

DOSSIER DE PRESSE

# the retail Alchemists



ALTAVIA



# FICHE D'IDENTITÉ ALTAVIA

Fondé à Paris en 1983 par Raphaël Palti, son Président-Directeur Général, **Altavia est aujourd'hui le premier groupe international indépendant de communication commerciale, dédié au retail.**

Le groupe propose des solutions d'**activation commerciale** spécialement adaptées aux besoins des retailers.

Altavia trouve des voies innovantes, technologiques et performantes, au service quotidien de plus de 300 enseignes et marques internationales leaders. Présent dans 39 villes dans 26 pays dans le monde, le groupe Altavia emploie plus de 1 500 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 699 millions d'euros en 2016.

## CONVICTIONS

Entre un vieux monde qui tarde à disparaître et un nouveau monde en devenir, les retailers doivent se réinventer : nouvelles offres, nouvelle relation clients, nouveaux modèles...

Aujourd'hui, la performance de leur communication commerciale naît d'une alchimie unique, créatrice de liens fructueux entre une enseigne à ses clients. Cette alchimie relationnelle doit être constamment nourrie, enrichie, transformée. C'est ce que nous faisons chaque jour pour plus de 300 clients, distributeurs et marques leaders dans le monde.

Notre secret ?

Allier créativité & pragmatisme, expérience & innovation, capacités de création & d'industrialisation des process, savoir-faire en production et en optimisation & maîtrise des ressorts de la relation client et des nouvelles attentes des consommateurs.

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.

*the retail  
Alchemists*

## CRÉATION

Groupe créé en France en 1983 par Raphaël Palti, son Président-Directeur Général.

## PRÉSENCE

26 pays dans le monde (en Europe, en Asie et en Amérique) dont 5 agences régionales en Chine (Guangzhou, Chengdu, Beijing, Shanghai et Hong-Kong) et 6 agences régionales en France.

## CHIFFRE D'AFFAIRES CONSOLIDÉ EN 2016

699 M€

## REVENU BRUT

124,5 M€

## RÉSULTAT D'EXPLOITATION

16,4M€

## EFFECTIFS

1 500 personnes

## SUIVEZ-NOUS

### CONTACT COMMUNICATION

**Laura Sévenier**  
Directrice de la Communication

[l.sevenier@altavia-group.com](mailto:l.sevenier@altavia-group.com)  
01 49 48 85 01



### SUR FACEBOOK

[facebook.com/altavia.group](https://facebook.com/altavia.group)



### SUR TWITTER

[twitter.com/altaviagroup](https://twitter.com/altaviagroup)



### SUR LINKEDIN

[linkedin.com/company/altavia](https://linkedin.com/company/altavia)



### SUR YOUTUBE

[youtube.com/c/altavia](https://youtube.com/c/altavia)

[WWW.ALTAVIA-GROUP.COM](http://WWW.ALTAVIA-GROUP.COM)



# UNE SUCCESS STORY FRANÇAISE...

## Altavia, 1<sup>er</sup> groupe international indépendant de communication commerciale dédié au retail

Créé en 1983 par Raphaël Palti, son Président Fondateur, Altavia est le premier groupe international indépendant de communication commerciale dédié au retail. Altavia propose des solutions de communication commerciale sur-mesure, au service de l'activation commerciale de ses clients.

### L'AUDACE RÉCOMPENSÉE

L'audace est inscrite au cœur de l'ADN d'Altavia : l'audace d'une jeune agence qui, en 1983, parvient à convaincre des distributeurs, leaders sur leur marché, de lui faire confiance pour les accompagner dans leur communication commerciale. L'audace de donner leur chance à des personnes au profil atypique, parce qu'elles possèdent ce savoir-être singulier qui nous est cher, fait d'enthousiasme, de créativité et de sens du service client. L'audace de poursuivre, année après année, l'ambition de construire un modèle d'entreprise unique, engagée et organisée autour de son Patrimoine Clients et de son Capital Humain. Conscient que sans l'humain, l'entreprise ne peut être pérenne, Altavia prend soin de ses équipes et de leur diversité pour construire son développement.

### THE RETAIL ALCHEMISTS

Nous accompagnons nos clients pour les aider à définir ou à retrouver une alchimie relationnelle unique avec leurs clients. La force et la singularité d'Altavia résident dans sa capacité à accompagner les entreprises aussi bien sur les idées d'activation commerciale que sur leur mise en œuvre. Les experts d'Altavia répondent à des problématiques de stratégie, de création mais aussi d'optimisation de la production des campagnes de communication commerciale. Pour cela, Altavia travaille à la fois sur des concepts marketing, des applications mobiles, des campagnes de guérilla commerciale ou encore des catalogues imprimés et digitaux.

Pour aider ses clients retailers à créer ou renforcer leurs liens avec leurs propres clients, Altavia combine sa passion du retail et ses expertises en marketing et en publishing avec des technologies de pointe. À travers un large éventail de savoir-faire, l'entreprise met tout en œuvre pour procurer des expériences d'achat satisfaisantes et fidélisantes. L'entreprise améliore ainsi la performance commerciale de plus de 300 clients tels que : Air France, Auchan, Biocoop, Carrefour, Castorama, Feu Vert, Jeff de Bruges, Philips, Marionnaud, McDonald's, Mondelez, Nature & Découvertes, Sephora, Subway, Shell, Yves Rocher, etc.

### UN DÉVELOPPEMENT INTERNATIONAL INCESSANT

Altavia est devenu le partenaire privilégié des enseignes de distribution et sert chaque jour plus de 300 retailers, généralistes et spécialisés, leaders sur leur marché à travers 26 pays. En un peu plus de 30 ans, le groupe a su asseoir son expertise à l'international.

Si les premières années, l'entreprise s'est concentrée sur la consolidation et le développement de son savoir-faire, elle s'engage dès 1995 dans une phase de croissance internationale rapide avec en premier lieu la conquête de l'Europe. D'abord Madrid, Barcelone, Athènes, Londres, puis en 2005, l'Asie, avec des ouvertures à Beijing, Shanghai, Chengdu et Guangzhou. Les années qui suivent confirment le succès de cet essor à l'international, qui s'est étendu récemment à la Russie, le Japon, le Canada ou encore Dubaï. Altavia est fier d'être présent dans 26 pays et 39 villes dans le monde.

# ...PORTÉE PAR RAPHAËL PALTÍ

*Fondateur et Président-Directeur Général*

Né en 1958, Raphaël Palti grandit à Saint-Nazaire. D'abord attiré par la production cinématographique, ce fils de commerçants part pour la capitale à la fin des années 70 afin de suivre des études de commerce. Diplômé de l'ESLSCA, il s'oriente vers la communication, parcours à la croisée des chemins entre le cinéma et les affaires. Raphaël Palti fait alors ses premières armes dans plusieurs groupes publicitaires tels que Publicis et Eurocom, avant de créer le groupe Altavia en 1983.



Initialement développé sur un modèle d'agence publi-promotionnelle, Altavia profite pleinement de la montée en puissance de la grande distribution et du rôle accru des centrales d'achat : un secteur qui fera la notoriété du groupe. Visionnaire, Raphaël Palti y voit une opportunité pour son entreprise. Dès lors l'ADN 100% retail d'Altavia est définitivement fixé. Comme il aime à le dire souvent, Altavia est aujourd'hui un groupe de commerçants faisant de la communication, et non l'inverse.

En 1988, après la perte de ses trois plus gros clients en une semaine, l'entreprise est en grande difficulté. L'occasion pour son Président de faire le bilan sur des problèmes structurels de fond et de repartir dans une nouvelle dynamique, à la fois stratégique et organisationnelle. Une remise en question judicieuse puisqu'aujourd'hui Raphaël Palti a fait d'Altavia le premier groupe international et indépendant, spécialisé dans la communication commerciale adaptée aux besoins du retail.

L'activité du groupe Altavia ne cesse de croître année après année, grâce aux rencontres, créations et rachats d'entreprises dans presque tous les domaines de la communication commerciale au service des retailers.

Au sein du groupe Altavia, Raphaël Palti continue de faire du consulting stratégique auprès de certains clients.

Raphaël Palti est Chevalier de la Légion d'Honneur.

**Depuis de nombreuses années, Raphaël Palti engage ses collaborateurs et son entreprise dans des actions de mécénat auprès d'organisations œuvrant selon 3 axes directeurs : la lutte contre la pauvreté et l'exclusion, le soutien de l'entrepreneuriat ou encore l'accès à la culture et à l'éducation. L'engagement sociétal d'Altavia s'inspire des 10 valeurs qui incarnent l'ADN du groupe et implique directement les collaborateurs à travers des actions de mécénat de compétences.**

# PLAN MOVE2020 (MAKE OUR VISION EFFECTIVE)

## Pour soutenir la croissance et l'accélération du développement international du groupe

Altavia se fixe toujours de nouveaux objectifs à la hauteur de ses ambitions. Lancé au début de l'année 2015, le plan MOVE2020 engage toutes les business units et confirme la volonté du groupe de poursuivre sa dynamique de croissance et de renforcer ses offres de communication commerciale, notamment à travers une stratégie d'acquisition offensive dans le digital.

Le MOVE2020 se traduit également par l'accélération de l'internationalisation du groupe sur les zones géographiques : Asie, Afrique et Amériques.

Pour soutenir son développement audacieux, Altavia pourra compter sur de nouveaux partenaires comme le fonds Winch Capital 3 et l'équipe d'Edmond de Rothschild Investment Partners.

*« Si notre ambition grandit avec nous, la passion que nous mettons au service des commerçants ne cesse de croître également. Toute l'énergie et l'enthousiasme, que nous avons partagés à l'occasion des ateliers participatifs au sein de nos business units pour construire notre MOVE2020, en sont la preuve. Cette passion commune est un terreau formidable qui va nourrir notre croissance jusqu'en 2020 »* explique Raphaël Palti.



En 2015, Altavia a fait l'acquisition de l'agence créative Tell me about it, implantée à Séoul (juin 2015) et de l'agence bruxelloise indépendante ACT\* en Belgique (novembre 2015).

En 2016, Altavia a également renforcé son offre et sa présence internationale avec l'acquisition de l'agence de digital commerce Blackwood Digital (janvier 2016) et des agences digitales Stylum et Rokivo à Milan (septembre 2016).

Depuis début 2017, ce sont les agences Dekatlon en Turquie et CloudRaker au Canada qui ont rejoint le groupe.



# ENGAGEMENT SOCIÉTAL ET ENVIRONNEMENTAL

La responsabilité environnementale, économique et sociétale est inscrite dans l'ADN d'Altavia et portée par chacun de ses collaborateurs. Ainsi la RSE constitue le 6<sup>ème</sup> des 6 fondamentaux sur lesquels le groupe appuie son équilibre pour atteindre les objectifs du plan stratégique à l'horizon 2020. « *Chez Altavia, nous sommes porteurs d'une énergie positive. Contribuer à l'élaboration d'une économie positive, c'est être convaincu que nous créons du lien et de la confiance, entre nous, et pour nos clients.* » Raphaël Palti, Président Fondateur.

## POUR UN IMPACT ENVIRONNEMENTAL TOUJOURS DIMINUÉ

- ◆ Ecopublishing®, pour concevoir, déployer et promouvoir des solutions innovantes pour réduire l'empreinte environnementale de la communication commerciale, de la conception à la fin de vie des supports imprimés : origine responsable du papier, maîtrise des émissions de CO<sub>2</sub> de la production du papier, engagement des imprimeurs dans une démarche responsable, supports recyclables. Depuis 2014, les produits sont transportés par des camions à minima EURO 4, hybrides ou électriques.
- ◆ Tous les collaborateurs du groupe ont été formés aux principes des achats solidaires et en partagent les valeurs.

En 2015 Altavia, en partenariat étroit avec Ecofolio, a intégré l'outil Paper Metrics® à son logiciel de devis. Altavia peut donc proposer à tous ses clients des devis éco-conçus intégrant : une simulation d'éco-contribution et l'impact environnemental de ses supports imprimés.

## POUR UN IMPACT SOCIAL TOUJOURS PLUS FORT

- ◆ Trois fois par an, le comité RSE se réunit pour partager les Best practices concernant les enjeux environnementaux autour d'un « repas collaboratif ».
- ◆ Achats solidaires
- ◆ Upcycling : transformation de matière première et secondaire en objets fonctionnels ou décoratifs qui permettent une valorisation environnementale, économique et sociale. Chez Altavia, l'upcycling est réalisé en Entreprise Adaptée ou en Entreprise d'Insertion. En 2014 : trois fois plus de clients d'Altavia sont rentrés dans cette démarche d'upcycling.

En 2015 Altavia a lancé sa marque « Positive Sourcing® ». À l'image d'Ecopublishing®, le positive sourcing est une démarche d'entreprise, un référentiel évolutif et une offre de services. Pour les clients d'Altavia, le positive sourcing se concrétise par des réalisations de production et/ou des prestations en Entreprises Adaptées (EA) ou Établissements et Services d'Aide par le Travail (ESAT) ou Entreprises d'Insertion (EI) par l'ensemble des business units du groupe. Pour consolider cette expertise, Altavia est devenu partenaire du GESAT (Groupement des Etablissement et Services d'Aide par le Travail).



LA MARQUE DE FABRIQUE RESPONSABLE D'ALTAVIA



## NOTRE ENGAGEMENT SOCIÉTAL

L'engagement sociétal d'Altavia s'appuie sur une démarche volontaire qui met en mouvement tous les collaborateurs au sein de chaque pays et de chacune des business units.

Les actions de mécénat se font au bénéfice des communautés locales des territoires sur lesquelles Altavia est implanté.

3 axes directeurs :

- ◆ La lutte contre la pauvreté
- ◆ Le soutien de l'entrepreneuriat
- ◆ L'accès à l'éducation et la culture

**Altavia s'est engagé auprès de l'AROP (Association pour le Rayonnement de l'Opéra de Paris) et de la Cité de la Réussite ; soutient l'action de lutte contre la pauvreté de Positive Planet et l'Agence du Don en Nature qui collecte des produits neufs pour les redistribuer à des associations caritatives. Altavia est membre du Réseau Entreprendre.**





BEST OF

the retail  
Alchemists



ALTAVIA



## VIVE LE COMMERCE

Chaque jour, les 1 500 collaborateurs du groupe travaillent au service de l'Activation Commerciale de plus de 300 clients, enseignes et marques leaders, à travers le monde. Voici une liste de nos principaux clients au service desquels nous sommes fiers de travailler et de grandir.

## MERCI

AB INBEV – ALINEA – AUCHAN – GROUPE VOLKSWAGEN FRANCE – BANQUE ACCORD  
BIC – BIOCOOP – BNP – BRIOCHE PASQUIER – CARREFOUR – CASTORAMA – CIC  
CITROËN – CLEAR CHANNEL – CLUB MED – COCA COLA – COP21 – COURIR – DANONE  
DOVE – DROGAS – EBEBEK – ENGIE – ESPACE EMERAUDE – ESSILOR – FERRERO – FEU VERT  
GERFLOR – GIBSON – GO SPORT – GOODYEAR DUNLOP – GRAND FRAIS – GROUPE FLO  
HEINEKEN – HENKEL – HONDA – INDESIT – JEFF DE BRUGES – JOHNSON&JOHNSON  
KELLOGGS – KINEPOLIS – KOHLER – KUONI – LA MIE CALINE – LA REDOUTE – LACTALIS – LCL  
LEADER PRICE – LEONIDAS – LEROY MERLIN – L'ORÉAL – LUCOZADE RIBENA SUNTORY  
MAAF – MANUTAN – MARIONNAUD – MAXI ZOO – MCDONALDS – MICHELIN – MONDELEZ  
MONDIAL RELAY – MONOPRIX – NATURE ET DECOUVERTES – NESPRESSO – NEXITY  
NISBETS – NUTRICIA – ODEON CINEMA – OFFICE DEPOT – ORANGE – PETIT BATEAU  
PEUGEOT – PHILIPS – PHONE HOUSE – PIAGGIO – PICARD SURGELES – POINT P – POMONA  
PROMOCASH – PROMOD – PROXIMUS – QUICK – REMY COINTREAU – RENAULT  
ROYAL CANIN – SAINT MACLOU – SAMSUNG – SANITEC – SAVANCIA – SCHNEIDER ELECTRIC  
SCHWEPPESS – SCREWFIX – SEB – SEPHORA – SHELL – SNCF – ST MICHEL – SUBWAY  
SUPERMARCHES MATCH – SYSTÈME U – TAYLOR MADE – TARKET – TEKNOSA  
THELEM ASSURANCES – THIERRY MUGLER – THOMAS COOK – TOM TOM – TOTAL  
TRANSGOURMET – URGO – VEOLIA – WATSONS – WILLIAM GRANT – YVES ROCHER

MCDONALD'S

ALTAVIA LILLE



THOMAS COOK

ALTAVIA PALLAS







COCA-COLA

ALTA VIA POLSKA



TOMTOM

HRG

MILÉZIM

AGENCE COSMIC



FERRERO

ALTA VIA PARIS



ALTA VIA

ACCASTILLAGE  
DIFFUSION

ALTAVIA  
SAINT-ÉTIENNE



SEPHORA

ALTAVIA ČESKÁ



KUONI

ALTAVIA NANTES



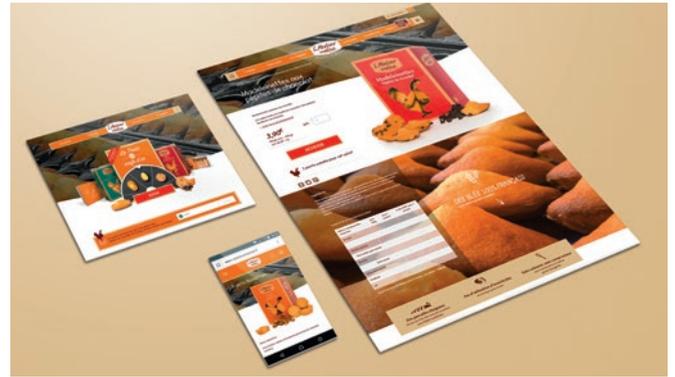
SIEMENS

ALTA VIA HUNGARIA



ST MICHEL

BLACKWOOD DIGITAL



SUBWAY

ALTA VIA CHINA



DOVE

ALTA VIA KOREA



LEGO

ALTA VIA DEUTSCHLAND



LE PETIT MARSEILLAIS

ALTA VIA HELLAS



DANONE

ALTA VIA IBÉRICA



# fête des envies

DU 14 OCTOBRE AU 2 NOVEMBRE 2015

LEROY MERLIN

IMS



CLUB MED

ALTAVIA PARIS

# LEMAG HAPPY FIRST

POUR LES VOYAGEURS QUI ONT UNE LONGUEUR D'AVANCE  
ÉTÉ 2016

**NOUVEAUTÉS**  
VILLAS DE FINOLHU - MALDIVES  
RIO DAS PEDRAS - BRÉSIL  
BUNTA CANA - RÉPUBLIQUE DOMINICAINE

**GRAND ANGLE**  
LE PORTUGAL  
LA DESTINATION DE L'ÉTÉ 2016

Redécouvrez **happy first**  
NOUVELLE FORMULE

Club Med

En réservant à  
**DE 6 MOIS DU DÉPART**

15%<sup>(1)</sup> de réduction

Garantie  
meilleure offre  
de la saison<sup>(2)</sup>

3 À 6 MOIS  
AVANT LE DÉPART

10%<sup>(2)</sup> de réduction

(1) Premiers horaires  
en four des départs à partir du 1<sup>er</sup> mai 2016.  
(2) Voir conditions détaillées au dos de magazine.

L'ORÉAL

ALTAVIA CHINA



2016

L'ORÉAL CHINA

为您送上最美的祝福，愿与您共享新年“美”一天  
sends you its Best Wishes for a very beautiful new year

OASIS

ACTSTAR / ALTAVIA BELGIUM



FEU VERT

ALTAVIA SAINT-ÉTIENNE



NOCIBÉ

ALTAVIA LILLE

