

ALTAVIA RAPPORT ANNUEL 2017



*the retail
Alchemists*

WHY	NOTRE RAISON D'ÊTRE P.2
HOW	NOTRE ART ET NOTRE MANIÈRE P.12
WHAT	UNE PROMESSE UNIQUE P.46
WHO	NOS TERRI- TOIRES P.54
RAPPORT FINANCIER	P.101

NOTRE RAISON D'ÊTRE

Chez Altavia, nous voyons le commerce comme un formidable catalyseur de cohésion sociale. Le commerce que nous prônons est un commerce ouvert, respectueux, facteur de paix, de rencontres, d'échanges, de mélanges, d'acceptation des différences, et aussi d'opportunités.

NOTRE MISSION

“AIDER AU QUOTIDIEN NOS CLIENTS COMMERÇANTS À TISSER DES LIENS FRUCTUEUX AVEC LEURS CLIENTS”

Nous croyons en un commerce positif, vecteur structurant et pérenne de lien social.

Le commerce que nous défendons est un commerce qui crée de la vie et des liens.

Nous sommes convaincus que la performance de la communication commerciale naît d'une alchimie unique, créatrice de liens fructueux entre une enseigne et ses clients.

Cette alchimie relationnelle doit être constamment nourrie, enrichie, transformée.

C'est ce que nous faisons chaque jour pour plus de 500 distributeurs et marques commerçantes leaders à travers le monde.

Toutes nos énergies sont dédiées à accomplir notre ambitieuse mission.

DEPUIS HIER...

Depuis notre création en 1983, l'histoire du groupe Altavia s'est nourrie de notre passion pour le commerce. Toutes nos activités visent à améliorer l'activation commerciale de nos clients. Au cours de ces 35 années, c'est en restant aux côtés des commerçants qui veulent tisser des liens avec leurs clients que nous avons pu grandir et nous développer.

1983

Fondation du groupe : Raphaël Palti crée l'agence publi-promotionnelle PBE.

1988 Création de CFA Print, pionnier de la gestion déléguée de l'édition.

1995

Lancement du développement international du groupe. Implantation en Espagne : à Madrid puis à Barcelone.

1997 Implantation en Italie, à Milan.

1999

Naissance de la marque Altavia, qui a une double signification : la « voie haute » mais aussi « l'autre voie ». Son logo est inspiré d'une sculpture d'Emilio Gilioli (1911-1977), intitulée « Soleil sur la colline ». Sa première interprétation a pris la forme du mémorial de la résistance du plateau des Glières en France.

2001 Ouverture d'Altavia Benelux à Bruxelles, d'Altavia Hellas à Athènes et d'Altavia Türkiye à Istanbul.

2002 Ouverture d'Altavia Polska à Varsovie et d'Altavia Česká à Prague. Altavia élargit ses activités à la logistique avec Altavia Optitrans.

2003

Acquisition du groupe Victor : Altavia est désormais présent sur tout le territoire français avec ses implantations à Paris, Nantes, Lille et Lyon. Ouverture d'Altavia Deutschland à Düsseldorf.

2004 Ouverture d'Altavia UK à Londres.

2005

Altavia s'installe en Asie avec l'ouverture d'Altavia China à Beijing et Shanghai puis à Chengdu et Guangzhou. Acquisition de l'agence Connexion et ouverture d'Altavia Connexion à Saint-Étienne.

2006

Altavia accélère le développement de ses activités en marketing services avec le rachat des agences Le Parti du Client, CPO et RVB. Rachat de la société HTT au Royaume-Uni et fusion avec Altavia UK pour créer Altavia HTT.

2007 Altavia est nommé Groupe Européen de Communication de l'Année lors des Prix de l'Ambition remis par la Banque Palatine/ La Tribune (catégorie croissance internationale).

2008

Création de l'Observatoire du Consom'acteur® qui deviendra Altavia Shoppermind. Organisation de la première édition de la Cité du Commerce et de la Consommation, qui accueille 3 000 participants à l'ESC-EAP à Paris.

2009 Réorganisation d'Altavia Paris, qui intègre Le Parti du Client, Altavia Link et Altavia RVB.

2010 Ouverture d'Altavia România à Bucarest et d'Altavia Rus à Moscou. Altavia est le premier groupe de communication commerciale doublement certifié FSC® & PEFC™ pour tout le continent européen.

2011

L'Observatoire du Consom'acteur® devient Altavia Shoppermind, le premier laboratoire d'études et de prospective sur les nouvelles tendances de consommation en France.

Développement des activités d'Altavia Česká en Hongrie.

2012 Ouverture d'Altavia Ukraina à Kiev, d'Altavia Hungária à Budapest. Le 20 décembre 2012 : Altavia fête ses 30 ans au Trianon à Paris avec 600 clients, amis et managers du groupe.

2013 Acquisition de l'Agence Cosmic, agence de marketing services et de publicité. Création du Baromètre Shoppermind de la Valeur Shopper® et remise du 1^{er} Grand Prix de la Valeur Shopper® aux Trophées de l'Innovation LSA. Ouverture d'Altavia Japan à Tokyo et d'Altavia Korea à Séoul.

2014 Acquisition de la société IMS, qui vient renforcer l'offre de Communication sur le Lieu d'Achat du groupe Altavia et de HRG, agence anglaise de retail marketing.

2015

Altavia débute son aventure sur le continent américain avec l'ouverture d'Altavia Canada à Montréal.

Acquisition de l'agence Tell Me About It à Séoul et de Blackwood Digital,

agence de Digital Commerce à Paris. Edmond de Rothschild Investment Partners devient actionnaire d'Altavia pour accompagner la croissance du groupe.

2016 Acquisition des agences digitales CloudRaker au Canada, Dekatlon Buzz en Turquie et Stylum & Rokivo en Italie. Ouverture d'Altavia Baltics à Riga, d'Altavia Morocco à Casablanca et d'Altavia Middle East à Dubaï. Lancement d'Altavia Coach, entité dédiée à l'innovation. Organisation de la Convention Mondiale du groupe, réunissant les 1 500 collaborateurs d'Altavia en Sicile.

... JUSQU'À AUJOURD'HUI

2017

Altavia accélère le développement de ses activités digitales avec de nombreuses acquisitions et prises de participation.

En France, les agences digitales : Insitaction, Jetpulp et DISKO rejoignent le groupe, tout comme Kamikaze en Pologne.

La dynamique d'expansion internationale du groupe continue avec l'acquisition de Sumis aux Pays-Bas et l'ouverture de nouvelles implantations en Croatie et au Kazakhstan.

Altavia ouvre le premier Wetail à Lille. Wetail est un lieu unique dédié à l'innovation dans le retail et associant expérimentation, évènementiel, espaces de coworking, programmes d'accélération, workshops et réseau d'experts.

En 2017, Wetail a reçu la première promotion de start-up sélectionnées dans le cadre du programme d'accélération créé par Altavia Coach et Euratechnologies : Citymeo, V-Cult et IVS.

Le Baromètre de la Valeur Shopper® d'Altavia Shoppermind, la 1^{ère} étude shopper annuelle en France, s'étend à l'international et interroge désormais plus de 11 000 personnes en France, en Italie et en Belgique.

Raphaël Palti signe l'appel #OsonsDemain lancé par Nicolas Hulot (Ministre de la Transition Écologique et Solidaire), un manifeste des chefs d'entreprise en faveur de la transition écologique en France.

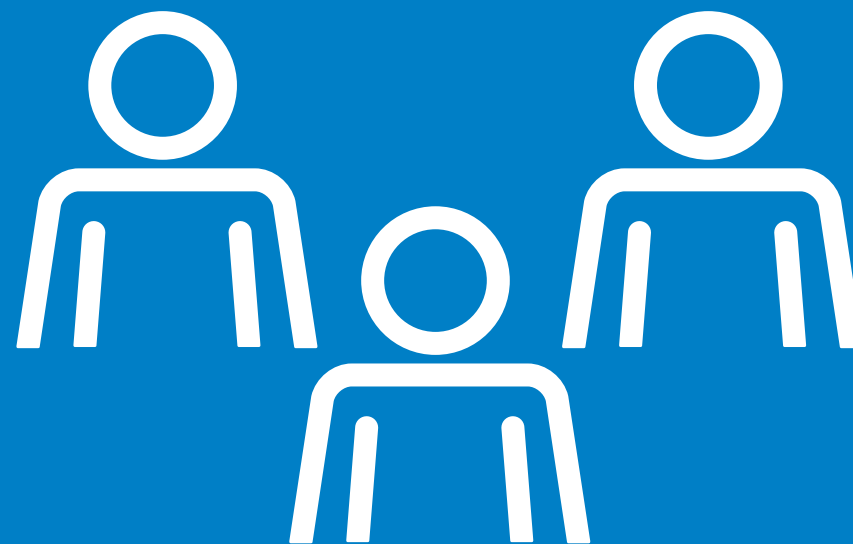
CHIFFRES CLÉS

Altavia est le premier groupe de communication commerciale international et indépendant, dédié au retail.



30

PAYS SUR
4 CONTINENTS



2000

COLLABORATEURS
DONT 58 % DE FEMMES ET 42% D'HOMMES



28

LANGUES PARLÉES

REVENU BRUT 2017*

140

2016:
125
2015:
119

CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ 2017*

739

2016:
699
2015:
675

RÉSULTAT D'EXPLOITATION 2017*

19,5

2016:
16,5
2015:
18,6

LE BIG BANG DU RETAIL

Hybridation des concepts marchands et des canaux de communication, abolition des frontières entre magasin physique et commerce en ligne, multiplication, à l'échelle mondiale, des alliances entre retailers historiques et pure players : la révolution du commerce est en marche avec, à sa tête, un citoyen consommateur[®] toujours plus informé, exigeant et versatile.

De cette révolution sortiront grandis les commerçants distributeurs qui, se réinventant, auront su créer, voire recréer du lien avec le client – chacun à sa manière – et faire, de ce même client, l'alpha et l'oméga de leur stratégie commerciale.

Accompagner nos 500 clients, retailers et marques commerçantes dans cette mutation sans précédent représente une opportunité formidable pour nous, qui avons pour mission d'aider quotidiennement nos clients commerçants à tisser des liens fructueux avec leurs clients.

Jamais encore nous n'avions assisté à un tel alignement des planètes. Et cela tombe bien, puisque le groupe Altavia a acquis, au cours des dernières 35 années passées au service des commerçants, une expérience incomparable. C'est elle qui nourrit aujourd'hui nos 2 000 collaborateurs, répartis aux quatre coins du monde, dans l'accompagnement quotidien de nos clients. Accompagner nos clients ne signifie pas les suivre mais savoir nous transformer, anticiper, innover pour les aider à appréhender cette nouvelle ère, ce Big Bang du commerce.

Aujourd'hui plus que jamais, nous sommes prêts. Afin d'offrir les solutions les plus innovantes à nos clients, nous avons accéléré la réinvention de nos outils métiers et, à travers Altavia Coach, nous restons au plus près de l'écosystème des start-up. Altavia Coach a noué plus de trente partenariats avec des start-up de la Retail Tech et poursuit sa politique de prises de participation ciblées.

Nous avons également ouvert notre premier espace Wetail à Lille : un lieu hybride dédié à l'innovation dans le retail, à la fois accélérateur de start-up, espace de coworking et d'événementiel. D'autres suivront.

Soucieux de rester fidèles à notre promesse de « prendre le parti du client », nous avons choisi de renforcer notre connaissance du client final à l'international : le Baromètre de la Valeur Shopper[®] d'Altavia Shoppermind, la plus grande étude shopper annuelle en France, a été étendu à l'Italie et à la Belgique. Nous interrogeons désormais plus de 11 000 clients d'enseignes par an dans ces trois pays.

Implanté dans 30 pays, le groupe Altavia poursuit sa croissance internationale avec de nouvelles implantations : en Croatie, aux pays baltes et au Kazakhstan, mais aussi à travers des acquisitions stratégiques en France et à l'international. Qu'il s'agisse de renforcer nos savoir-faire historiques en publishing aux Pays-Bas,

de développer nos offres en marketing services sur de nouveaux territoires, comme au Canada, ou de compléter notre proposition de valeur 360° grâce à l'intégration d'agences digitales en France, en Italie ou en Pologne, toutes ces acquisitions incarnent l'accélération de notre dynamique de transformation.

Elles viennent concrétiser la vision d'un modèle unique de groupe de communication qui m'anime depuis la création du groupe en 1983, et dont la raison d'être n'a jamais changé.

C'est tout ceci et bien plus encore, que je vous invite à découvrir dans cette nouvelle édition de notre rapport annuel, la vingtième, que nous publions libres de toute obligation – Altavia n'étant pas coté – dans un souci permanent de progrès et de transparence.

Raphaël

Raphaël Palti
Président Fondateur
d'Altavia

WOW

NOTRE ART ET NOTRE MANIERE

À l'origine de notre capacité à concevoir et à faire grandir une alchimie relationnelle entre une marque enseigne et ses clients, il y a l'Art et la Manière d'Altavia, une combinaison unique d'innombrables savoir-faire et d'un savoir-être particulier, nourri de notre ADN et de nos valeurs.

LES FONDEMENTS DE NOTRE DIFFÉRENCE

Nous sommes convaincus que toute action d'activation commerciale, si elle est bien pensée et bien exécutée, transforme la relation client en un lien vrai, fort, fructueux et pérenne.

Concevoir et réaliser cette alchimie relationnelle requiert une combinaison unique d'innombrables savoir-faire mais surtout un savoir-être particulier. Ce savoir-être est culturel et partagé par l'ensemble de nos équipes à travers le monde.

C'est ce que nous appelons l'Art et la Manière d'Altavia.

LA DIVERSITÉ EST UNE FORCE

« La diversité est une force qu'il faut cultiver, car elle génère des collaborations plus riches, plus heureuses et plus fertiles. Nous aimons défier l'idée reçue qu'il serait impossible pour des individus très différents les uns des autres d'agir réellement comme un seul homme. L'histoire d'Altavia démontre le contraire de façon éclatante. Aujourd'hui, nous encourageons nos 2 000 collaborateurs à exprimer ensemble leurs talents et leurs idées. »

Raphaël Palti, Président Fondateur d'Altavia

La diversité de notre Capital Humain est pluridimensionnelle : métiers, cultures, langues, territoires, genres, âges... elle est très riche et peut parfois créer de la complexité. Chez Altavia, nous sommes convaincus qu'elle est à l'origine même de notre différence, et crée de la préférence.

Si nous avons la chance de travailler depuis plus de 35 ans au service d'entreprises leaders dans le secteur du retail, c'est que nous avons su nouer des relations de confiance avec elles.



ALTAVIA PREND LE POULS DE SON CAPITAL HUMAIN

En 2017, des enquêtes en ligne et anonymes sur le bien-être au travail ont été réalisées dans plusieurs business units du groupe. Elles ont vocation à se multiplier en 2018. Voici une synthèse des principaux résultats.

TAUX DE SATISFACTION
GLOBALE

90,8%

RECOMMANDERAI-TU
DE REJOINDRE
LE GROUPE ALTAVIA ?

83,3% OUI

QUITTERAIS-TU ALTAVIA
POUR UNE MISSION
SIMILAIRE ?

87% NON

QUALITÉ
DU MANAGEMENT

80,9%

L'ÉQUIPE

92%

SENS À L'ACTION

96,1%

QUALITÉ DU QUOTIDIEN

92,6%

FORMATION

85%

ENVIRONNEMENT
DE TRAVAIL

92,5%

QU'EST-CE QUI REND ALTAVIA UNIQUE POUR SES CLIENTS ?



JOERI DE BRUIN

49 ANS,
DIRECTEUR DE CLIENTÈLE
@ALTAVIASUMIS, AMSTERDAM,
PAYS-BAS

Up & cross selling, magazines, POS, positif, pragmatique, adepte du « yes we can ! » pour nos clients.

“ Notre combinaison unique d'expertises : de la stratégie à l'exécution et jusqu'à l'implémentation en magasins. Nous apportons une offre globale à nos clients commerçants.”



KAROLINA KORNACKA

33 ANS,
DIRECTRICE CONTENU
ET MÉDIAS SOCIAUX
@KAMIKAZE, LODZ, POLOGNE

« Not a social media Ninja but a social media Sensei », Instagram <3, innovation, détermination, fan des animaux et amatrice de gastronomie vegan.

“ Avant tout : les gens ! Et aussi notre capacité à connecter le marketing on et off line.”



HERVÉ LYAUDET

46 ANS,
RESPONSABLE PROCESS
ET GESTION DE LA COULEUR
@ALTAVIAPARIS, PARIS, FRANCE

Colorimétrie, colour proofing, qualité, process, prépresse, rigueur, œil de lynx, passionné par la couleur et sa perception par le cortex humain, en mission autour du monde entre Paris et Tokyo.

“ Notre obsession pour la qualité et la couleur ! C'est ma passion et nous sommes les seuls à accompagner nos clients au service de l'excellence en colour management, quel que soit le pays.”



GORAN BABIC

30 ANS,
TECHNOLOGISTE CRÉATIF
@STYLUM MILAN, ITALIE

Curiosité, innovation, design, art, travail en équipe, dévouement, challenge, agilité, échange entre Milan et Montréal.

“ L'alliance du meilleur des deux mondes : un groupe international qui a su garder son esprit de famille. Une famille dans laquelle les membres peuvent grandir et s'épanouir. Une famille où les convictions et l'excellence n'empêchent pas de savoir avouer ses faiblesses pour s'améliorer et avancer.”



ALESSANDRO CAPELLI

32 ANS,
RESPONSABLE RSE
@ALTAVIAITALIA,
MILAN, ITALIE

Militant pour les droits de l'Homme, communication responsable et durable, lire, rechercher, enthousiasme.

“ Chez Altavia Italia notre porte est toujours ouverte aux idées, aux communautés locales, à l'innovation et au futur en général. Nos bureaux sont à l'image de notre état d'esprit : ouverts sur le monde qui nous entoure.”



HANNA MALDOFF

27 ANS, STANDARDISTE
DEVENUE « CLOUD MASTER »
OU PILOTE CAPITAL HUMAIN
@CLOUDRAKER, MONTRÉAL,
CANADA

Capital Humain, passionnée par la recherche des super pouvoirs des collaborateurs, faire grandir les potentiels, convivialité, empathie.

“ L'esprit d'ouverture et les opportunités internationales ! J'en suis une illustration : j'étais réceptionniste chez CloudRaker avant de m'occuper du Capital Humain. Sans aucune expérience en RH et avec un diplôme d'histoire, il fallait croire en mon potentiel pour me confier cette mission. Chaque jour à travers le réseau d'Altavia qui couvre 4 continents, chacun de nous a la chance d'échanger avec 2 000 collaborateurs talentueux et experts de la communication pour le retail. C'est un formidable avantage compétitif pour nos clients comme pour le recrutement.”



LAURA CORIOU

33 ANS,
DIRECTRICE ARTISTIQUE
@ALTAVIANANTES,
NANTES, FRANCE

Créative, addict des tendances et innovations, marketing digital, street marketing, souriante, bavarde, curieuse, anti digital detox, dévoreuse de films pub et cinéma.

“ La place de l'humain chez Altavia est centrale, c'est une véritable communauté. Je me suis immédiatement sentie à ma place en arrivant chez Altavia Nantes, il y a un an. L'écoute y est très importante, chaque idée y est entendue, respectée, considérée. Et cela se ressent dans l'approche collaborative avec les clients.”



JÉRÔME MOUILLET

37 ANS,
MANAGER SOLUTIONS TECHNIQUES
@ALTAVIACONNECT, PARIS, FRANCE

Solutions clients, innovation, nouvelles technologies, gestion de projet, agilité.

“ Avec un marché en constante mutation, s'adapter est la clé pour rester dans la course. L'agilité, dont on parle tant, est une des manières d'y parvenir. Au sein de l'équipe Altavia Solutions, nous sommes en constante recherche de l'idée qui apportera le plus de valeur. Cela signifie également que nous nous donnons droit à l'erreur, car se tromper, c'est aussi apprendre et progresser. En effet, sans expérimentation, pas d'innovation. Et sans innovation, pas de clients satisfaits et fidèles.”

NOTRE SOCLE COMMUN

Nous aimons recruter des profils atypiques, nous pratiquons même parfois le contre-emploi avec une certaine jubilation. Nous sommes convaincus que c'est ainsi que l'on crée des aspérités, des surprises, que naissent de nouvelles idées et que l'on fait surgir des opportunités inédites pour nos équipes comme pour nos clients. Comment cela fonctionne-t-il ?

Au-delà de toutes nos différences, nous partageons un socle de valeurs communes et nous cultivons activement l'échange et le partage entre nos collaborateurs aux quatre coins du monde.

NOS VALEURS

Elles expriment notre personnalité et notre éthique et sont des repères qui guident toutes nos relations quotidiennes. Avec la passion du commerce et le sens du service client, elles forment ce dénominateur commun nécessaire, que chaque personne qui nous rejoint doit posséder pour s'épanouir au sein du groupe.



LE PARTAGE

Partager nos savoir-faire, notre culture, nos meilleures pratiques, nos expériences entre nous, avec nos clients et nos partenaires. Partager le fruit de nos efforts.



L'INTÉGRITÉ

Fonder nos comportements sur une intégrité rigoureuse.

HOW



LE PROGRÈS

Garder un esprit pionnier. Accepter le changement. Favoriser l'innovation. Faire vivre la volonté de se dépasser. Bousculer les idées reçues et les solutions toutes faites.



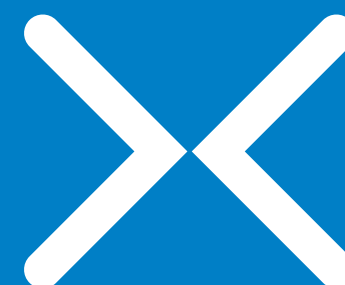
L'ÉNERGIE

Mettre notre énergie positive à progresser au service de nos clients. Faire circuler l'énergie. Refuser les positions acquises. Combattre l'endormissement.



LA TRANSPARENCE

Garantir la transparence de nos actions (pour en faire comprendre le sens). Refuser les non-dits. Informer et expliquer. Parler vrai, partout et toujours.



LA PROXIMITÉ

Être proches de nos clients, de nos collaborateurs, de nos partenaires, de nos marchés. Pratiquer l'écoute active.



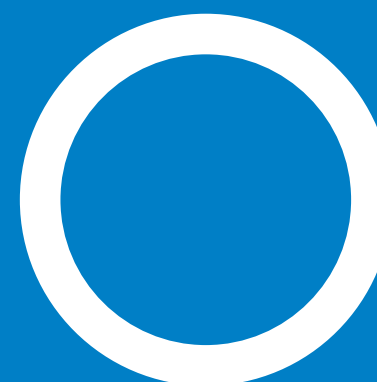
L'ENTHOUSIASME

Transmettre notre enthousiasme pour éclairer le sens de nos relations de travail. Avoir du cœur à l'ouvrage. Agir avec pragmatisme et passion. Garder un regard curieux.



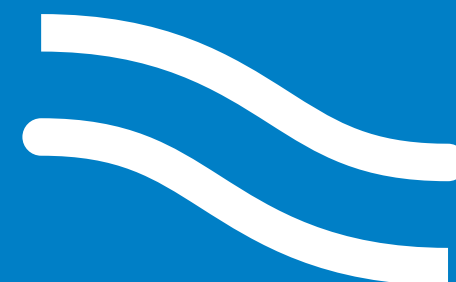
L'HUMANITÉ

Respecter les valeurs humaines. Mettre l'Homme au cœur de notre action. Contribuer à préserver l'avenir de l'Humanité en agissant en faveur du développement durable.



LA SIMPLICITÉ

Agir pour faciliter le travail de nos clients. Toujours viser la simplicité dans nos méthodes et nos organisations. Rester simples dans nos relations avec les autres.



LA FLUIDITÉ

Mettre à profit les technologies pour fluidifier les process. Rendre les relations de travail plus interactives. Créer les environnements qui favorisent les échanges et la communication.

TOUS CONNECTÉS ENSEMBLE

Altavia Sun est un chantier transversal dédié à accompagner notre transformation dans le cadre de notre plan stratégique MOVE2020*, en favorisant les échanges et le partage des collaborateurs au sein du groupe.

Une force vive qui construit au jour le jour l'intelligence collective d'Altavia. Créateur de liens et de synergies, Altavia Sun se déploie autour de plusieurs axes :

- L'animation de communautés de collaborateurs sur notre réseau social interne ALTAVIA@WORK (Workplace by Facebook)
- Une meilleure visibilité et une accessibilité directe de nos experts internationaux de référence
- L'enrichissement participatif de notre base de données dédiée aux meilleurs cas client de toutes les business units
- L'acculturation et la formation permanente aux outils collaboratifs.

TOUS ACTEURS DE LA COMMUNICATION INTERNE

Altavia a été l'un des premiers groupes de communication en France à être « early adopter » de la plateforme Workplace de Facebook pour déployer son réseau social interne, mettant en contact direct ses 2 000 collaborateurs à travers plus de 30 pays dans le monde. Le caractère ludique de la plateforme permet aux collaborateurs de partager

aussi des moments de convivialité et de jeu. Chaque année, des jeux concours sont organisés sur Altavia@work, tels que celui de la Christmas Battle, qui met en compétition toutes les BU autour d'un défi amusant. La dernière en date a attiré plus de 600 collaborateurs et a généré 500 posts & likes.

LE COLLABORATIF AU SERVICE DE NOTRE PERFORMANCE

L'adoption par nos collaborateurs de la G Suite a permis de mettre à leur disposition un ensemble d'outils collaboratifs qui donnent plus de liberté et facilitent le travail en groupe au quotidien : visioconférences, co-édition

en temps réel sur un document, accès à tous ses documents à n'importe quel moment, depuis n'importe quel appareil... Aux quatre coins du monde, travailler seul ou à plusieurs est devenu un jeu d'enfant.

*MOVE : Make Our Vision Effective



PRENDRE LE PARTI DU CLIENT !

Chez Altavia, nous sommes convaincus que l'écoute du client final est primordiale mais pas suffisante. Notre approche ne se résume pas au traditionnel « client centrisme » : plus que comprendre le client, il s'agit de savoir se mettre à sa place, et prendre son parti. Sans cette empathie totale pour le client final, nous pensons qu'il n'existe pas de stratégie de communication commerciale valable.

La pertinence et la performance des campagnes que nous concevons reposent sur une parfaite connaissance des ressorts des comportements des consommateurs et sur notre capacité à traduire leurs attentes en idées pour permettre aux commerçants de toujours mieux répondre à leurs envies et leurs aspirations.

C'est la raison d'être d'Altavia Shoppermind, notre laboratoire d'études et de prospective 100% dédié au commerce et aux nouvelles tendances de consommation.

Chaque année, Altavia Shoppermind réalise le Baromètre de la Valeur Shopper®, la plus grande étude shopper annuelle réalisée en France auprès de plus de 5 000 clients, interrogés sur leurs attentes à l'égard de leurs enseignes.

En 2018, le Baromètre de la Valeur Shopper® prend une nouvelle ampleur ; en France : il est réalisé en partenariat avec l'institut OpinionWay ; à l'international : il se déploie en Italie, en Belgique et en Pologne.

Grâce à ce puissant outil d'observation, nos équipes sont aux avant-postes pour identifier et décrypter toutes les nouvelles tendances de consommation et accompagner nos clients dans leurs réflexions stratégiques.

Quelques sujets qui ont animé les recherches de ces derniers mois :

Les nouvelles stratégies du consommateur pour libérer sa consommation.

Le parcours d'achat se meurt. Vive le parcours de vie !

La simplification du quotidien, éternelle gagnante.

Le commerce envisagé comme une conversation.

Les millenials, un public qui veut s'engager... aux côtés de marques engagées.

Toutes sortes de formats sont réalisés sur mesure pour nos clients, du « One day retail lab », en mode workshops avec les équipes dirigeantes d'une enseigne au « One day prospective tour », avec de véritables programmes de visites de magasins organisées de manière ad hoc.

Avec toujours une obsession en tête : rester au plus près des attentes du client final pour imaginer de nouvelles manières de répondre à ses aspirations.



NI GLOBALE NI LOCALE : NOTRE ORGANISATION GLOCALE AU SERVICE DE NOS CLIENTS

Depuis notre création en 1983, nous sommes animés par une conviction « retail is detail ».

Pour remplir au mieux notre mission d'activateur de commerce pour nos clients, enseignes et marques commerçantes, nous devons maîtriser les us et coutumes commerciaux et les enjeux retail sur chaque marché, ainsi que les comportements d'achats locaux.

Pour accompagner nos clients nationaux et internationaux organisés en réseaux, nous avons à cœur de grandir sans jamais perdre le moindre centimètre

de proximité avec le terrain.

Être un groupe international intégré ne nous empêche pas de rester avant tout un acteur local. C'est pour concilier le meilleur des deux mondes qu'Altavia s'est construit comme une fédération d'entreprises.

Nos business units constituent un vaste réseau international d'experts connectés, qui peuvent créer ensemble des équipes projet sur mesure pour répondre aux besoins de nos clients.

ALTAVIA WATCH L'ŒIL SUR TOUTES LES INNOVATIONS DU RETAIL DANS LE MONDE

Un site web pour suivre toutes les innovations touchant au retail et à la communication des commerçants aux 4 coins du monde, grâce au travail de veille internationale mené par les experts d'Altavia.

Altavia Watch c'est :

3
LANGUES
Anglais, Italien et Français

6000
ABONNÉS

4000
ARTICLES
INDEXÉS

**+ DE
600**
ENSEIGNES
DE RETAIL
RÉFÉRENCÉES

1 NEWSLETTER
QUOTIDIENNE

**+ DE
20%**
DE TAUX
D'OUVERTURE

1,5 MILLIONS
DE VUES SUR
SLIDESHARE
dont le record de vues
pour la présentation : « Vers
des consommateurs engagés ? »
avec 287 000 vues.

NI GLOBALE NI LOCALE : NOTRE ORGANISATION GLOCALE AU SERVICE DES BU DU GROUPE



Notre organisation est le fruit de notre culture où se mêlent esprit d'entreprise, recherche de la performance, pragmatisme et créativité. Groupe international intégré, Altavia s'est développé sur le modèle d'une fédération d'entreprises, dont la business unit est le centre de gravité. Chaque business unit cultive l'autonomie sans être indépendante. En leur sein, l'esprit d'entreprise est fortement valorisé. Il fait partie de l'ADN du groupe.

COMITÉ EXÉCUTIF GROUPE



ÉRIC BORREIL
Directeur Général
Altavia France



RAPHAËL PALT
Fondateur, Président-Directeur
Général d'Altavia



DIDIER DE JAEGER
Directeur Général
Altavia Europe



LORENZO BERTAGNOLIO
Directeur Général Délégué
Développement International



JING LEGRAND
Directrice Générale
Altavia China



LAURENT GAMP
Directeur Général Délégué
Global Business Development



VALÉRIE NANUS
Secrétaire Générale



SÉBASTIEN REYDON
Directeur Administratif
et Financier



LUDOVIC NOËL
Directeur du Capital Humain



TIM WOLFS
Chief Digital Officer



ALEXIS GANOT
Chief Solutions Officer



FÉLIX LEFEBVRE
Directeur des Achats

CONSEIL D'ADMINISTRATION

Le Conseil d'administration d'Altavia est composé de personnalités d'origines diverses, extérieures à Altavia ou membres du management. Animé par Raphaël Palti, le Conseil d'administration aborde les choix stratégiques de l'entreprise avec la variété de points de vue que lui procure la diversité de ses membres.



RAPHAËL PALTÍ
Président du Conseil,
Fondateur et Président-Directeur
Général d'Altavia



DANIEL DE BOTTON
Administrateur indépendant



MICHEL DUVAL
Administrateur indépendant



PIERRE MILCHIOR
Administrateur indépendant



ALAIN ROUBACH
Administrateur indépendant



CATHERINE DUNAND
Administrateur indépendant



SÉBASTIEN REYDON
Administrateur,
représentant de Viateam



CORINNE EVENS
Administrateur indépendant



LORENZO BERTAGNOLIO
Administrateur



PIERRE-YVES POIRIER
Administrateur,
représentant d'EDRIP

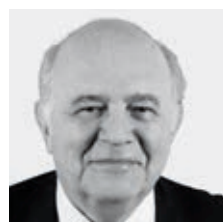
CENSEURS



LUC BERTHOLAT
Censeur



JEAN-MICHEL GABRIEL
Censeur, représentant
de BNP Paribas



PIERRE-MICHEL PASSY
Censeur, représentant d'EDRIP

Le Comité d'audit, des comptes et des investissements et le Comité des nominations et des rémunérations challengent et font progresser le groupe dans la gestion de ses affaires.

COMITÉ D'AUDIT, DES COMPTES ET DES INVESTISSEMENTS



MICHEL DUVAL
Président du Comité



ALAIN ROUBACH
Vice-Président du Comité



VINCENT DANJOUX
Membre du comité



PIERRE-YVES POIRIER
Membre du comité
et représentant d'EDRIP

COMITÉ DES NOMINATIONS ET DES RÉMUNÉRATIONS



DANIEL DE BOTTON
Président du Comité



ALAIN ROUBACH
Membre du Comité



MICHEL DUVAL
Membre du Comité



RAPHAËL PALTÍ
Membre du Comité,
Fondateur et Président-Directeur
Général d'Altavia



PIERRE-MICHEL PASSY
Membre du Comité, représentant
d'EDRIP

POUR UNE TRANSFORMATION DURABLE

Dans un contexte de transition écologique, le citoyen consom'acteur® aspire à davantage d'éthique, de responsabilité et de transparence de la part des commerçants et des marques. En améliorant, par notre démarche RSE, les impacts sociaux et environnementaux de nos activités, nous aidons, par là même, nos clients commerçants à répondre aux attentes de leurs propres clients et à établir avec eux des liens fructueux et durables.

La transparence tient une place privilégiée parmi les 10 valeurs fondatrices du groupe. Nous savons qu'un partage régulier de nos progrès avec nos parties prenantes est essentiel à l'atteinte de nos objectifs sociaux et environnementaux.

Entreprise familiale non cotée, Altavia a délibérément choisi de se soumettre chaque année, depuis 20 ans, à l'exercice exigeant et structurant qu'est la publication de son rapport annuel.

C'est dans le même esprit de transparence et de progrès permanent que nous nous sommes engagés auprès du Pacte Mondial, dont nous sommes signataires depuis 2008. Dans ce cadre, nous publions une « Communication sur le Progrès » annuelle, à travers laquelle nous mettons en lumière nos actions et partageons nos axes de progrès. Nous ambitionnons d'atteindre le statut « advanced » en 2018.



Avec ses partenaires du secteur protégé et adapté, Altavia recycle les bâches imprimées pour Orange en besaces, pochettes ipad et trousse. Donnez une seconde vie à vos PLV !

UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL TOUJOURS DIMINUÉ



Ecopublishing® : « la marque de fabrique responsable d'Altavia » évolue ; notre démarche d'écoconception vise à accompagner nos clients dans la réduction de l'impact environnemental de leurs supports de communication imprimés. Elle prend en compte l'origine des matières premières, les démarches environnementales de nos fournisseurs papetiers et imprimeurs, la pollution liée au transport et la recyclabilité du produit final.

CERTIFICATIONS ET ÉVALUATIONS

Dans un souci de progrès permanent, nous mesurons et évaluons notre politique RSE régulièrement.



EcoVadis : EcoVadis est la première plateforme collaborative permettant aux entreprises d'évaluer les performances environnementales et sociales de leurs fournisseurs dans le monde entier. Parmi nos six business units évaluées par EcoVadis, quatre ont obtenu le statut gold en 2017 (Altavia Paris, Altavia Nantes, Altavia Act* et Altavia Sumis), une a obtenu le statut silver (Cosmic), et une entame seulement la démarche en obtenant le statut bronze (DISKO).



La marque de la gestion forestière responsable



Certifications FSC® et PEFC™ : depuis 2010, Altavia est le premier groupe de communication doublement certifié FSC® et PEFC™ pour l'ensemble du continent européen. Chaque année, nous poursuivons nos efforts pour maintenir ces certifications et en obtenir de nouvelles. En 2017, deux entités du groupe ont obtenu la double certification : Altavia Fiber Value et Altavia Japan, qui devient donc la première agence de communication internationale au Japon à obtenir la certification FSC®.

UN IMPACT SOCIAL TOUJOURS PLUS FORT



Positive sourcing® : Notre engagement auprès de nos clients comprend aussi notre capacité à les accompagner pour réaliser des achats solidaires. À travers notre offre « Positive Sourcing® », nous proposons à nos clients de collaborer avec des prestataires du Secteur du Travail Protégé et Adapté et ne cessons de faire croître notre liste de prestataires référencés. En tant que partenaire du Gesat, le réseau national du secteur protégé et adapté, nous participons à une étude visant l'opportunité de certification FSC® PEFC™ pour les entreprises du secteur. Cette compétence pourrait augmenter leur attractivité en répondant à une forte demande de nos clients.



Upcycling : « Rien ne se perd, rien ne se crée, tout se transforme ! » L'upcycling ? C'est récupérer et transformer les matières premières et secondaires en objets fonctionnels ou décoratifs qui permettent une valorisation environnementale, économique et sociale. Chez Altavia, l'upcycling est toujours proposé en Entreprise Adaptée ou en Entreprise d'Insertion.

NOTRE IMPLICATION SOCIÉTALE

Chez Altavia, l'entreprise est comprise comme un acteur économique et social impliqué dans son tissu local et créateur de liens. Nous croyons que la transformation durable à laquelle nous travaillons avec nos clients passe aussi par l'implication de nos équipes pour aider les acteurs associatifs à transformer les territoires où nous sommes installés. Nos engagements incarnent notre volonté d'être un acteur citoyen.

Des actions locales : Altavia est un groupe international qui fonctionne comme une fédération d'entreprises fortement ancrées et impliquées dans leur territoire local. Aussi les actions de notre implication sociétale privilégient-elles l'engagement local.

Une implication humaine : Altavia privilégie les dons de compétences et la mise à disposition de talents en apportant son aide via un engagement concret et direct de ses collaborateurs.

LES ENGAGEMENTS DU GROUPE



AGENCE DU DON EN NATURE

L'Agence du Don en Nature collecte et redistribue des produits neufs, non alimentaires, de nécessité courante, pour lutter contre l'exclusion en France. Altavia réalise pour elle des supports de communication. Certains de nos collaborateurs se sont engagés en juin 2017 dans la Course des Héros au bénéfice de l'ADN.



RÉSEAU ENTREPRENDRE

Altavia est membre actif du Réseau Entreprendre, notamment en Seine-Saint-Denis et dans l'Ouest, contribuant au développement du tissu économique local. La mission de l'organisation est de contribuer à la réussite de nouveaux entrepreneurs, significativement créateurs d'emplois et de richesses.



CITÉ DE LA RÉUSSITE

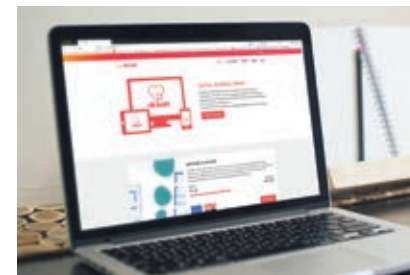
La Cité de la réussite est le forum des débats culturels, économiques, scientifiques et politiques dont Altavia est partenaire depuis plus de 10 ans. Nous collaborons à la réalisation de leurs supports de communication et participons à leur mission de faciliter l'accès à la culture pour tous.

LES ENGAGEMENTS LOCAUX



ASHOKA (ALTAVIA PARIS)

Ashoka est une ONG internationale qui soutient l'entrepreneuriat social dans le monde. Altavia Paris réalise son rapport annuel dans le plus grand respect des meilleures pratiques d'écoconception fidèles aux critères de nos marques Ecopublishing® et Positive Sourcing®.



CLICK AID (ALTAVIA ITALIA) clickaid.it

Altavia Italia a imaginé et lancé la plateforme web Click Aid. Ce dispositif permet au grand public de sponsoriser un projet d'utilité sociale en visionnant des publicités sur le site internet dédié clickaid.it. Pour chaque publicité visionnée, 1€ est reversé au projet. Porté par la Coop Lombardia, le premier projet de la plateforme « Abitiamo il Futuro » consiste en la création de logements partagés destinés aux Milanais de différents milieux sociaux et culturels.



FONDATION RONALD MCDONALD (ALTAVIA LILLE)

Altavia Lille est partenaire de la Fondation Ronald McDonald. La Fondation construit et fait vivre des maisons situées à proximité immédiate des services pédiatriques des centres hospitaliers en France pour les parents des enfants hospitalisés. Altavia Lille a participé notamment à « Partage du Cœur » en offrant la réalisation de la communication de cette opération.

ENGAGÉS POUR L'INNOVATION

RÉINVENTER NOS OUTILS POUR OFFRIR DES SOLUTIONS INNOVANTES À NOS CLIENTS

Les équipes Solutions d'Altavia proposent une suite de solutions informatiques innovantes et évolutives, pour répondre au plus près aux attentes de nos clients et améliorer nos collaborations au quotidien.

C'est par exemple le cas de l'outil de workflow Brief Online. Positionné comme une véritable PaaS (Platform as a Service), il permet de tirer profit des avantages de la plateforme et de tous les atouts du digital.

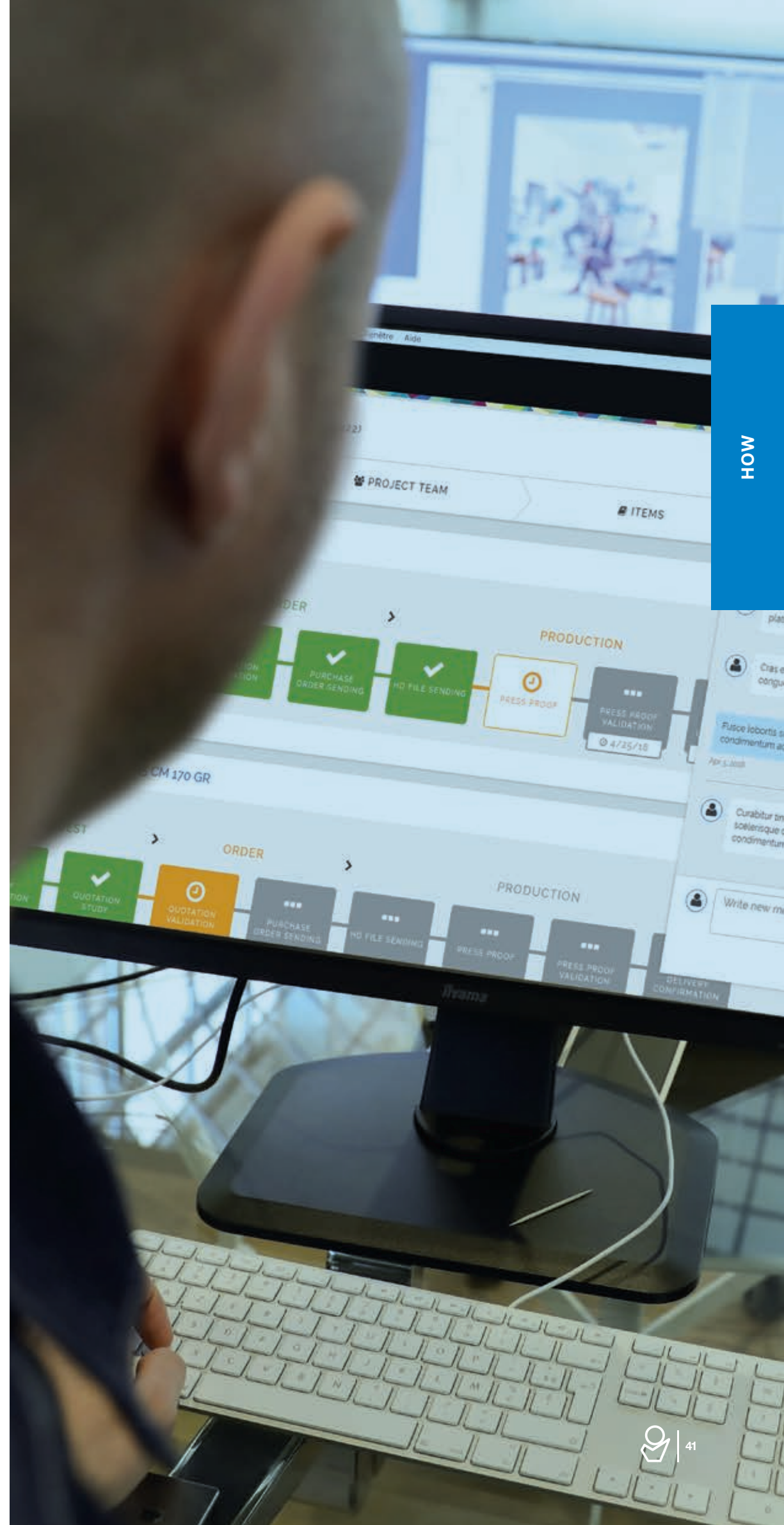
Grâce à cette solution, nous dotons nos clients d'une interface collaborative en garantissant toujours plus de proximité, grâce à notre WebToPrint made by Altavia.

Avec ses solutions exclusives, Altavia révolutionne également la manière d'utiliser les reportings d'activité des productions en fournissant, grâce à la solution ABI, un outil de Business Intelligence pour suivre précisément et en temps réel les principaux indicateurs de performance (KPI) définis en amont avec nos clients.

Pour nos clients ayant un Plan d'Action Commerciale, nous proposons un outil de visualisation et de pilotage des plans d'action commerciale, qui leur permet notamment d'optimiser chaque jour la gestion des imprimés publicitaires, en effectuant des simulations budgétaires.

Enfin, nos boutiques en ligne offrent la possibilité de donner plus de réactivité et d'autonomie aux réseaux de nos clients, tout en préservant la cohérence de la communication pilotée en central.

Ces solutions évoluent en permanence pour rester toujours en adéquation avec les besoins de nos clients et les nouvelles attentes du marché. C'est la raison pour laquelle le groupe Altavia consacre une partie significative de son budget informatique à sa politique de R&D, assurant ainsi une proactivité forte au service de nos clients.



NOUS RAPPROCHER D'ÉCOSYSTÈMES INNOVANTS POUR CRÉER DES SYNERGIES AU SERVICE DE NOS CLIENTS

Altavia Coach est notre entité dédiée à l'innovation dans le secteur du retail. Altavia Coach s'inspire des meilleures pratiques pour accompagner les start-up les plus intéressantes dans leur développement et par là même, créer des synergies profitables pour nos clients commerçants.

Les activités d'Altavia Coach sont structurées autour de 3 grands axes :

START-UP COMMUNITY

Face à la jungle technologique des plus de 2 000 start-up de la Retail Tech, les retailers doivent dépasser la complexité d'un tel foisonnement pour identifier les start-up adéquates, capables de répondre à leurs besoins.

En 2017, Altavia Coach a sélectionné une trentaine de start-up Retail Tech pour rejoindre sa communauté et collabore avec elles en mode partenaire pour compléter l'offre d'Altavia auprès de ses clients. Les thématiques abordées par ces start-up traitent majoritairement du parcours client unifié (casser

les silos ON/OFF), d'enrichissement de l'expérience client (supprimer les frictions), de la personnalisation (message, produit, promotion) et de l'amélioration du ROI des retailers (générer du trafic, augmenter le taux de conversion et le panier moyen, fidéliser ses clients).

Pour acculturer nos équipes à ces sujets d'innovation, Altavia Coach organise des rendez-vous mensuels « Meet my start-up », où trois start-up de notre « Community » viennent pitcher face aux équipes d'Altavia.

Ce fut le cas récemment avec : Braineet, Simplifield, Notify, Weblib, Critizr...

ACCELERATOR

Altavia Coach s'est associé à Euratechnologies pour lancer son programme d'accélération. Celui-ci est centré sur le Go to Market, l'internationalisation et l'accompagnement marketing & communication.

Le premier batch a été lancé en 2017 et s'achèvera en juin 2018. Au terme d'un processus de sélection ouvert aux start-up early stage, qui adressent la transformation du retail, trois start-up ont été sélectionnées pour leurs complémentarités à l'offre d'Altavia et les synergies possibles.

Du digital signage à la réalité virtuelle en passant par le retail analytics, les trois start-up sélectionnées, CityMeo, V-Cult et IVS adressent des problématiques expertes très prometteuses pour les clients d'Altavia.

V-Cult développe des expériences et des outils d'aide à la décision en web 3D et en réalité virtuelle : pour sublimer le storytelling de la marque, booster la performance commerciale des annonceurs ou répondre à certains des challenges métier comme la formation.

La solution d'affichage dynamique de CityMeo permet de contrôler des écrans et leurs contenus, les synchroniser et de déclencher des diffusions sur demande.

Enfin, IVS se base sur l'exploitation de la vidéo en temps réel et la retranscription simple d'une multitude d'informations utiles aux retailers : analyse du comportement shopper, mesure de l'attractivité des vitrines, etc.

STRATEGIC VENTURES

En 2017, Altavia a investi dans la création et le lancement de Wetail, un concept de lieu unique pour dessiner le retail de demain en rapprochant tous les acteurs du secteur. Dans le prolongement de ses actions en faveur de l'entrepreneuriat et de l'innovation, Altavia Coach crée un concept associant expérimentation, événementiel, espaces de coworking, programmes d'accélération, workshops et réseau d'experts. Situé dans le même bâtiment qu'Altavia Lille, Wetail Lille offre 1 000 m² destinés à accueillir les acteurs de l'innovation du retail.

Wetail propose à ses membres des événements chaque mois, sous forme de conférences, de pitches de start-up et de cartes blanches laissées à des entrepreneurs, qui viennent s'exprimer sur les révolutions actuelles du retail.

En 2018, Altavia Coach Strategic Ventures prévoit de continuer de soutenir capitalistiquement les start-up les plus stratégiques pour Altavia. Ces participations peuvent être minoritaires ou majoritaires, selon le stade de maturité de la start-up concernée et sa dimension plus ou moins stratégique pour Altavia.

ILS FONT DÉJÀ PARTIE D'ALTAVIA COACH STRATEGIC VENTURES



Fondée en 2014, Ubiq® est une plateforme Social-to-Store permettant aux marques et enseignes à réseau de maîtriser et d'exploiter les réseaux sociaux de chaque point de vente en cohérence avec la stratégie marketing de l'enseigne et de générer du trafic en magasin. Avec 2 500 points de vente équipés, la plateforme gère déjà plus de 2 millions de fans et a une portée mensuelle dépassant les 30 millions de personnes atteintes. Elle est labellisée Facebook marketing partner.

Nicolas Voulard
Directeur Général
n.voulard@getubiq.com
getubiq.com



Start-up de la French Tech, Stimshop propose des solutions de communication mobile indoor. Grâce à sa plateforme Ucheck.in, disponible en mode SaaS, Stimshop fournit aux grandes enseignes et aux acteurs de l'événementiel une interaction avec 100% des smartphones des consommateurs. Le dispositif est utilisé par des retailers pour améliorer le parcours client mais aussi dans l'événementiel (conventions, salons, concerts, événements sportifs) et la culture (parcours interactifs) ou même l'industrie (sécurité de bâtiments).

Dominique Palacci
Directeur Général
domi@stimshop.com
stimshop.com



Capital Innovation crée des produits innovants, à partir de l'observation des consommateurs : ses ingénieurs interviennent partout où l'innovation d'usage peut faire la différence. Leurs prestations liées à l'innovation incluent par exemple l'innovation incrémentale sur un produit existant, l'investigation sur un domaine pour créer la rupture ou encore la possibilité pour leurs clients de donner vie à une intuition.

Mathias d'Estais
Directeur Général
m.destais@capinnov.altavia.fr
capital-innovation.com



Altavia Shoppermind, le laboratoire d'études et de prospective 100% dédié au commerce et aux nouvelles tendances de consommation, développe une vision du commerce de demain basée sur la connaissance du consommateur.

Avec le Baromètre de la Valeur Shopper®, Altavia Shoppermind réalise la plus grande étude shopper annuelle en France auprès de 5 000 personnes pour mesurer la qualité du lien qui unit plus de 150 enseignes françaises à leurs clients, sur la base de 10 attentes fondamentales. Le Baromètre de la Valeur Shopper® s'étend à l'international : déjà opérationnel en Italie et en Belgique, il débute en Pologne en 2018.

Altavia Shoppermind accompagne les Comités de Direction, Comités Marketing, Services Innovations et Directions Communication pour les accompagner dans la définition de leur vision et de leur stratégie d'innovation.

Jean-Marc Mégnin
Directeur Général
jm.megnin@shoppermind.com

Nathan Stern
Président
n.stern@shoppermind.com
www.shoppermind.com



HOW



Fondée en 2005, Simone est une agence parisienne conseil en stratégie et image de marque. Elle fédère des expertises trop souvent cloisonnées que sont la stratégie de marque, le développement marketing, la direction artistique et le branding au profit d'une vision globale de la marque et d'une cohérence de toutes ses prises de parole dans le temps.

Simone se divise en trois entités : Stratégie de Marque, Branding & Communication et les collaborations artistiques.

Kevin Meade
kmeade@agencesimone.com



Wetail est né de la conviction du groupe Altavia que dédier des lieux à l'innovation dans le retail est nécessaire pour stimuler la création et l'émulation afin de dessiner le commerce de demain. Dans le prolongement de nos actions en faveur de l'entrepreneuriat et de l'innovation, Wetail est un lieu unique associant expérimentation, événementiel, espaces de coworking, programmes d'accélération, workshops et réseau d'experts. Bien plus qu'un simple espace de coworking, Wetail est la première communauté dédiée à l'univers de l'innovation dans le retail.

Colombe Leroy
c.leroy@wetail.com
wetail.com



UNE PROMESSE UNIQUE

Depuis la création du groupe en 1983, nous avons tracé un chemin alternatif et sans équivalent, une « autre voie » comme l'évoque notre nom, et inventé un modèle inédit dans l'univers des groupes de communication. Nous sommes à la fois des *thinkers* et des *makers* au service de la performance de la communication commerciale des commerçants. Nous sommes The Retail Alchemists.

WHAT

the retail Alchemists

AU SERVICE DE LA TRANSFORMATION DE NOS CLIENTS

La transformation est partout : nouveaux usages, nouveaux modes de consommation, uberisation, nouveaux modèles économiques. Les retailers sont obligés de repenser leur transformation humaine, économique, commerciale et digitale.

La performance que nous promettons à nos clients naît d'un savoir-faire particulier, d'un mystère, d'une alchimie qui construit du lien, de l'envie, de l'attraction. Cette alchimie est propre à chaque client, enseigne ou marque commerçante. Elle porte en elle les conditions sine qua non de toute transformation.



TURN
FUTURE
INTO
PRESENT



TURN
STORES
INTO
STORIES



TURN
KNOWLEDGE
INTO
VISION

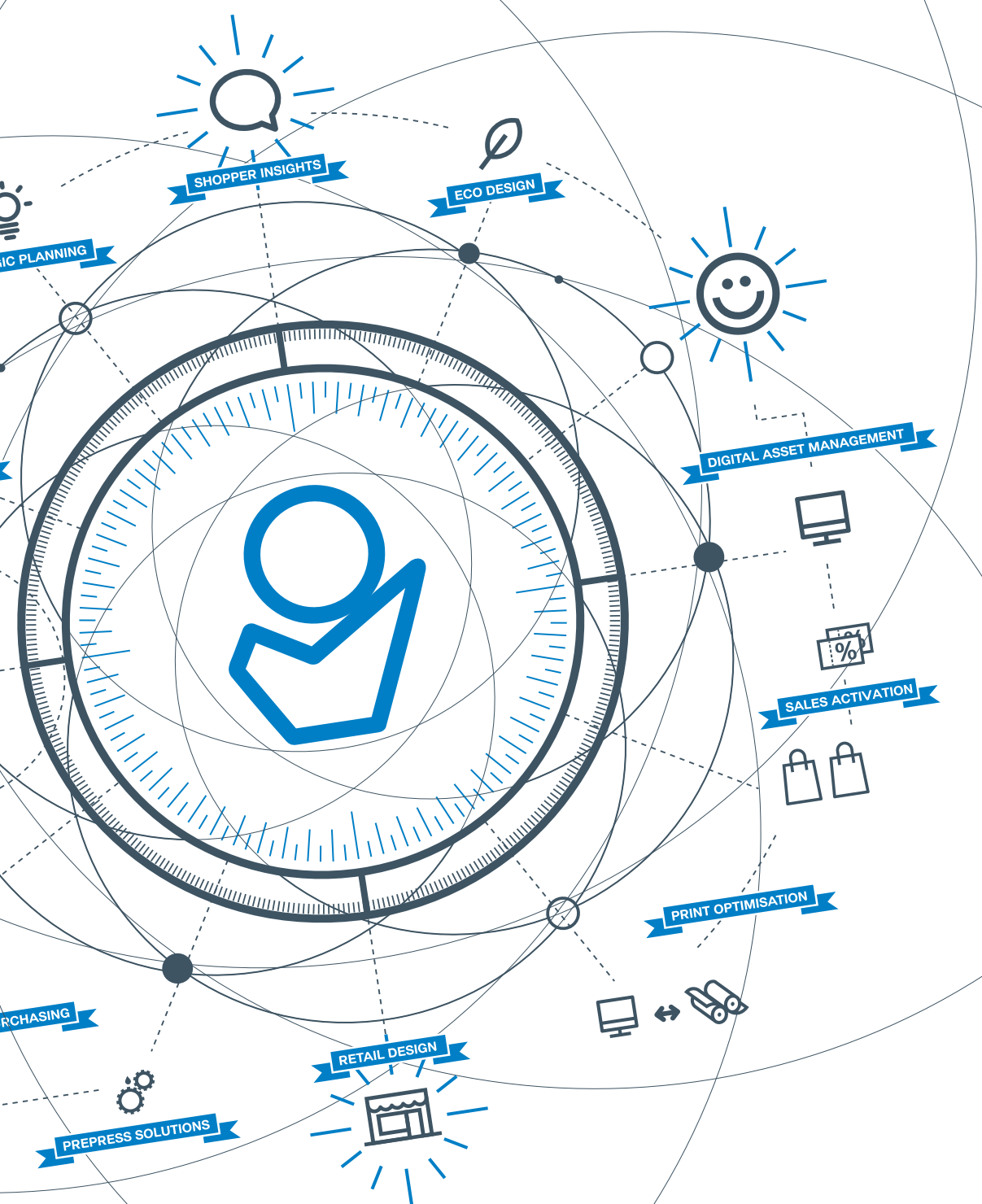


TURN
CLIENTS
INTO
FANS

L'ALCHIMIE DU RETAIL

Nous allions créativité & pragmatisme, expérience & innovation, capacités de création & industrialisation des process, savoir-faire en production & maîtrise des ressorts de la relation client et des nouvelles attentes des consom'acteurs®, le tout au service de la communication commerciale des retailers.

Nous offrons à nos clients la possibilité de gérer l'intégralité de leur communication commerciale, grâce à la maîtrise de l'ensemble de la chaîne de valeur, du conseil à la création jusqu'à la production.



UN BOUQUET DE SERVICES UNIQUE

Tout au long de l'année, nous proposons à nos clients des solutions de communication commerciale qui visent à créer de la valeur et à enrichir les liens qui unissent les consom'acteurs® avec les marques enseignes afin de les rendre fluides, satisfaisants et fructueux.



OPTIMISEZ

vos dépenses
et vos processus
d'activation
commerciale



ROI



CRÉEZ

de la valeur ajoutée
aux points de contact
et d'achat avec
vos clients finaux



CRÉATIVITÉ



GAGNEZ

en cohérence et
en time-to-market



EFFICACITÉ



ACTIVATION COMMERCIALE

Insights shopper
Conseil stratégique
Communication commerciale
Innovation produit
Retail design



PRODUCTION MULTICANAL DE CONTENUS

Solutions
prépresse & prémédia
Production digitale
Gestion des actifs
numériques



GESTION DE L'IMPRESSION

Eco-conception
Achats papier,
impression,
logistique
Optimisation
de l'impression

UN AN AU CŒUR DU RETAIL

Depuis 35 ans, les collaborateurs d'Altavia œuvrent avec passion au service quotidien de l'activation commerciale de plus de 500 distributeurs et marques commerçantes.

À travers le supplément « UN AN AU CŒUR DU RETAIL », nous vous invitons à découvrir des exemples de réalisations de nos business units pour l'année 2017.

MERCI !

À l'ensemble de nos clients pour leur confiance et leur exigence quotidienne, qui ont contribué à faire le groupe que nous sommes aujourd'hui.

AB INBEV - ABN AMRO - ACCASTILLAGE DIFFUSION
ADIDAS - AGAPES - AGRIAL - AHOLD - AIR FRANCE
ALTAREA COGEDIM - APSYS - ARC INTERNATIONAL - ATOL
AUCHAN - AUTO DISTRIBUTION - BANCA SELLA - BARILLA
BIC - BIOCOOP - BIOGEN - BMW - BNP PARIBAS
BOMBARDIER - BOSCH - BOULANGER - BP - BRAKE
BRIDGESTONE - BRUT BUTCHER - BUT - CAFÉS DUBOIS
CAMPARI INTERNATIONAL - CAMPING GAZ - CARBONLEO
CARREFOUR - CASTORAMA - CDISCOUNT - CÉMOI
CIC - COCA-COLA - COMPAGNIE DE PHALSBURG - COTY
CRÉDIT AGRICOLE IMMOBILIER - DANONE - DB BAHN
DEBORAH - DECATHLON - DESIGUAL - DESJARDINS
DESSANGE - DRISCOLL'S - E.LECLERC - EASYPARAPHARMACIE
ÉLECTRO DÉPÔT - ETAM - ETOS - FEU VERT
FLUNCH TRAITEUR - FNAC/DARTY - FRED - GAMM VERT
GERSTAECKER - GIBSON - GO SPORT - GOODWINE
GRAND FRAIS - GRANDVISION - GRUPPO MONTENEGRO
GSK - GUINOT - HÄAGEN-DAZS - HABITAT - HARIBO
HEMA - HENKEL - HERMÈS - HIPPOPOTAMUS - HMD
HOTPOINT INDESIT - HUMANA - INTERMARCHÉ
INTESA SANPAOLO - JACOBS DOUWE EGBERTS
JARDILAND - JARDIN DES FLEURS - JEFF DE BRUGES
JOHNSON & JOHNSON - KELLY DELI - KEMPINSKI
KEOLIS - KIABI - KIENAST GRUPPE - KIJJI - KINEPOLIS
L'ORÉAL - LA BOULANGÈRE - LA POSTE - LA REDOUTE
LACTALIS - LC WAIKIKI - LCL - LEADER PRICE - LEROY MERLIN
LOUIS PION - LOUIS VUITTON - MAIER - MAKE UP FOR EVER
MAKRO - MANUTAN - MARIONNAUD - MARSTON'S
MARVEL - MARY COHR - MATCH - MATTEL - MAXIZOO
MCDONALD'S - MELISSA - MERCK - METRO - MICHELIN
MONDELEZ - MSC CROISIÈRES - NATURE & DÉCOUVERTES
NESPRESSO - NESTLÉ - NEXITY - NISBETS - NOCIBÉ
NORAUTO - NOSHI - NS - NUTRICIA - ODÉON
OFFICE DEPOT - ONEY - ORANGE - PEPSICO - PETRONAS
PEUGEOT CITROËN RETAIL - PHILIPS - PIAGGIO - PIZZA PAÏ
POINT P - POMONA - PRATT & WHITNEY - PREMIER FOODS
PROMOCASH - PROMOD - PROXIMUS - RÉMY COINTREAU
RENAULT - ROYAL CANIN - SAMSUNG - SAVENCIA
SCHNEIDER ELECTRIC - SCREWFIX - SEB - SEPHORA - SHELL
SIEMENS - SOCIÉTÉ GÉNÉRALE - SAINT MACLOU - STACHEMA
STANLEY - STARBUCKS - STOKKE - STOKOMANI - STUBHUB
SUBWAY - SUEZ - SUPERPHARM - SYSTÈME U - TEMPORIS
THÉLEM ASSURANCES - TOTAL - TRADEPOINT - TURKISH AIRLINES
UBER - VAN CLEEF & ARPELS - WALMARK
WARNER BROS ENTERTAINMENT - WATSONS - WELDOM
WESTONS - WILLIAM GRANT & SONS - X5 RETAIL - XIN HUA
YUHAN-KIMBERLY - YVES ROCHER...



NOS TERRITOIRES

Notre réseau, qui s'étend à travers plus de 30 pays dans le monde, constitue un maillage solide, au sein duquel les synergies entre les équipes s'exercent quotidiennement.

Cette présence globale nous confère la capacité unique d'accompagner les enseignes nationales et internationales au plus près de leurs besoins et de leurs territoires.

WHO



ALTAVIA EN FRANCE



35 ans après la création du groupe à Paris, la France reste un marché clé et structurant pour Altavia. Nous y avons développé la version la plus aboutie de notre modèle 360°, avec une offre de services couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur de la communication commerciale.

2017 a été marquée par la montée en puissance de nos offres digitales, tant d'un point de vue stratégique que créatif ou technologique. Avec Insitaction et Jetpulp, le territoire français se renforce d'autant d'experts digitaux de l'activation commerciale et du retail. Quant à l'arrivée de DISKO, elle marque la volonté du groupe d'accélérer l'internationalisation de son expertise digitale.

Éric Borrell
Directeur Général Altavia France



Installée au cœur de Paris, l'agence conseil en stratégie de marque et en communication commerciale accélère son développement, notamment sur le digital, et en récolte les fruits en remportant de nombreux prix pour la conception et la réalisation d'une expérience phygitale et cross-canal unique pour le joaillier Fred.

■ **34 CLIENTS**

■ **AGENCE 360°**

■ **IDENTITÉ DE MARQUE**

■ **COMMUNICATION COMMERCIALE**

■ **STRATÉGIE DIGITALE**

■ **PRODUCTION DE FILMS**

■ **PRIX :** Grand Prix Stratégies du Luxe 2017, argent : meilleure utilisation des technologies pour Fred
Nuit du commerce connecté 2017, bronze : retailer le mieux connecté pour Fred
Adetem Prix de l'excellence client, or pour Fred



Sydney Palti
Président
sydney.palti@agencecosmic.com



Valérie Piotte
Directrice Générale
valerie.piotte@agencecosmic.com

PARIS – 6, rue Royale, 75008 Paris
+33 (0)1 44 58 58 58
agencecosmic.com





Business unit historique du groupe, Altavia Paris vit une profonde transformation : évolution de sa gouvernance, de ses offres et de ses locaux. Une (r)évolution pour devenir le spécialiste du déploiement omnicanal de la communication commerciale des commerçants.

- 70 CLIENTS
- PLATEFORME DE PRODUCTION OMNISCANAL
- PRINT MANAGEMENT ET PRÉMEDIA
- DÉPLOIEMENT CRÉATIF ET DIGITAL
- SOLUTIONS COLLABORATIVES ET DIGITAL ASSET MANAGEMENT



Maxime Cauchet
Directeur Général
m.cauchet@altavia-paris.com

SAINT-OUEN – 10, rue Blanqui,
93400 Saint-Ouen
+33 (0)1 49 48 00 00
altavia-paris.com

LES JOURS FNAC

BONS PLANS
ADHÉRENTS **-30%**



Spécialiste de la communication sur les lieux d'achat, Altavia In Store incarne la conviction du groupe qui voit dans le magasin un lieu de communication stratégique pour l'avenir et qui doit dessiner ses nouvelles complémentarités avec le parcours d'achat digital.

- 20 CLIENTS
- THÉÂTRALISATION & SCÉNOGRAPHIE VITRINE
- MERCHANDISING
- DESIGN 3D
- COMPLÉMENTARITÉ PHYSIQUE & DIGITAL
- PRIX : POPAI, argent pour Clan Campbell
POPAI, argent pour Philips



Nicolas Lorne
Directeur Général
n.lorne@altavia-paris.com
SAINT-OUEN – 10, rue Blanqui,
93400 Saint-Ouen
+33 (0)1 49 48 00 00

Club Med



SIGNATURE
N°35
kis, forfaits...
peine arrivés
out est prêt.

Club Med
vous étonner

Club Med



SIGNATURE
N°52
Espaces Zen
pour couples zen.

Club Med
vous étonner



Spécialiste retail design du groupe, Altavia Pallas œuvre auprès des commerçants et marques commerçantes pour accompagner et accélérer leur transformation de points de vente en lieux d'achat.

■ 14 CLIENTS

■ RETAIL DESIGN

■ LIEUX D'ACHAT

■ PRIX : Janus du Commerce pour Haribo
« Le fil du partage »



Julien Reibell

Directeur Général
j.reibell@altavia-pallas.com

PARIS – 6, rue Royale, 75008 Paris
+33 (0)1 84 79 60 01

altavia-pallas.com

BRUT BUTCHER

Bar

Retrait
commande



Happy NOËL



Son modèle hybride, dans la droite ligne du modèle unique créé par Altavia, lui permettant d'accompagner de grands comptes en marketing services et en publishing services, Altavia Lille poursuit sa croissance pour atteindre son objectif 2020 : être le partenaire de communication collaboratif omnicanal des commerçants.

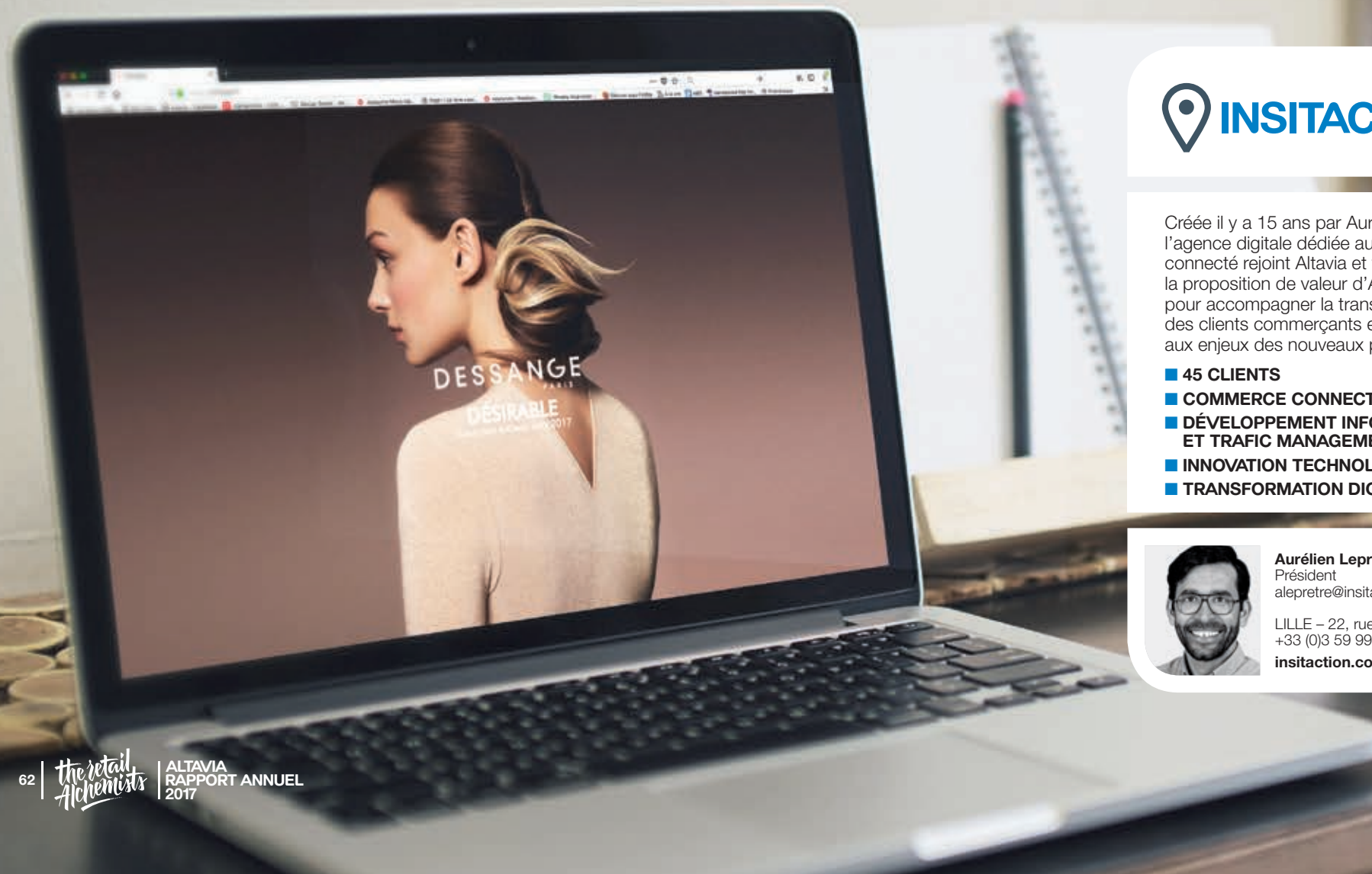
- 25 CLIENTS
- AGENCE 360°
- CRÉATION
- COLLABORATIF
- GRANDS COMPTES RETAIL



Matthieu Wallaert

Directeur Général
m.wallaert@altavia-lille.com

LILLE – 33, rue du Molinel, 59800 Lille
+33 (0)3 20 51 15 15



Créée il y a 15 ans par Aurélien Leprêtre, l'agence digitale dédiée au commerce connecté rejoint Altavia et vient compléter la proposition de valeur d'Altavia en France pour accompagner la transformation digitale des clients commerçants et mieux répondre aux enjeux des nouveaux parcours client.

- 45 CLIENTS
- COMMERCE CONNECTÉ
- DÉVELOPPEMENT INFORMATIQUE ET TRAFIC MANAGEMENT
- INNOVATION TECHNOLOGIQUE
- TRANSFORMATION DIGITALE



Aurélien Leprêtre

Président
alepretre@insitaction.com

LILLE – 22, rue de Bergues, 59000 Lille
+33 (0)3 59 99 07 40
insitaction.com



Forte de son rapprochement avec l'agence digitale lyonnaise Jetpulp, Altavia Aura affirme sa position d'agence de communication omnicanal référente de la région Auvergne-Rhône-Alpes.

- 41 CLIENTS
- COMMUNICATION COMMERCIALE OMNISCANAL
- CONSEIL
- CRÉATIVITÉ
- OPTIMISATION
- ÉCO-RESPONSABILITÉ



Pierre Artru
Directeur Général
p.artru@altavia-aura.com



Cédric Daubinet
Directeur Délégué
c.daubinet@altavia-aura.com

SAINT-ÉTIENNE – 1, rue Pablo Picasso,
42000 Saint-Étienne
+33 (0)4 77 92 82 82
altavia-aura.com



Agence conseil en stratégie digitale spécialisée e-business, Jetpulp rejoint Altavia Aura pour proposer aux ETI et PME une offre unique, couvrant l'ensemble de la chaîne de valeur de l'activation commerciale digitale : du conseil stratégique à l'idée créative, audacieuse et différenciante, jusqu'à la mise en œuvre de dispositifs omnicanal efficaces.

- 130 CLIENTS
- STRATÉGIE DIGITALE : PLANNING STRATÉGIQUE, DATA PERFORMANCE, WEBMARKETING
- CONSEIL VISIBILITÉ (SEO, SEA) ET AMOA TECHNIQUE
- E-COMMERCE, SITES CORPO ET DÉVELOPPEMENTS WEB
- UX, PLATEFORME DE MARQUE



Luc Romano
Directeur Général
luc.romano@jetpulp.fr

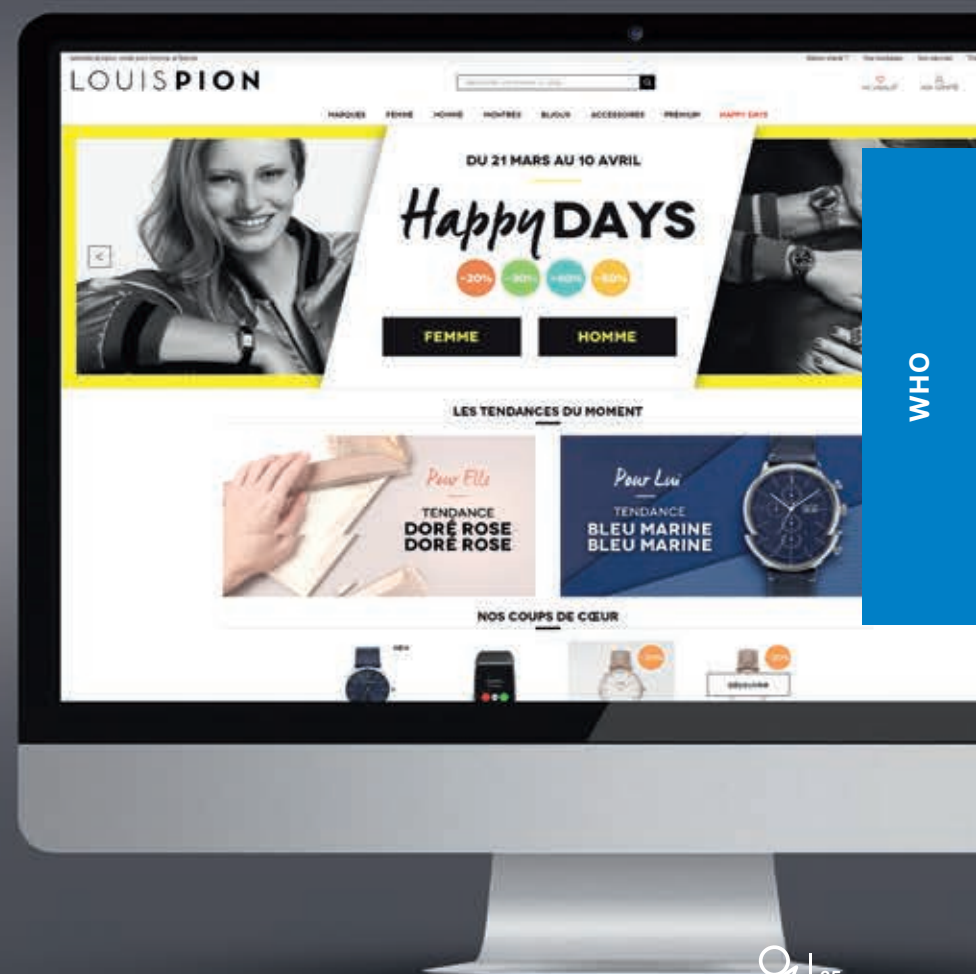


Jean-Sébastien Klein
Directeur Général Adjoint
en charge des organisations
jean-sebastien.klein@jetpulp.fr



Laurent Bourgeois
Directeur Général Adjoint
en charge de la relation client
laurent.bourgeois@jetpulp.fr

LYON – 12, avenue Tony Garnier,
69007 Lyon
+33 (0)33 4 37 43 12 60
jetpulp.fr





ALTAVIA NANTES

En 2017, Altavia Nantes poursuit le processus de transformation de son modèle d'agence créative et exécutive autour du concept de « La cité Altavia Nantes ».

Un mot d'ordre : « Construisons ensemble, au service de nos clients ».

- 40 CLIENTS
- AGENCE CONSEIL 360°
- PACKAGING
- CRÉATIVITÉ
- STUDIO
- TRANSFORMATION PARTICIPATIVE



Nicolas Gentil
Directeur Général
n.gentil@altavia-nantes.com

NANTES – 19 bis, rue La Noue Bras de Fer
44200 Nantes
+33 (0)2 51 80 28 28
altavia-nantes.com



Après 3 années de croissance soutenue, l'équipe d'IMS intensifie ses efforts au service de la dynamisation des lieux d'achats autour d'un leitmotiv : « La performance durable ».

- 19 CLIENTS
- MERCHANDISING
- THÉÂTRALISATION
- STORE SYSTEM® : AUTOMATISATION DES OPÉRATIONS, GESTION DES RÉASSORTS, CONTRÔLE BUDGÉTAIRE, MAÎTRISE LOGISTIQUE



Raphaël Moisand
Directeur Général
rmoisand@ims-retail-agility.com

PÉRENCHIES – ZA du Bois,
4, rue du Tilleul, 59840 Pérenchies
+33 (0)3 20 17 28 80
www.ims-retail-agility.com



L'expert en logistique du groupe Altavia gère l'ensemble des flux nationaux et internationaux de ses clients sur les modes de transport adaptés (routier, multimodal, véhicule léger...). avec l'appui d'un réseau de plus de 500 partenaires.

- 23 CLIENTS
- LIVRAISON NOCTURNE
INTER DÉPÔTS POUR LA VPC
ET LE E-COMMERCE
- LOGISTIQUE DES SUPPORTS
DE COMMUNICATION
- APPROVISIONNEMENT
INTERNATIONAL EN COMPLETS
ET DISTRIBUTION EN RÉGIONS



Patricia Seprez
Présidente
patricia.seprez@optitrans.fr

LYON – 19, chemin de la Plaine,
69390 Vourles
+33 (0)4 78 86 86 70
altavia-optitrans.com





Créée en 2010, DISKO fait partie des agences de communication digitale les plus primées du secteur. S'appuyant sur 160 experts digitaux et composée d'1/3 de stratèges, d'1/3 de créatifs et d'1/3 de technologues, DISKO imagine et déploie les outils et les campagnes de communication digitales de leaders mondiaux. En 2017, l'agence DISKO et le groupe Altavia s'associent pour créer une offre de pure player digital et international unique sur le marché, véritable alternative latine aux agences digitales anglo-saxonnes. Agilité, créativité et performance, mais aussi capacité d'accompagnement des clients dans la stratégie comme dans l'exécution, sont autant de valeurs partagées par Altavia et DISKO. Ce rapprochement marque une nouvelle étape dans la construction du modèle unique d'Altavia : celui d'un groupe international et indépendant de communication commerciale omnicanal, 100% dédié aux enseignes et marques commerçantes.

- 100 CLIENTS
- LUXE
- RETAIL
- E-COMMERCE
- STRATÉGIE DIGITALE
- SOCIAL MEDIA

■ PRIX :

Agences de l'année : Agence Digitale Indépendante de l'Année pour la 3^{ème} fois.
The Love Awards - Best Social Video Series - Silver Love Award pour La Cimade, campagne Moving Gesture
Trophées Marketing Magazine - Coup de Cœur de la Rédaction pour La Cimade, campagne Moving Gesture.
Grand Prix de l'ADETEM - Innovation marketing/digitale - Mention spéciale pour Moving Gesture (La Cimade)
Gold Pentaward, catégorie « Luxury. Limited editions, limited series, event creations » pour le concept de packaging Edition limitée Carnovsky pour Hennessy
EPICA Awards - Online Campaign - Luxury - Silver Epica Award pour Pierre Hermé Paris
Grand Prix Stratégies du Digital - Site de marque/produit - Bronze pour « Le Secret » de Van Cleef & Arpels
OTAC Awards 2016, 2017 et 2018 - 1^{ère} place dans les catégories Mobile, Online Application, Online Talent Communication & Best Career Website.



Davy Tessier
Président et co-fondateur
davy@disko.fr



Mickael Lellouche
Directeur Général
et co-fondateur
mickael@disko.fr

PARIS – 70, rue des
Maraîchers, 75020 Paris
+33 (0)1 80 88 58 50
disko.fr



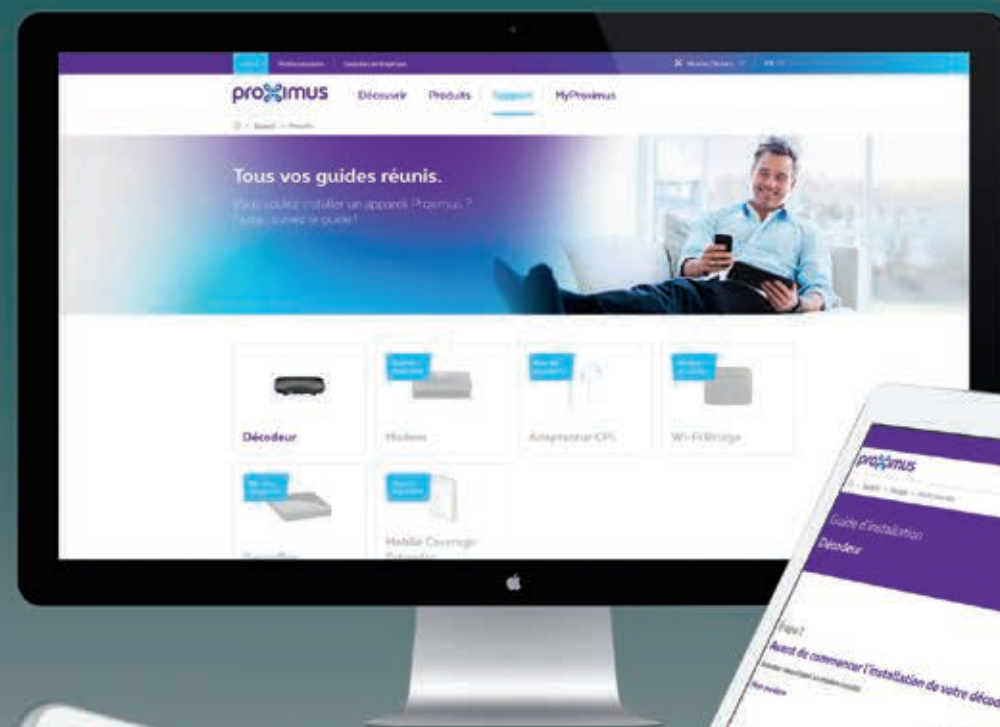
ALTAVIA EN EUROPE



Si le groupe Altavia a démarré son développement européen il y a près de 25 ans, il ne cesse de repousser les frontières du « Vieux Continent ». Déjà présent en Russie, en Ukraine et en Turquie, Altavia Europe a ouvert de nouvelles business units en 2017 aux pays baltes

(Estonie, Lettonie, Lituanie), au Kazakhstan, en Croatie, aux Pays-Bas, grâce à l'acquisition de Sumis, et s'est renforcé en Pologne avec l'acquisition de l'agence digitale Kamikaze.

Didier De Jaeger
Directeur Général Altavia Europe



L'agence 360° bruxelloise enrichit ses expertises en conseil stratégique digital, en social media et en packaging. En 2017, Altavia Act* a participé au lancement du Baromètre de la Valeur Shopper® en Belgique avec Altavia Shoppermind : l'agence peut désormais s'appuyer sur ce formidable outil de connaissance clients pour mieux accompagner les retailers dans la définition de leur stratégie de lien client.

- 57 CLIENTS
- AGENCE CONSEIL 360°
- BAROMÈTRE DE LA VALEUR SHOPPER®
- STRATÉGIE DIGITALE ET RÉSEAUX SOCIAUX
- PACKAGING



Anne-Catherine Trinon
Directrice Générale
ac.trinon@altavia-act.com

BELGIQUE, BRUXELLES
Avenue Louise 287/b5, 1050 Bruxelles
+32 (0)2 743 26 10
altavia-act.com



Altavia Baltics fournit un bouquet de services unique dans la région, couvrant tous les aspects du print management pour des clients internationaux : retailers et marques commerçantes.

- 8 CLIENTS
- PUBLISHING SERVICES
- GRANDS COMPTES INTERNATIONAUX



Liene Cekula
Directrice Opérationnelle
l.cekula@altavia-group.com

RIGA – Leriku Street 5, LV-1084, Riga
+371 220 05 759
altavia-baltics.com

Kat Hon A

YOUR MAKE
YOUR ATTITU

ALTAVIA ČESKÁ, ALTAVIA ROMÂNIA, ALTAVIA HUNGÁRIA & ALTAVIA CROATIA

Fonctionnant comme un hub pour l'activation commerciale des retailers pour toute la région de l'Europe Centrale et de l'Est, les quatre business units collaborent au service de clients internationaux bien au-delà des frontières de leur pays. En 2017, 80% de leurs projets retail ont été implémentés à travers plusieurs pays d'Europe.

- 62 CLIENTS
- AGENCE 360°
- PRODUCTION : FLAT PRINT, PLV MULTI MATÉRIAUX
- RETAIL : DESIGN, PRODUCTION
- LOGISTIQUE ET INSTALLATION



Altavia Česká

Rodolph Crozier
Directeur Général
r.crozier@altavia.cz

PRAGUE – Počernická 96/272, 108 00 Praha 10
+420 296 411 541

altavia.cz

Altavia România

Radu Paun
r.paun@altavia.roz

BUCAREST – Str. Vasile Lascar, nr.178, sector 2,
20 000 Bucarest
+40 74 25 82 84 2

Altavia Hungária

Tamás Lázárfalvi
tamas.lazarfalvi@altavia.hu

BUDAPEST – Bécsi út 58, 1034 Budapest
+36 1 228 9221

altavia.hu

Altavia Croatia

Aleksandra Slabinac
a.slabinac@altavia.hr

ZAGREB – Trg Petra Svačića 6, 10 000 Zagreb
00385 91 524 06 07

SEPHORA

Loves

Kat Hon A



ALTAVIA HELLAS

Altavia Hellas poursuit le développement du modèle 360° d'Altavia au service de l'activation commerciale des enseignes et marques commerçantes. Sa proposition de solutions de sourcing solidaire pour une communication éco-responsable marque encore un peu plus sa différence sur le marché.

- 10 CLIENTS
- AGENCE 360°
- SOLSO / SOURCING SOLIDAIRE
- ECOPUBLISHING®



Rania Athanasoulia
Directrice Générale
r.athanasoulia@altaviahellas.gr

GRÈCE, ATHÈNES – 103 Ethnikis
Antistaseos str, 15451 N.Psychiko, Athens
+30 210 67 73 900

ALTAVIA DEUTSCHLAND

Une nouvelle année de croissance pour la business unit allemande, experte en publishing services, avec notamment un élargissement de son patrimoine clients qui comprend désormais de nombreux retailers allemands.

- 32 CLIENTS
- PRINT MANAGEMENT
- PUBLISHING SERVICES
- DÉCLINAISON CRÉATIVE



Peter Schober
Directeur Général
p.schober@altavia-deutschland.com

DÜSSELDORF – Grafenberger Allee 100,
40 237, Düsseldorf
+49 211 54 26 88 0
altavia-deutschland.com





L'agence de shopper marketing poursuit son développement en consolidant ses synergies avec Altavia HTT au Royaume-Uni et en renforçant la proposition de valeur faite à ses clients, notamment grâce à la transformation de son studio de design.

- 56 CLIENTS
- AGENCE 360°
- SHOPPER MARKETING
- GLOBAL TRAVEL RETAIL
- STRATÉGIE & PLANNING
- DIGITAL
- PROMOTION DES VENTES
- PRIX : PM Awards 2017 : Gold & Silver awards pour Alpro, campagne « Your Smoothie, Your Way »
Frontier Awards 2017 : Marketing Campaign of The Year pour Hendricks, campagne « World Cucumber Day Activation »



Stuart Becker
Directeur Général
stuart@hrg.co.uk
ROYAUME-UNI, NORTHAMPTON
Mercury House, 8 Sandy Way, Grange Park, NN4 5EJ Northampton
+44 1604 703 200
hrg.co.uk



Historiquement spécialisé dans le print management, Altavia HTT élargit ses offres en merchandising et design de packaging. Associée à HRG, l'agence de shopper marketing du groupe installée à Northampton, Altavia HTT démultiplie les synergies au service de l'activation commerciale des commerçants depuis ses deux bureaux de Sheffield et Londres.

- 39 CLIENTS
- PUBLISHING SERVICES
- COORDINATION INTERNATIONALE DE GRANDS COMPTES



Nick White
Directeur Général
n.white@altavia-group.com

ROYAUME-UNI
SHEFFIELD – 4 Park Square, Newton Chambers Road, Thorncliffe Park, Chapeltown, S35 2PH Sheffield
+44 (0) 114 220 3760
LONDRES – WeWork Waterhouse Square, 3 Waterhouse Square, 138 Holborn, London, EC1N 2SW



ALTAVIA IBÉRICA

L'innovation et le partage ont rythmé l'année pour les équipes d'Altavia Ibérica, réparties entre trois villes : Madrid, Barcelone et Lisbonne. En 2017 : génération participative d'idées créatives de business, outils de Réalité Augmentée, ou réalisation de vidéos en 3D sont venus nourrir les recommandations stratégiques au service de l'activation commerciale des clients d'Altavia Ibérica.

- 38 CLIENTS
- AGENCE 360°
- INNOVATION
- CRÉATIVITÉ
- ÉCHANGE ET PARTAGE



Erick Bilinski
Directeur Général
e.bilinski@grupo-altavia.com

MADRID – Calle Orense, n°16 -
1a Planta, 28020 Madrid
+34 91 121 38 38

BARCELONE – Ctra. Sta. Creu
de Calafell, 33. 2a Planta, 08830
Sant Boi de Llobregat, Barcelona
+34 93 511 19 00

LISBONNE – Avenida 5 de Outubro 151 -
6E, 1050 Lisboa
+35 1 217 826 080

www.altaviaiberica.es



ALTAVIA ITALIA, STYLUM & ROKIVO

20 ans après sa création, Altavia Italia est devenu l'acteur incontournable de la communication commerciale omnicanal en Italie. Ce positionnement vient notamment de son rapprochement avec les agences digitales Rokivo & Stylum et de l'observation étroite du comportement des clients des principales enseignes italiennes, menée par Altavia Lab et incarnée par la publication du Baromètre annuel de la Valeur Shopper®. Altavia Italia est aujourd'hui implantée à Rome, Turin et au cœur de Milan, où ses équipes ont ouvert leurs bureaux aux communautés locales et organisent de nombreuses séances de co-création avec leurs clients.

- 88 CLIENTS
- AGENCE 360°
- BAROMÈTRE DE LA VALEUR SHOPPER®
- CO-CRÉATION
- HAPPY 20 !



Paolo Mamo
Président
p.mamo@altavia.it

Simona Lazzerini
Directrice Générale
s.lazzerini@altavia.it

MILAN – Alzaia Naviglio Pavese 78/3, 20142 Milano
+39 02 30 30 43

ROME – Via Boezio 6, 00193 Roma
+39 06 32 80 34 05

TURIN – Via Cigna 96/17D, 10152 Torino
+39 011 50 69 505

www.altavia.it





KAMIKAZE

Agence digitale de référence sur le marché polonais, Kamikaze s'est rapproché d'Altavia Polska pour offrir au marché polonais une offre intégrée unique couvrant l'intégralité de la chaîne de valeur depuis la création jusqu'à l'exécution, on et off line, au service des commerçants et marques leaders.

- **29 CLIENTS**
- **OFFRE 360°**
- **COMMUNICATION DIGITALE**
- **RÉSEAUX SOCIAUX**
- **ACTIVATION COMMERCIALE**



Michal Ryszkiewicz
Directeur Général
michal.ryszkiewicz@kamikaze.com.pl



Joanna Dering
Directrice Générale
joanna.dering@kamikaze.com.pl

POLOGNE, ŁÓDŹ – ul. Piotrkowska
262/264, 90-361 Łódź
+48 42 663 05 80
kamikaze.digital



ALTAVIA POLSKA

En 2017, Altavia Polska s'est rapproché de l'agence digitale Kamikaze pour offrir au marché polonais une offre intégrée unique couvrant toute la chaîne de valeur depuis la création jusqu'à l'exécution, on et off line, au service des commerçants et marques leaders.

- **23 CLIENTS**
- **OFFRE 360°**
- **PUBLISHING SERVICES**
- **LOGISTIQUE**
- **PACKAGING**
- **THÉÂTRALISATION**
- **ACTIVATION COMMERCIALE**



Ireneusz Laskowski
Directeur Général
i.laskowski@altavia.pl

VARSOVIE – ul. Spokojna 5,
01-044 Warszawa
+48 22 315 25 00
altavia.pl

Né de la fusion entre Altavia Türkiye et l'agence digitale Dekatlon Buzz, Altavia Dekatlon propose aujourd'hui une offre 360° complète au service de l'activation commerciale des retailers et marques leaders en Turquie.

- 17 CLIENTS
- AGENCE 360°
- RÉSEAUX SOCIAUX
- TRANSFORMATION DIGITALE
- PRINT MANAGEMENT
- DESIGN
- MARKETING SERVICES
- COMMUNICATION DE MARQUE
- COORDINATION INTERNATIONALE GRANDS COMPTES
- POST-PRODUCTION & MOTION GRAPHIC DESIGN
- PRIX : Stevie, Campagne marketing de l'année pour Fibabanka Youtube, Ads Leaderboard Turkey pour Turkish Airlines

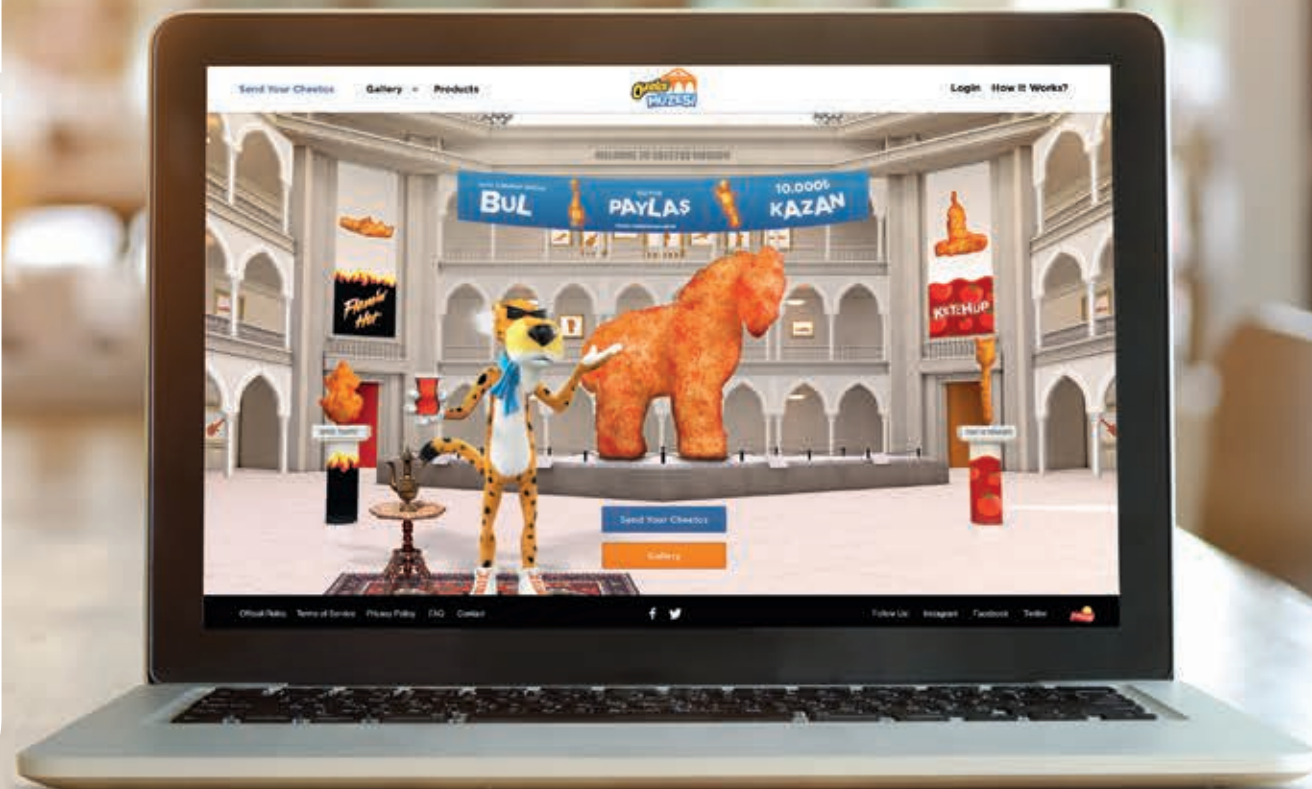


Samet Ensar Sari
Président
s.sari@altavia-dekatlon.com



Vadi Efe
Directeur Général
v.ef@altavia-dekatlon.com

TURQUIE, ISTANBUL
Mahmut Yesari Cad.
N°8 Koşuyolu, Istanbul
+90 216 40 22 233
altavia-dekatlon.com



Avec un positionnement unique sur les marchés russe et ukrainien, les deux business units s'affirment à la fois comme agences de communication multicanal et plateformes de print management de référence. En 2018, elles vont être renforcées par la nouvelle entité : Altavia Turan, installée au Kazakhstan et active dans cinq pays d'Asie centrale.

- 38 CLIENTS
- PRINT MANAGEMENT
- MARKETING SERVICES
- ACTIVATION COMMERCIALE



Andrey Ivanov
Directeur Général
a.ivanov@altavia.ua

Altavia Rus

MOSCOU – 21/3, Yablochkova str,
127322 Moscow
+7 495 984 64 45
altavia.ru

Altavia Ukraina

KIEV – 3B, Vul. Levandovska, 01010 Kyiv
+38 044 33 76 551
altavia.ua

Altavia Turan

ALMATY – Tole bi st., building 101, block B,
9th Floor, 050012 Almaty
+7 (727) 355 44 48

ALTAVIA SUMIS & FEL

Sumis et FEL ont rejoint le groupe Altavia en 2017 et restructuré leur organisation pour construire une nouvelle proposition de valeur autour du leitmotiv : « In and around store », sous la marque Altavia Sumis. Altavia Sumis & FEL (agence d'activation) se transforme pour développer une offre 360°, de l'activation commerciale à l'exécution et au placement en magasin pour des retailers et marques leaders aux Pays-Bas.

- 62 CLIENTS
- ACTIVATION ET CRÉATION
- ACHATS ET PRODUCTION MANAGEMENT
- LOGISTIQUE MARKETING
- STORE DESIGN



Stefan Hijstee
Directeur Général
stefan.hijstee@altaviasumis.nl



Marc Smeitink
Directeur Commercial
marc.smeitink@altaviasumis.nl



Koen de Groot
Directeur Général FEL
koen.degroot@altaviasumis.nl



Ferry Bol
Directeur de la Création FEL
ferry.bol@altaviasumis.nl

PAYS-BAS, AMSTELVEEN
Amsterdamseweg 206
1182 HL Amstelveen
+31 20 799 89 01

sumis.com
fel.nl



ALTAVIA AAA



Solidement implanté sur tout le continent européen, le groupe Altavia s'est lancé depuis une quinzaine d'années dans une aventure mondiale qui l'a emmené sur trois nouveaux continents : l'Afrique, l'Amérique et l'Asie.

Ces nouveaux territoires présentent de nombreux défis mais sont surtout riches de très belles opportunités pour nos clients. Aujourd'hui, nous visons une accélération de notre croissance en Asie du Sud-Est et à travers les Amériques.

*Lorenzo Bertagnolio
Directeur Général Délégué
Développement International*

ALTAVIA MOROCCO

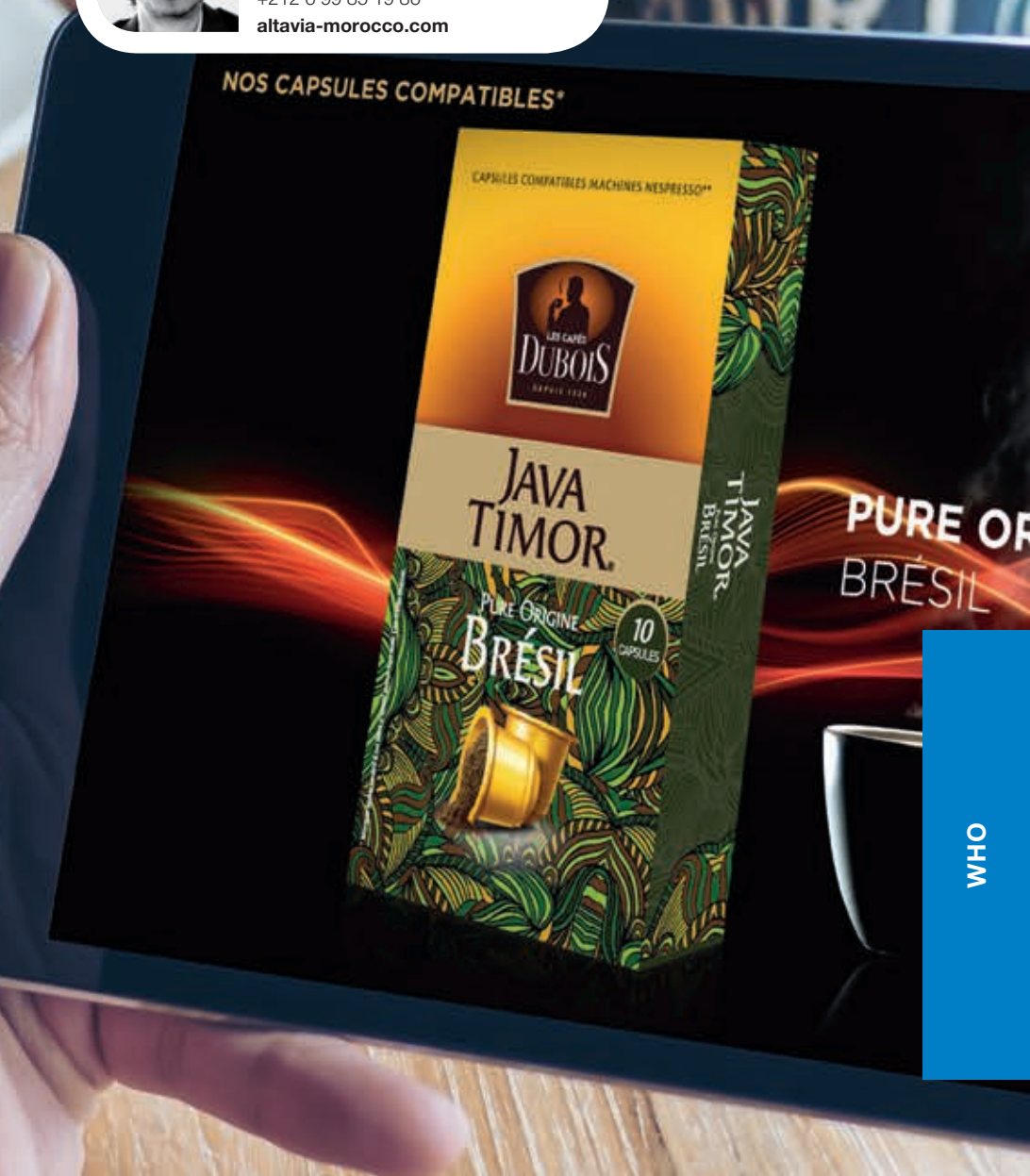
Hub d'Altavia pour toute l'Afrique francophone, Altavia Morocco propose une offre en retail marketing unique et des outils innovants sur un marché à fort potentiel de croissance.

- 6 CLIENTS
- AGENCE 360°
- DESIGN 3D
- PRINT MANAGEMENT



Jérémie Dahan
Directeur Général
j.dahan@altavia-morocco.com

CASABLANCA – 112, boulevard d'Anfa
20250 Casablanca
+212 6 99 85 19 86
altavia-morocco.com



WHO



ALTAVIA MIDDLE EAST

Avec une offre 360° et une parfaite connaissance du marché, Altavia Middle East offre des solutions sur mesure aux besoins des enseignes à réseau de toute la zone.

- **5 CLIENTS**
- **HUB MIDDLE EAST**
- **AGENCE 360°**



Lorenzo Bertagnolio
Directeur Général
l.bertagnolio@altavia-group.com

DUBAÏ – Platinum Tower, #4102 cluster I,
Jumeirah Lakes Towers,
PO BOX 391397, Dubai, UAE
+971 4 388 66 73



Installée à Montréal et Toronto, l'agence CloudRaker, spécialisée en marketing et technologie, a rejoint le groupe Altavia en 2017. Proposant une offre intégrant un ADN digital et des services marketing, l'agence produit des expériences client « significatives » en combinant données, créativité et technologie pour servir la croissance des marques de détail ambitieuses.

- 20 CLIENTS
- EXPÉRIENCES INTÉGRÉES
- STRATÉGIE ET CAMPAGNES PUBLICITAIRES
- MÉDIAS SOCIAUX
- SHOPPER MARKETING
- PLANIFICATION ET ACHATS MÉDIA
- SCIENCE DES DONNÉES



Thane Calder
Président
tcalder@cloudraker.com



Pascal Hébert
Directeur Général
phebert@cloudraker.com

CANADA, MONTRÉAL
1435 rue Saint-Alexandre,
Suite 700, Montréal H3A 2G4
+971 54 443 84 88
cloudraker.com



Altavia Prodigy, créé courant 2016 à Montréal, a consolidé en 2017 sa récente implantation avec le renforcement de son offre en publishing services. Altavia Prodigy est la première plateforme indépendante de gestion déléguée d'édition (print management) sur le marché canadien au service des marques de grande consommation et des distributeurs.

- 9 CLIENTS
- PRINT MANAGEMENT
- STUDIO / DÉCLINAISON CRÉATIVE
- OPTIMISATIONS
- APPROVISIONNEMENT ÉCO-RESPONSABLE ET SOLIDAIRE
- OUTILS INNOVANTS



Laurent Saumon
Président
l.saumon@altavia-canada.com

CANADA, MONTRÉAL
1435, rue Saint-Alexandre, Suite
700 Montréal, Québec, H3A 2G4
+1 514 843-8975
altavia-prodigy.ca





ALTAVIA KOREA & TELL ME ABOUT IT

L'offre de communication commerciale 360° d'Altavia en Corée est issue des synergies créées entre nos deux entités : Tell Me About It, une agence de marketing servant essentiellement des leaders de la santé et de la cosmétique, et Altavia Korea qui offre des services d'optimisation des coûts à travers des solutions sur mesure de print management.

- 13 CLIENTS
- MARKETING COMMUNICATION 360°
- MARKETING DIGITAL
- CONSEIL EN PRINT MANAGEMENT



Ho Park
Directeur Général
ho.park@altavia.kr

SÉOUL – #306, 70 Dokseodang-ro
(Hannam-dong), Yongsan-gu, 04 420 Seoul
+82 2 737 1314

ALTAVIA JAPAN

Depuis 2014, Altavia Japan a affirmé son positionnement de partenaire en publishing services des enseignes et marques commerçantes. Première agence de communication internationale certifiée FSC® au Japon, Altavia Japan propose une offre de communication unique, alliant la responsabilité, à travers la démarche Ecopublishing®, et l'excellence, notamment grâce à un système de colour management exclusif.

- 12 CLIENTS
- PRINT MANAGEMENT
- SYSTÈME DE COLOUR MANAGEMENT
- CERTIFICATION FSC®



Yukiko Inoue
Directrice Générale
y.inoue@altavia.jp

TOKYO – Shinjuku Park Tower N30F, 3-7-1
Nishi Shinjuku, Shinjuku-ku, 163-1030, Tokyo
+81 3 53 26 30 61
altavia.jp





Forte de son équipe composée de plus de 200 talents nationaux et internationaux répartis entre ses 5 bureaux à Shanghai, Beijing, Guangzhou, Chengdu et Hong Kong, Altavia China a renforcé son offre de services en communication commerciale pour le retail avec de nouvelles expertises digitales. Sur un marché où les innovations rythment le quotidien, Altavia China ambitionne de profiter du contexte de croissance pour accélérer son développement et devenir le partenaire de commerce de ses clients en Chine et à l'international.

- 27 CLIENTS
- COUVERTURE NATIONALE : SHANGHAI, BEIJING, GUANGZHOU, CHENGDU ET HONG KONG
- SPÉCIALISTE DE LA COMMUNICATION COMMERCIALE INTÉGRÉE
- EXPERTISE EN EXÉCUTION MARKETING



Jing Legrand
Directrice Générale
j.legrand@altavia-group.com

Altavia Advertising Co., Ltd.

BEIJING – Unit 02-03, 22nd floor, Zhong Yu Plaza, No Jia-6, Gongti Bei Road, Chaoyang District, 100027 Beijing
+8610 65393621

Altavia Advertising Co., Ltd. Shanghai Branch

SHANGHAI – 3rd Floor, Block E, No. 381 Pan Yu Road, Chang Ning District, 200052 Shanghai
+8621 62301100

Altavia Advertising Co., Ltd. Chengdu Branch

CHENGDU – Room 301, Building 1, Zone B, Red Star Advertising Creative Industry Park, No.35, Hongxing Road, Jinjiang District, 610041 Chengdu
+8628 86026150

Altavia Advertising Co., Ltd. Guangzhou Branch

GUANGZHOU – Room 3609, Shuntak Business Centre, No.246, Zhongshan Si Road, Yuexiu District, 510030 Guangzhou
+8620 83635151

Altavia Hong Kong

HONG KONG – 17/A On Hing Building, 1, On Hing Terrace Central, Hong Kong
+852 22947751

ECOPUBLISHING® EST UNE DÉMARCHE DE PROGRÈS CONTINU

Chaque année, nous avons à cœur de concevoir et réaliser un rapport annuel original et responsable, innovant dans ses composants tout en respectant les critères d'Ecopublishing®, la marque de fabrique responsable du groupe Altavia.

Le rapport annuel est imprimé sur du papier Cyclus Offset 115g certifié FSC® 100% recyclé, Ecolabel européen, issu de fibres 100% recyclées, distribué par Antalis. La couverture et l'étui du rapport annuel sont imprimés sur du Kraftpak 307g certifié PEFC™, fibres issues de forêts certifiées poussant à proximité de l'usine, distribué par INAPA.

Le rapport annuel a été imprimé en France par l'imprimerie Vincent, sur son site de Tours (37). L'imprimerie est labellisée Imprim'vert et certifiée FSC® & PEFC™.

L'assemblage des éléments a été réalisé par AlterEos, une entreprise adaptée, employant plus de 80% de personnes fragilisées par un handicap, et permettant de donner la priorité à l'emploi, l'insertion dans le milieu professionnel et la formation.



ecopublishing®

LA MARQUE DE FABRIQUE RESPONSABLE D'ALTAVIA

Merci à nos partenaires qui ont contribué à la réalisation de ce rapport annuel : CirclePrinters, Maury Imprimeur, Antalis et Vincent Imprimeries.



CONTACTEZ-NOUS



**BUSINESS
DEVELOPMENT
GROUPE**

Laurent Gampel
l.gampel@altavia-group.com



**BUSINESS
DEVELOPMENT
FRANCE**

Gilles Maurisset
g.maurisset@altavia-group.com



**COMMUNICATION
INTERNE & EXTERNE
GROUPE**

Laura Sévénier
l.sevenier@altavia-group.com



**FUSIONS
& ACQUISITIONS**

Aurélien Musset
a.musset@altavia-group.com

SUIVEZ-NOUS



SUR TWITTER
twitter.com/altaviagroup



SUR YOUTUBE
youtube.com/c/altavia



SUR LINKEDIN
linkedin.com/company/altavia



SUR FACEBOOK
facebook.com/altavia.group

Crédits photos :

Nathou Dupont Manoury, Léo Favreau, Cyrille George Jerusalmi, Fabrice Gousset, Olivier Octobre, Olivier Sabatier, Bénédicte Van Der Maar, Manu Viart

Direction artistique et rédaction : Altavia Lille, Direction de la Communication Altavia

Copyright : Paris, Altavia, 2018

Le rapport annuel 2017 d'Altavia a été réalisé
avec l'aide de l'ensemble des équipes de notre réseau
international. Nous les remercions pour leur participation.

ALTAVIA-GROUP.COM

