véhicules électriques.

Il convient de noter que le secteur n'en est qu'à ses débuts. Nous sommes en communication constante avec nos transporteurs et soutenons tous les projets visant à électrifier cette partie de notre chaîne d'approvisionnement.



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 l’initiative Science Based Targets (SBTi) 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 afin de minimiser notre empreinte numérique. **Mise à jour :** Bien que l'augmentation annuelle du volume de données soit une évolution naturelle liée à la croissance de nos activités, cette initiative nous a permis d'éliminer 1,78 To de données inutiles. En réduisant cette accumulation de données numériques superflues, nous avons ramené notre taux de croissance total des données de 18,02 % prévu à 11,97 %. Afin d'accroître encore davantage notre impact l'an prochain, nous étendrons nos politiques strictes d'archivage à de nouveaux environnements numériques (zones).

Réduction des émissions (suite)

Limiter

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

Mise à jour : Nous avons de nouveau atteint notre objectif cette année en maintenant la distance totale parcourue pour les déplacements professionnels à seulement 229 940 km. En privilégiant la collaboration virtuelle et en évaluant rigoureusement la nécessité de chaque déplacement, nous sommes demeurés à plus de 90 000 km sous notre limite maximale, réduisant ainsi de façon importante les émissions associées à nos déplacements professionnels.

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.

Mise à jour : Cette année, au centre de distribution, notre consommation moyenne s'est établie à 0,65 m^3 par ETP, une hausse par rapport à 0,61 m^3 l'année précédente. Nous accordons une grande importance à la transparence de nos données et de nos divulgations.

- Cette augmentation a été influencée par des travaux de construction sur place, plus particulièrement en avril et en mai, alors que nous avons dû remplir à deux reprises notre nouveau système de gicleurs pour la mezzanine. Nous analysons actuellement nos données plus en profondeur et affinons nos méthodes de suivi afin de mieux isoler la consommation liée aux activités opérationnelles, de détecter les changements importants dans nos infrastructures et de repérer les incidents susceptibles d'entraîner une hausse de la consommation d'eau.
- Nous demeurons pleinement engagés à atteindre notre objectif de réduction pour 2027.

Remarque : Comme nous ne sommes pas propriétaires du bâtiment où se trouve notre siège social, nous ne sommes pas en mesure de suivre ou de recevoir des données précises sur notre consommation d'eau.

Déchets

Évaluer

d’ici 2027, les déchets d’exploitation de nos installations afin d’identifier les matériaux recyclables et de lancer des initiatives ciblées pour réduire les déchets mis en décharge.

Mise à jour : Nous avons mis en place avec succès un suivi précis des déchets dans nos installations, remplaçant les estimations initiales par des données de poids total. Bien que la collecte des déchets mélangés nous empêche actuellement d’isoler des volumes de matériaux spécifiques, nous nous efforçons d’améliorer notre cadre de mesure afin de suivre et de détourner des décharges des catégories de matériaux spécifiques.

- Année de référence – siège social : 413 kg/an, avec une moyenne approximative de 0,045 kg/employé/jour.
- Centre de distribution : 0,017 kg/unité expédiée, comparativement à une référence de 0,009 kg/unité expédiée, ce qui représente une augmentation de 85 % par rapport à l'année de référence. Cette hausse importante est liée aux projets de construction en cours. Nous observons clairement une augmentation significative de la production quotidienne de déchets pendant les périodes de travaux, suivie d'un retour à notre moyenne habituelle une fois ceux-ci terminés.

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.

Mise à jour : Complété.

Déchets (suite)

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.

Mise à jour : Cette mesure a été mise en oeuvre.

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

Mise à jour : Atteint lors de l’année financière 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.

Mise à jour : Nous avons intégré notre politique de gestion des déchets à notre processus d'accueil et d'intégration des nouveaux employés au centre de distribution, afin que chaque nouvelle recrue reçoive une formation en développement durable dès son premier jour.

Emballages

Éliminer

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

Mise à jour : Atteint lors de l’année financière 2025.

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.

Mise à jour : Nous n’avons pas pu mesurer l’impact total de nos déchets. Cependant, nous avons réussi à réduire de 30 % le poids des emballages par commande (suivi par Éco Entreprises Québec) grâce à la cartonisation, au réemploi du carton comme matériau de remplissage et au choix de matériaux d’emballage plus légers.

Établir

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

Mise à jour : L'année dernière, nous avons intégré nos exigences en matière d'emballage à notre manuel de conformité des fournisseurs. Toutefois, nous n'avons pas encore été en mesure de réaliser un audit ni de mesurer l'impact de cette mise à jour sur les emballages réellement utilisés.

Transparence

Intégrer

les informations relatives aux certifications de durabilité, au pays d'origine et aux matériaux utilisés sur nos pages produits pour 50 % de nos produits d'ici 2028.

Mise à jour : Cette initiative est liée au déploiement de notre nouveau système de gestion de l'information produit (PIM) ainsi qu'à la refonte de nos données pour la création de produits en commerce électronique. Le déploiement ayant été reporté, la mise en œuvre complète est désormais prévue d'ici la fin deuxième trimestre de l’année financière 2027. Une fois la plateforme en service, une période de stabilisation sera nécessaire avant d'accélérer la collecte des données au sujet de l’écoresponsabilité de nos produits. Les attributs sont déjà en place; il reste maintenant à compléter les données associées. En parallèle, nos équipes Technologie et Produit travaillent à la manière dont ces informations seront présentées aux clients sur nos pages produits. Sous réserve de l'alignement des différentes équipes, nous prévoyons réaliser les travaux liés aux données, à l'expérience utilisateur et à l'interface utilisateur au T4 de l’année financière 2027, en vue d'un déploiement public de cette fonctionnalité au T1 de l’année financière 2028.

Transparence (suite)

S’assurer

que 100 % des produits de la marque intégrée Altitude Sports aient leurs chaînes d'approvisionnement répertoriées pour les fournisseurs de niveau 1 et 2 d'ici 2028.

Niveau 1 : Assembleurs de produits finis et sous-traitants : Répertoriés à 100%
Niveau 2 : Teinture et imprimerie, finition, tissage, tricot : Répertoriés à 90%

À venir : Nous collaborons activement avec nos partenaires de niveau 2 afin d'obtenir la documentation finale requise et sommes en bonne voie d'atteindre 100 % de traçabilité d'ici la fin de l'année.

S’engager

à publier chaque année un rapport d’impact.

Expédition

Expédier

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

Mise à jour : Nous avons atteint notre objectif en faisant passer 30 % de l’ensemble de nos expéditions sortantes à la livraison électrique du dernier kilomètre, ce qui représente un total de 355 868 livraisons. Forts de cette progression, nous rehaussons notre cible à 35 % pour la prochaine année.

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.
S’assurer	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.
S’assurer	que 100 % de nos marques partenaires disposent d'un code de conduite signé pour les usines qui fabriquent leurs produits d'ici 2028. **Mise à jour :** Nous avons atteint 69 % cette année, ce qui nous place en bonne voie pour atteindre notre objectif d'ici 2028.

Cibles fournisseurs - bien-être animal

S’assurer	que 95 % de nos marques partenaires (selon les dépenses d'approvisionnement) qui fournissent du duvet disposent d'une politique de bien-être animal applicable au duvet d'ici 2027.
S’assurer	que 90 % de nos marques partenaires (selon les dépenses d'approvisionnement) qui fournissent du duvet détiennent une certification relative au duvet d'ici 2027.
S’assurer	que 90 % de nos marques partenaires (selon les dépenses d'approvisionnement) qui fournissent de la fourrure disposent d'une politique de bien-être animal applicable à la fourrure d'ici 2027.

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 sommes en train de compiler les données de nos marques partenaires; cette section sera publiée lors d’une prochaine mise à jour.

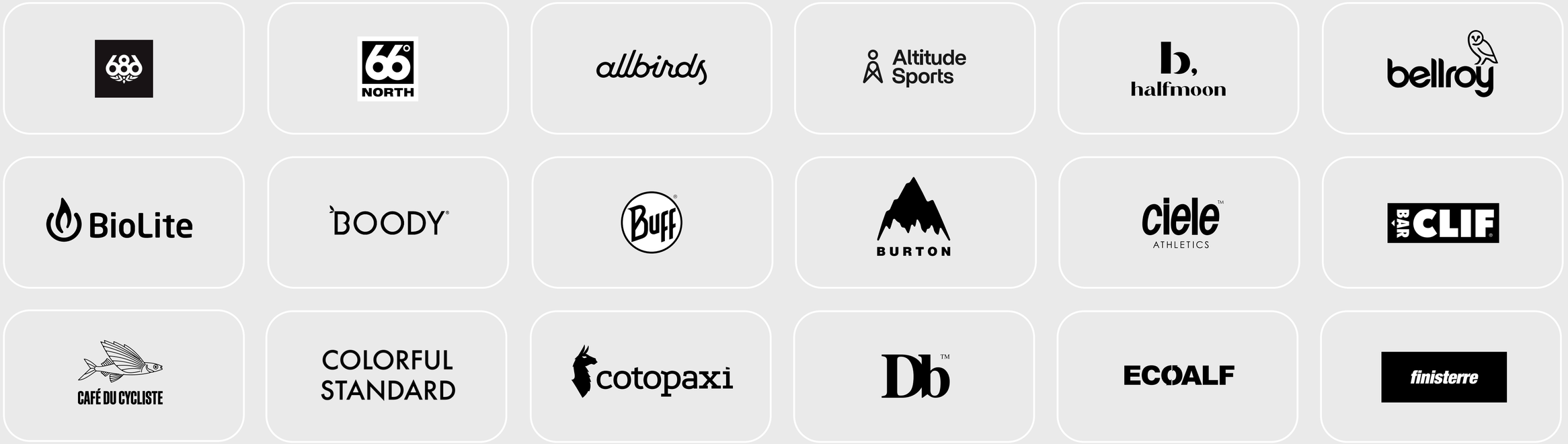
Chaque année, nous invitons nos marques partenaires à répondre à notre enquête environnementale sur les produits, ce qui nous permet d'évaluer l'impact environnemental des produits que nous achetons. Notre objectif est de collaborer étroitement avec chaque partenaire, en partageant nos ressources et nos connaissances afin de développer des solutions plus durables. Pour apporter des changements significatifs dans le secteur de la vente au détail, une action collective est nécessaire, et nous sommes ravis de partager les informations recueillies auprès de nos principaux fournisseurs.

7

ANNEXE

ANNEXE

Marques partenaires certifiées B Corp



Notre page B Corp

ANNEXE

Marques partenaires certifiées B Corp

GOT BAG.

GRAYL®

MONS ROYALE

näak

Organic Basics

patagonia

peak design

PICTURE

Rumpl

Sunski

tentree

THE UNSCENTED COMPANY®

VALLIER

ANNEXE

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 promeut 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 (CO_2).

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