



Articles
promotionnels

RAPPORT SUR LA RESPONSABILITÉ SOCIALE D'ENTREPRISE 2024

Construire de meilleures marques ensemble

Notre engagement en faveur du développement durable et de l'accroissement de notre impact positif sur les associés, les clients et les communautés.



L'amour de la marque, mieux conçu, ensemble.^{MC}

**Les marques sont présentées dans la publicité,
mais elles vivent et évoluent dans les expériences.**

De nombreuses marques parmi les plus emblématiques au monde nous font confiance depuis des décennies pour les aider à construire l'amour de leur marque grâce à des expériences de marchandises personnalisées qui s'alignent sur les valeurs de leur marque.

Ce rapport montre comment notre stratégie de responsabilité sociale d'entreprise (RSE) s'aligne de manière tout aussi authentique sur les valeurs de nos clients.

Il explique comment notre plateforme exclusive d'approvisionnement responsable « Green Light » crée des améliorations en matière de durabilité bien au-delà de l'impact direct de nos propres exploitations.

Il met en évidence la passion de la meilleure équipe du secteur des articles promotionnels pour soutenir les communautés dans lesquelles nous vivons, les missions des clients que nous servons et les uns les autres.

Au total, il démontre comment notre approche holistique de la chaîne de valeur en matière de RSE fait d'Articles promotionnels Staples une marque plus authentique et plus adaptée aux entreprises qui partagent notre engagement fondamental en faveur du développement durable.



Table des matières

04 INTRODUCTION ET APERÇU

Lettre du Président
Faits marquants
Survol de la compagnie

15 RESPONSABILITÉ ENVIRONNEMENTALE

Durabilité
Stratégie carbone
Activités internes
Approvisionnement responsable « Green Light »
Marke Creative

54 IMPACT SOCIAL ET ENGAGEMENT COMMUNAUTAIRE

Le bien-être des employés
Bénévolat
Inclusion et engagement

69 GOUVERNANCE ET ÉTHIQUES

Code d'éthiques et de conduite
Confidentialité et sécurité des données



Lettre du Président

Daron Hines

Je suis fier de partager avec vous notre troisième rapport annuel sur la responsabilité sociale des entreprises (RSE) – une réflexion sur les progrès que nous avons réalisés au cours de l'année passée pour soutenir notre vision de faire avancer l'industrie vers un avenir plus durable.

Cette année, nous avons fait des progrès audacieux qui reflètent non seulement nos valeurs, mais aussi notre engagement inébranlable envers le progrès. Tout au long de ce rapport, vous découvrirez des réalisations significatives de l'année passée, motivées par la passion et l'engagement de nos associés qui donnent vie à notre mission chaque jour.

Je suis fier de partager que toutes nos installations en Amérique du Nord sont désormais alimentées par 100 % d'électricité renouvelable grâce à l'achat de certificats d'énergie renouvelable (REC). Ce jalon est un témoignage de nos actions climatiques agressives et de notre dévouement à réduire notre impact environnemental.

Nous continuons également à approfondir l'impact de notre programme de sourcing responsable Green Light. Aujourd'hui, 73 % de nos dépenses totales aux États-Unis passent par cette initiative, soutenant des fournisseurs qui s'alignent sur nos normes de durabilité et nos pratiques éthiques. C'est une puissante réflexion de ce qui est possible lorsque nous travaillons ensemble vers des objectifs communs.

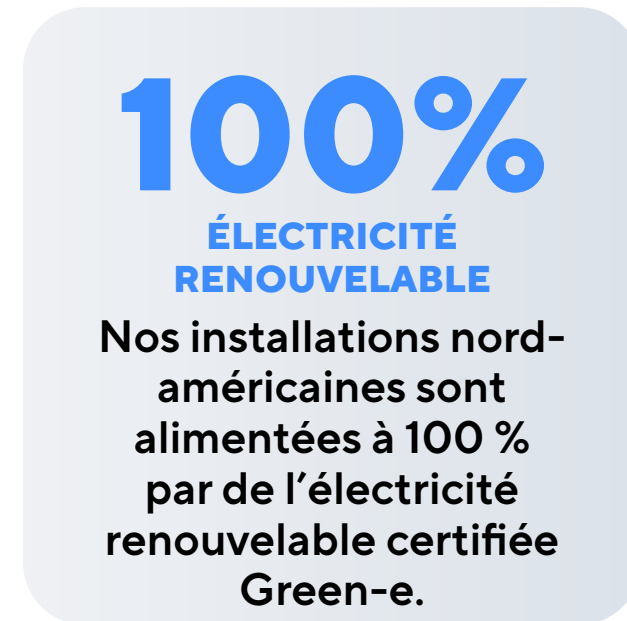
De plus, nous avons élargi notre focus à l'échelle mondiale. Nos bureaux basés au Royaume-Uni, qui opèrent sous le nom de Marke Creative, ont établi des métriques de base durables et lancé des initiatives locales pour obtenir des résultats mesurables en matière de durabilité. Cela marque un nouveau chapitre passionnant dans notre parcours de durabilité mondiale.

Dans chaque recoin de notre entreprise, nous continuons à aligner les personnes, les partenariats et le but pour apporter des changements significatifs. Ces réalisations ne se sont pas produites du jour au lendemain – elles sont le résultat de la collaboration incroyable entre nos clients, nos partenaires de la chaîne d'approvisionnement et nos associés passionnés.

Alors que nous regardons vers l'avenir, nous restons énergisés et optimistes. Nous continuerons à investir dans les initiatives qui comptent le plus : celles qui réduisent notre impact, élèvent nos communautés et renforcent notre capacité à construire de meilleures marques – ensemble.

Merci de faire partie de ce voyage.

Points saillants d'Articles promotionnels Staples



Faits marquants Marke Creative

Articles promotionnels Staples se présente sous le nom de Marke Creative au Royaume-Uni.



Points saillants de Staples

11

Groupes-ressources d'affaires



Cotisations correspondantes aux régimes 401K et REER



7 600 000 \$ +
Dons jumelés de Cause for Caring (Cause pour la compassion)



DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

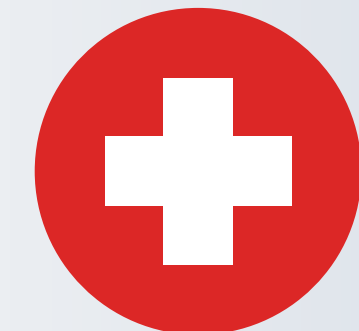
Programme annuel

Remboursement du bien-être

Believe & Achieve!
LIVING OUR VALUES AWARDS

CGS

Programmes



Options de régime d'assurance maladie subventionnés

Aperçu de la compagnie

Nous créons des expériences de marchandises personnalisées qui font grandir l'amour de la marque dans les cœurs et sur les marchés du monde entier.



Nous sommes la société qui représente « L'amour de la marque, mieux conçu, ensemble^{MC} ».

Nous aidons nos clients à faire grandir l'amour de leur marque dans les cœurs et sur les marchés du monde entier grâce à des expériences de marchandises personnalisées de haut niveau.

Les experts les plus stratégiques du secteur, la chaîne d'approvisionnement et le réseau logistique nous permettent d'avoir un impact plus puissant, plus authentique et plus durable sur les marques.

75 et plus

Années en affaires.

500 et plus

boutiques en ligne de produits dérivés des marques personnalisés.

100 et plus

des relations avec les clients qui durent depuis plus de dix ans.

30 et plus

années de classement de l'ASI Central dans les 5 premières places en matière de ventes sur la base de la croissance interne.

40 et plus

programmes mondiaux.

38

clients contractuels de Fortune 100.

100 %

des installations en Amérique du Nord alimentées par de l'électricité renouvelable certifiée Green-e.

40 et plus

emplacements mondiaux.



A obtenu la meilleure note de Nike pour la qualité de broderie et de sérigraphie.



Boutique en ligne dans le monde entier et exécution des commandes.

Power 50

Le président Daron Hines est classé parmi les cadres les plus influents par ASI Central.



Solutions globales de motivation et de reconnaissance basées sur le logiciel SaaS.

Nous nous engageons à fournir les **résultats** dont vous avez besoin.

Nos spécialistes passionnés de l'expérience de marque privilégient la stratégie à la matière. Nous concevons et exécutons au-delà de la marchandise pour vous aider à réaliser la mission de votre investissement.

SOLUTIONS

Culture, récompenses et programmes de reconnaissance

Conception de marchandises sur mesure

Vêtements et marchandises fabriqués sur mesure

Boutique en ligne de marchandises de marque

Sites d'événements et de cadeaux éphémères en ligne

Soutien aux licences

Préparation de trousseaux et d'emballages

RÉSULTATS

Améliorer l'engagement, la fidélisation et la productivité des employés

Reconnaissance plus sincère de la durée de service et des réalisations des associés.

Améliorer la notoriété de la marque pour les événements et les parrainages.

Créer des expériences marketing plus immersives et intégrées.

Combattre la fatigue numérique par des impressions concrètes et percutantes.

Améliorer les interactions personnelles de la marque avec les clients et les associés.

Obtenir de meilleurs résultats en matière de communication.

Mettre en œuvre des stratégies de marketing d'affinité plus efficaces.

Maximiser le retour sur investissement des initiatives clés.



Nous créons des expériences émouvantes pour ceux qui font avancer votre entreprise.

Nous renforçons l'engagement des employés et le lien avec la marque dans les moments les plus significatifs de leur carrière... du recrutement à la retraite, en passant par toutes les réalisations et tous les événements intermédiaires.

Chaque solution est conçue en fonction des objectifs, de l'image de marque et des messages spécifiques du client.

Nous utilisons notre plateforme SaaS pour attribuer des points et permettre aux destinataires de choisir des récompenses qu'ils apprécient personnellement, ce qui augmente la satisfaction et réduit les coûts logistiques.

EXPÉRIENCE DES EMPLOYÉS



Nos solutions ne connaissent pas de frontières.

Les marques les plus aimées au monde comptent sur nous pour leurs expériences multinationales en matière de marchandises, leurs boutiques en ligne, leurs programmes de récompenses et de points.

Nous associons des services régionaux agiles d'approvisionnement en marchandises, d'exécution des commandes et de gestion des comptes à une planification centralisée de l'assortiment, à une surveillance de la marque et à des rapports de tableau de bord.

Nos experts en approvisionnement et en conformité au niveau mondial veillent à ce que chaque marchandise soit d'origine éthique et conforme à la marque, où que vous soyez.



Nous aidons les petites entreprises à trouver l'amour de la marque avec StaplesPromo.com.

TROUVEZ

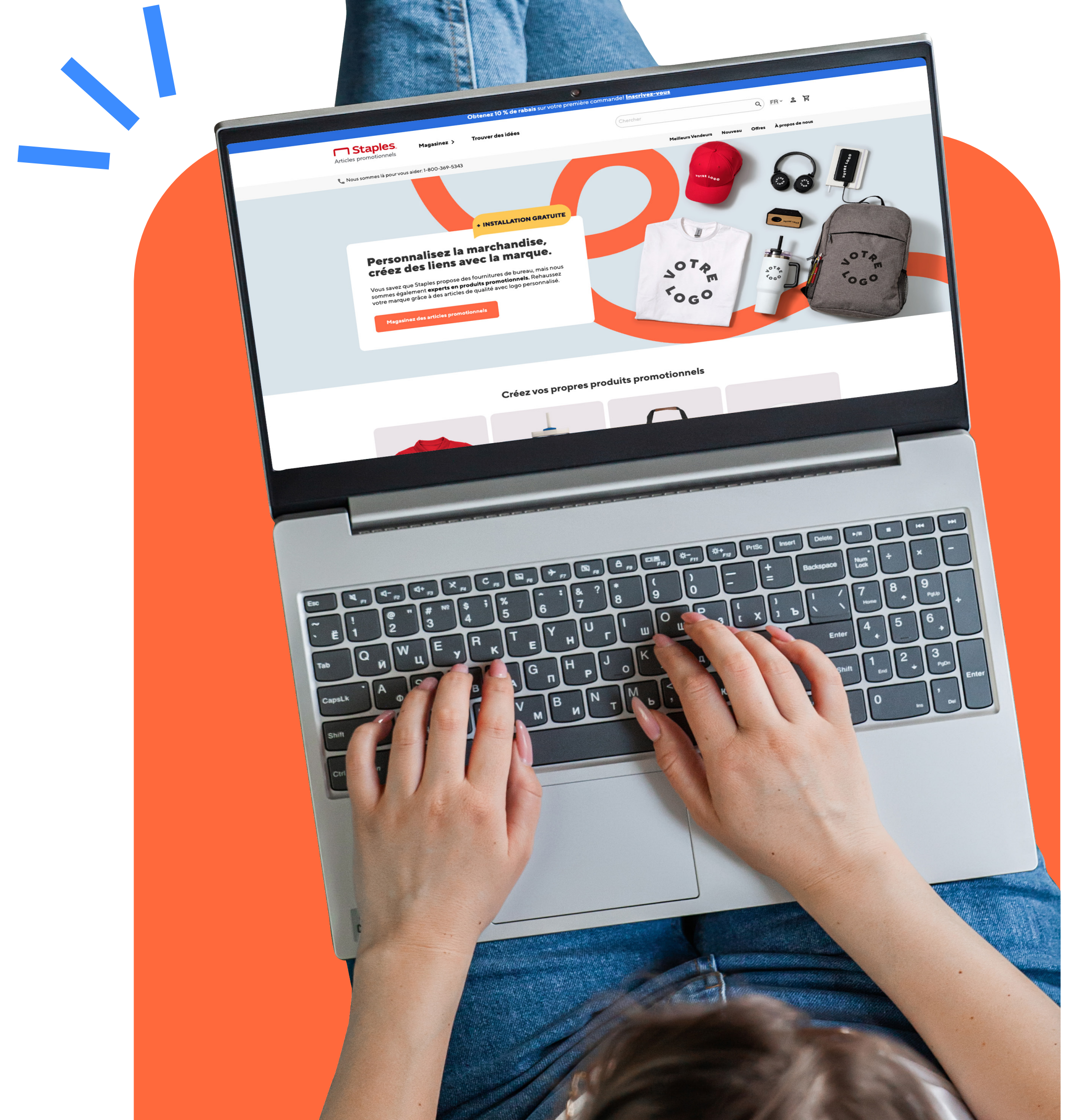
Découvrez des produits nouveaux et passionnants, parfaitement assortis à votre marque, à votre public et à votre mission.

L'AMOUR

Téléchargez votre logo ou conception graphique et visualisez l'expérience de la marque.

DE LA MARQUE

Offrez à vos clients des expériences attrayantes qui les aideront à aimer votre marque autant que vous.



Nous vivons nos valeurs.



Répondre aux besoins du client

Nous nous efforçons de bien comprendre et de créer des solutions efficaces pour nos clients. Sans cesse, nous innovons, exécutons et faisons en sorte qu'il soit facile de nous choisir.



Simplifiez-vous la vie

Nous nous concentrons sur ce qui est le plus important. Nous éliminons la complexité et ne sommes pas distraits par ce qui n'a pas d'importance.



Faites-le

Nous donnons tout ce que nous avons et nous nous efforçons d'être les meilleurs de nous-mêmes. Nous apprenons constamment et nous nous efforçons d'atteindre nos buts, et nous accordons beaucoup d'importance à la responsabilité.



Gagnez ensemble

Nous formons une équipe inclusive et diversifiée. Nous collaborons pour surmonter les obstacles internes afin d'obtenir des résultats. Nous travaillons toujours pour gagner.



An aerial photograph of a coastline, showing turquoise water transitioning to deep blue, with green land and a river delta visible on the right side.

Durabilité

Notre stratégie holistique offre une transparence totale de la chaîne de valeur et des mesures.

Les parcours ayant le plus grand impact sont **holistiques**.

Selon un article de McKinsey & Company, plus de 90 % des impacts environnementaux négatifs du marchandisage des marques se produisent dans la chaîne d'approvisionnement. Les parcours d'amélioration de la durabilité les plus percutants requièrent donc des stratégies visant à améliorer à la fois les exploitations et la chaîne d'approvisionnement.

Le présent rapport décrit notre approche globale holistique.

NOUS DÉMONSTRONS :

- Des mesures d'amélioration de la durabilité d'une année sur l'autre pour nos propres exploitations.
- Des mesures d'amélioration de la durabilité d'une année sur l'autre pour nos partenaires de la chaîne d'approvisionnement.

Anne-Titia Bové et Steven Swartz

En commençant par la source : Durabilité des chaînes d'approvisionnement : McKinsey
<https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/starting-at-the-source-sustainability-in-supply-chains#/>



Équipe chargée de la responsabilité sociale d'entreprise d'Articles promotionnels Staples

Notre parcours en matière de RSE est guidé par une équipe pluridisciplinaire qui compte plus de 160 ans d'expérience collective dans le domaine du merchandising de la marque. Chaque membre possède une expertise dans différents domaines de l'entreprise. La multiplicité des points de vue enrichit notre stratégie plus holistique d'amélioration de la durabilité, de l'engagement et du soutien à la communauté. L'équipe suit en permanence les progrès réalisés et conseille la direction générale sur l'évolution de nos stratégies, tactiques et investissements en matière de RSE.



Larry Sanson
Directeur, exploitation d'installations



Tom Goddard
Directeur, approvisionnement et chaîne d'approvisionnement



Jason Hisey
Gestionnaire, Chaîne d'approvisionnement et stratégie de développement durable



Ruiping Ramboldt
Gestionnaire, projets et solutions mondiaux



Heather Wunderlich
Gestionnaire, conformité mondiale



Candi Vink
Adjointe de direction



Cathy Ward
Directrice, gestion des projets stratégiques



Melisa Courtney
Gestionnaire, marketing de la marque



Bill Gossman
V.-p., expérience client



Amitesh Patro
Responsable, développement des affaires, Canada



Sam Krause
Stratégie de contenu



Starr Plowman
Chef de projet



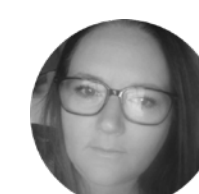
Maura Swanson
Gestionnaire principale de marketing



Sarah Schlosser
Gestionnaire, création de la marque



Colin Adams
Directeur artistique



Donna Murphy
Directrice de l'approvisionnement et de la conformité - Marke Creative Merchandise

Notre avantage Staples

Staples s'engage à donner un avantage à chaque entreprise, y compris la nôtre.

Staples se concentre à améliorer progressivement la durabilité de tous les produits consommables de l'entreprise. Elle reconnaît également l'importance pour les marques de disposer d'une transparence totale et spécifique de la chaîne de valeur pour les produits qui diffusent leurs marques dans les cœurs et sur les marchés du monde entier.

En conséquence, Articles promotionnels Staples est la seule unité commerciale à contrôler et à rendre compte séparément du contenu en matière de développement durable. Nous avons tiré parti de cette indépendance pour créer une transparence inégalée de la chaîne de valeur des marchandises de marque. Parallèlement, nous contribuons également à la réalisation d'objectifs à l'échelle de Staples, tels que les objectifs de réduction des émissions de gaz à effet de serre (GES) approuvés dans le cadre des initiatives ciblées fondées sur la science (SBTi).

Même si notre personnel, notre technologie, nos exploitations et nos contrôles de durabilité sont exclusivement dédiés aux produits de marque, le leadership et les ressources partagées de Staples offrent des avantages exclusifs dans le secteur.

Par exemple, notre adhésion au **Staples Sustainability Advisory Council (Conseil consultatif sur le développement durable de Staples)** crée des synergies dans nos planifications et nos investissements respectifs en matière de développement durable. Staples fournit également des services partagés, tels que l'administration des avantages sociaux et groupe de ressources d'affaires, qui nous permettent d'attirer les meilleurs talents du secteur et les plus diversifiés du secteur.

En résumé, l'avantage et le soutien collectifs de Staples nous permettent de nous concentrer davantage sur les missions de la marque du client et sur le leadership en matière de développement durable, tout en consacrant moins de temps et de ressources aux fonctions administratives.

[Voir le rapport](#)

Équipe chargée du développement durable, Staples

Le service du développement durable fournit une orientation stratégique et une expertise dans le domaine, établit des buts et des indicateurs de rendement clé, mesure les progrès et en rend compte, et soutient l'entreprise et nos clients.

Jake Swenson

Directeur, développement durable

Eamon Devlin

Gestionnaire, développement durable

Conseil consultatif du développement durable, Staples

Le conseil consultatif fournit des commentaires et des conseils à l'équipe de direction de Staples et au service de développement durable concernant notre stratégie et nos buts en matière de développement durable et soutient l'alignement de l'entreprise.

Cristina Gonzalez

Chef des services juridiques

Jeffrey Mason

Directeur principal DP, conformité réglementation de la qualité

Andrew Freedman

Vice-président, réussite des clients

Dan Pina

Directeur, opérations dédiées au transport de tiers

Carly Kearnan

Vice-président des opérations de marchandises et de la gestion des fournisseurs

Stacy L Gilmore

Directrice, développement de la clientèle Staples Avantage

Jason Hisey

Gestionnaire, Chaîne d'approvisionnement et stratégie de développement durable

Nous créons de meilleurs marques de manière durable et transparente.

OBJECTIF

Nous créons de meilleures marques tout en prenant soin des gens et de la planète.

MISSION

Offrir des solutions de premier ordre grâce à notre approche holistique de produits certifiés par des tiers et à une meilleure surveillance de la chaîne d'approvisionnement par le biais de notations agrégées de durabilité des fournisseurs, permettant une transparence totale de la chaîne de valeur.

VISION

Faire progresser le secteur vers un avenir plus durable en mettant l'accent sur les activités internes et les pratiques d'approvisionnement durable.

Notre stratégie

1

Collaborer avec Staples, Inc. pour atteindre l'objectif approuvé par l'initiative ciblée fondée sur la science de réduire les émissions opérationnelles de 35 % d'ici à 2028, mesurer chaque année les émissions de gaz à effet de serre et mettre en œuvre des processus de réduction.

2

Utiliser le module EcoVadis d'action sur le carbone pour évaluer la maturité de la stratégie carbone des partenaires de la chaîne d'approvisionnement, fournir un accompagnement et des incitations à l'amélioration, et encourager chacun à adopter des objectifs fondés sur la science.

3

Mesurer chaque année la chaîne d'approvisionnement et les activités internes à l'aide des notes d'évaluation d'EcoVadis, tout en encourageant l'amélioration continue dans l'ensemble de la chaîne de valeur.

4

Sensibiliser les acheteurs internes et les fournisseurs aux initiatives et aux meilleures pratiques en matière de développement durable.

5

Élaborer des rapports d'achat spécifiques à la consommation par les clients de produits répondant à des normes élevées en matière de développement durable, tout en établissant des partenariats avec les fournisseurs afin d'élargir l'assortiment de ces produits.

Les buts en matière de développement durable des Nations Unies reflètent notre vision commune d'une publicité plus responsable.

Les Nations Unies ont défini objectivement 17 objectifs de développement durable. Ces objectifs constituent un « plan commun » pour lutter contre le changement climatique et préserver nos océans et nos forêts.

L'alignement commun sur les objectifs de développement durable est une occasion de créer ensemble de meilleures marques. Le marchandisage de la marque avec Articles promotionnels Staples en fait un investissement plus important dans vos propres buts en matière de durabilité et vos promesses de marque.



Nos engagements en faveur des objectifs de développement durable

OBJECTIF 13

MESURES RELATIVES À LA LUTTE CONTRE LES CHANGEMENTS CLIMATIQUES

SBTi a approuvé l'objectif de réduction des émissions de carbone de Staples.

Toutes les installations en Amérique du Nord sont alimentées à 100% par de l'électricité renouvelable.

93 % de toutes les expéditions étaient neutres en carbone en 2024 grâce à des programmes de tiers.

OBJECTIF 12

CONSOMMATION ET PRODUCTION RESPONSABLES

Le système d'approvisionnement responsable Green Light mesure les fournisseurs.

L'accent est mis sur l'amélioration continue en détournant les déchets des sites d'enfouissement et d'incinération.

Définir des normes pour les produits durables.

OBJECTIF 6

EAU PROPRE ET ASSAINISSEMENT

Utilisation d'encre hydrosolubles certifiées sans polluants nocifs.

Analyse semestrielle des eaux usées.

En 2024, notre installation de décoration et d'exécution à Orange City, en Iowa, a utilisé 1,4 million de gallons d'eau.

Nous menons l'industrie vers une amélioration de la durabilité plus holistique, plus objective et plus transparente.

COTE D'ARGENT ECOVADIS

Évaluation annuelle EcoVadis pour ses propres activités.

Les activités d'Articles promotionnels Staples sont évaluées et notées chaque année par EcoVadis en matière de développement durable. L'évaluation et le rapport indépendants et objectifs sur le développement durable prennent fin ici pour la plupart des distributeurs — mais pas pour Articles promotionnels Staples!

LEADERSHIP D'ARTICLES PROMOTIONNELS STAPLES

Évaluation annuelle EcoVadis des activités de chaque fournisseur partenaire.

En 2022, Articles promotionnels Staples est devenue la seule entreprise de marchandage de marques demandant à ses partenaires fournisseurs de subir chaque année les mêmes évaluations de développement durable EcoVadis sur 4 thèmes et 21 critères pour leurs opérations respectives.

LEADERSHIP D'ARTICLES PROMOTIONNELS STAPLES

Tableau de bord exclusif d'EcoVadis sur le développement durable des fournisseurs.

Les évaluations EcoVadis des partenaires fournisseurs pour tous les thèmes et critères figurent dans notre tableau de bord exclusif, ce qui nous permet de planifier et de piloter plus efficacement les améliorations en matière de développement durable avec chaque partenaire. Le tableau de bord indique exactement où et comment établir un partenariat pour améliorer les résultats chaque année.

LEADERSHIP D'ARTICLES PROMOTIONNELS STAPLES

Norme d'approvisionnement responsable « Green Light » mondial.

En 2022, Articles promotionnels Staples est devenu le seul distributeur à réunir ses fournisseurs partenaires nationaux et internationaux sous la même plateforme indépendante et objective d'approvisionnement durable et de rapports, alimentée par EcoVadis.

LEADERSHIP D'ARTICLES PROMOTIONNELS STAPLES

Rapport annuel sur les résultats de la chaîne d'approvisionnement et le ratio sur les montants alloués à l'approvisionnement par région.

Articles promotionnels Staples est le seul distributeur à communiquer un résultat EcoVadis global distinct, basé sur la performance des fournisseurs évalués, pour chaque pays. Nous sommes également transparents en ce qui concerne le ratio de nos achats totaux évalués par EcoVadis.

ET LES PROCHAINES ÉTAPES?

Rapports pour l'achat, par le client, de produits répondant à des normes élevées en matière de développement durable.

Les clients participants recevront des rapports détaillant les achats de leur entreprise en marchandises dont les caractéristiques écologiques ont été vérifiées. Prévu à l'origine pour la fin de l'année 2024, ce rapport amélioré sur le développement durable est en cours d'amélioration pour une publication ultérieure.



Stratégie carbone

Prendre des mesures pour atténuer les changements climatiques.

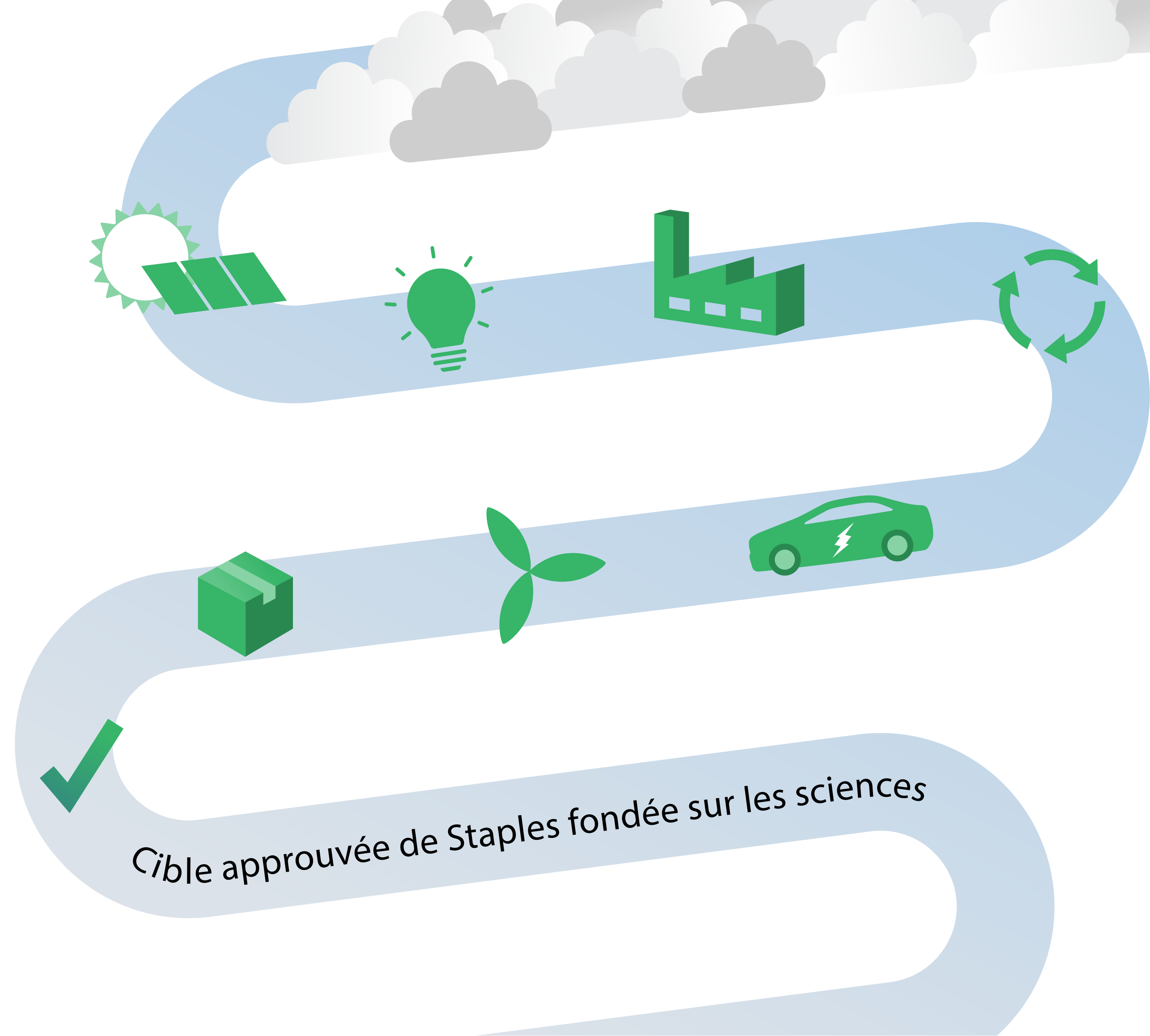


SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION



Rapports de Staples
à CDP au nom des
clients qui en font la
demande.



Aperçu des émissions

Les émissions de carbone (émissions de GES) comprennent sept gaz. Tous ces gaz sont combinés et déclarés sous le nom de CO₂-e.

HEXAFLUORURE DE SOUFRE SF₆

HYDROFLUOROCARBONES HFCs

MÉTHANE CH₄

OXYDE NITREUX N₂

DIOXYDE DE CARBONE CO₂

PERFLUOROCARBONES PFCs

TRIFLUORURE D'AZOTE NF₃

La réduction des émissions de carbone/GES est un objectif clé de la lutte contre le changement climatique. C'est pourquoi Staples participe au SBTi. Nos performances en matière de réduction des émissions de carbone se répercutent sur l'objectif approuvé par l'initiative ciblée fondée sur la science.

Articles promotionnels Staples prépare un répertoire annuel des émissions et classe les émissions par champ d'application conformément au protocole GES.

Selon le protocole des GES, les émissions se répartissent en trois catégories :

Portée 1

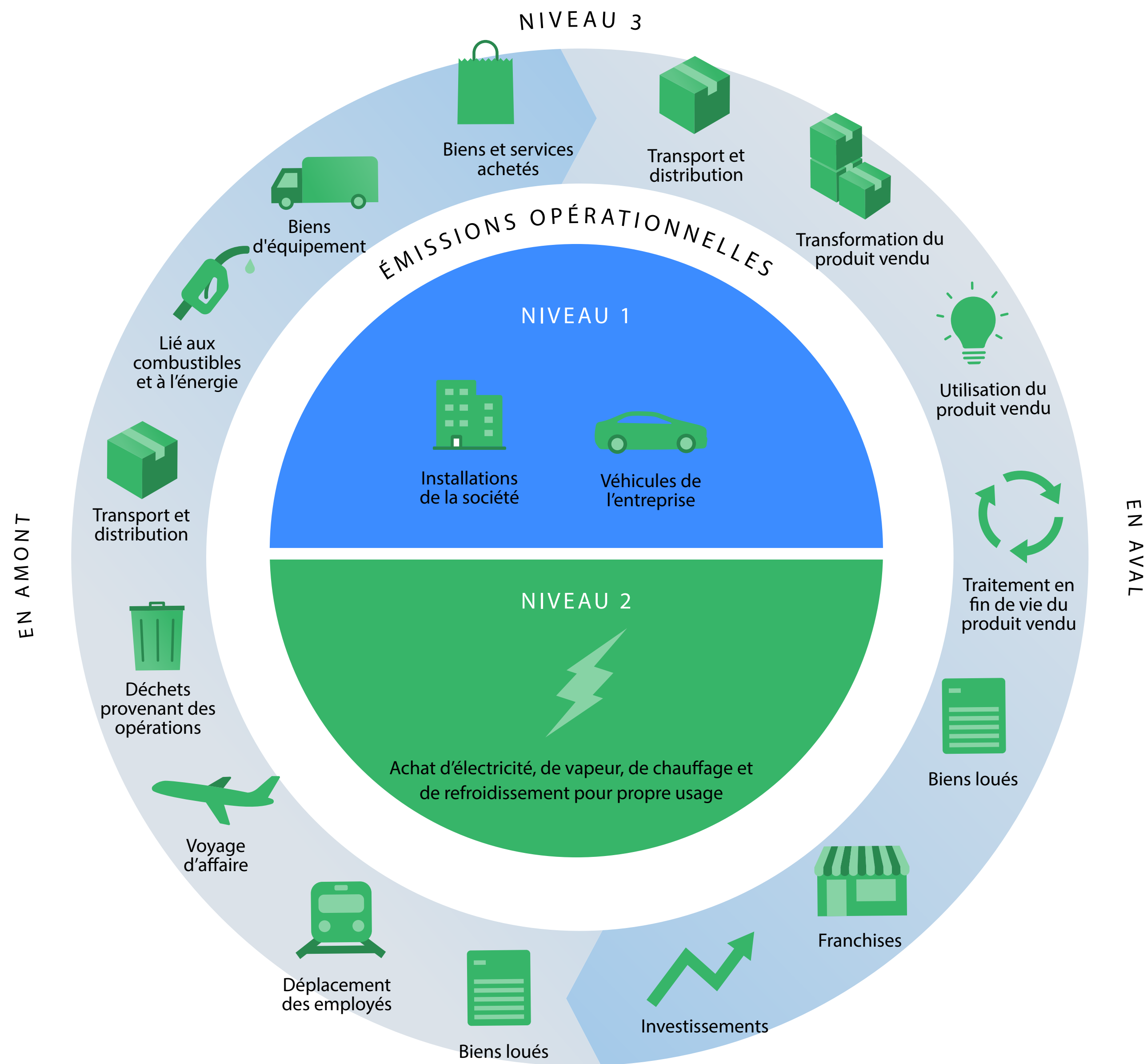
Émissions directes provenant de sources détenues ou gérées par une entreprise, telles que les parcs de véhicules de livraison appartenant à une entreprise, ou la chaleur produite par les chaudières.

Portée 2

Émissions indirectes provenant de la production d'énergie achetée, y compris l'électricité consommée dans nos établissements.

Portée 3

Les émissions indirectes se produisent à la fois en amont et en aval de la chaîne de valeur, comme les biens que nous achetons, les biens d'équipement et le fret.



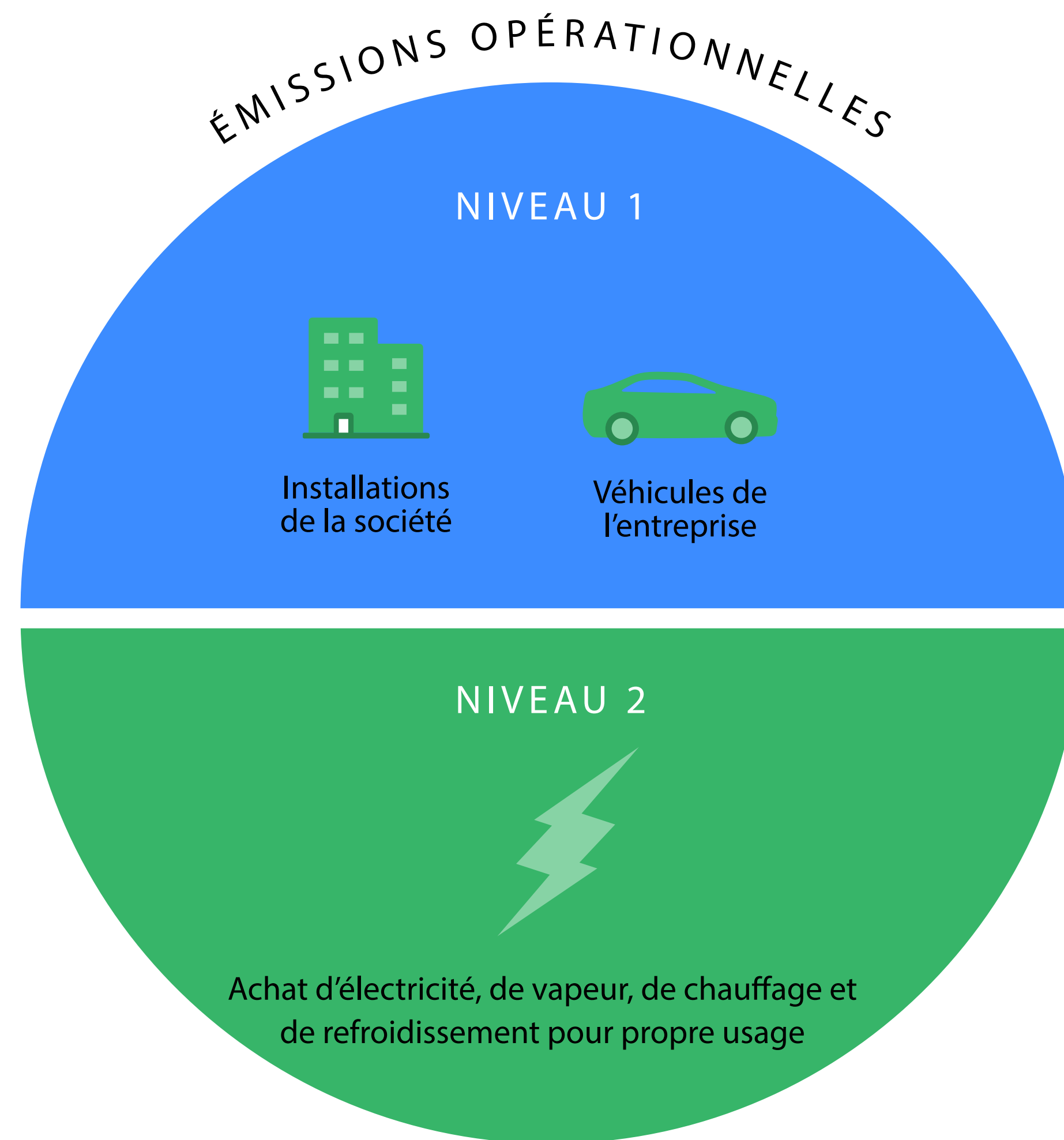
Portées 1 et 2

Les émissions de portée 1 et 2 représentent moins de **0,5 %** de nos émissions totales.

La majeure partie de cette énergie est dépensée dans notre centre principal de décoration et de distribution, situé à Orange City, en Iowa.* Cette installation est entièrement alimentée en électricité renouvelable.

En 2024, l'ensemble de notre activité a été alimenté par l'électricité renouvelable grâce à l'achat de certificats d'énergie renouvelable *certifiés Green-E.

*Staples dresse un inventaire annuel du carbone dans lequel elle finalise ses émissions de carbone pour le dernier exercice. La méthodologie de l'inventaire suit celle du Protocole sur les gaz à effet de serre. Les inventaires annuels servent de base aux objectifs scientifiques approuvés de Staples Inc., y compris les allégations concernant les réductions de carbone. Staples Inc., n'achète pas de crédits de carbone volontaires pour le moment. Les inventaires annuels n'ont pas encore été vérifiés par un tiers indépendant.

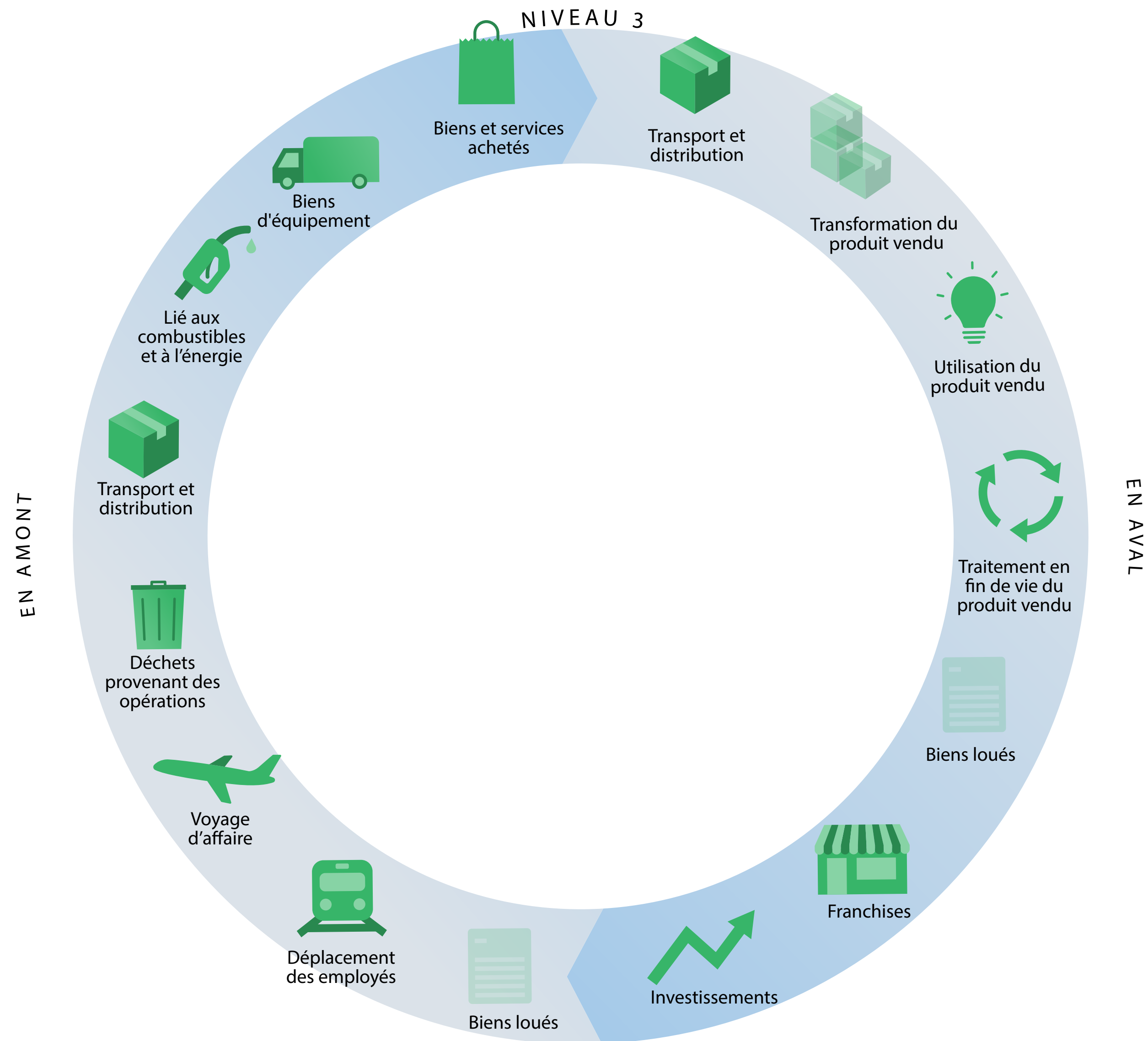


Portée 3

OÙ SE SITUE NOTRE IMPACT

Pour la plupart des industries et des entreprises, la quasi-totalité des émissions relève du champ d'application 3. C'est particulièrement vrai pour notre entreprise. Plus de **99,5 %** de nos émissions relèvent du champ d'application 3.

Les émissions du champ d'application 3 comprennent 15 catégories différentes d'émissions, en amont et en aval dans la chaîne de valeur. Ce sont les émissions les plus difficiles à calculer et les plus difficiles à influencer.



Rapport sur les émissions

Nous calculons et déclarons chaque année les émissions par domaine d'activité conformément au protocole des GES. Ce calcul et cette déclaration sont effectués sur la base de l'année fiscale et de l'année civile.

Les données incluses concernent les années fiscales 2022 et 2023. Elles seront mises à jour pour refléter les émissions de 2024 d'ici le mois d'août de cette année.

À partir de nos émissions de 2024, les émissions des portées 1 et 2 seront vérifiées par un organisme tiers indépendant.

Portée 1

ÉMISSIONS 2022

1046 mtCO₂-e

3,3 % des émissions de Staples, Inc.
Total des émissions de la portée 1

ÉMISSIONS 2023

524,67 mtCO₂-e

1,7 % des émissions de Staples, Inc.
Total des émissions de la portée 1

Portée 2

ÉMISSIONS 2022

697 mtCO₂-e

2,1 % des émissions de Staples, Inc.
Total des émissions de la portée 1

ÉMISSIONS 2023

0 mtCO₂-e

0 % des émissions de Staples, Inc.
Total des émissions de la portée 1

Portée 3

ÉMISSIONS 2022

445695 mtCO₂-e

7,2 % des émissions de Staples, Inc.
Total des émissions de la portée 1

ÉMISSIONS 2023

128773 mtCO₂-e

3,3 % des émissions de Staples, Inc.
Total des émissions de la portée 1

Stratégie en matière d'émissions de carbone pour la chaîne d'approvisionnement

Il est essentiel de réduire le carbone tout au long de la chaîne d'approvisionnement. Le regroupement des données sur les émissions de carbone de notre chaîne d'approvisionnement en une seule vue nous permet de soutenir une stratégie de réduction globale, tout en surveillant la maturation de nos fournisseurs au fil du temps.

Le module d'action carbone d'EcoVadis nous aide à comprendre la maturité de notre chaîne d'approvisionnement par rapport à la stratégie d'émissions de carbone.

- La carte de pointage carbone d'EcoVadis nous permet de connaître le niveau de maturité de nos fournisseurs participants. Actuellement, 24 % de nos fournisseurs (parmi les dépenses) disposent d'une carte de pointage.
- Notre vision du niveau de maturité augmentera pour s'aligner sur les seuils de dépenses globales de Green Light au fur et à mesure que d'autres fournisseurs auront des cartes de pointage des émissions de carbone incluses dans leurs évaluations EcoVadis.
- Ce processus nous permet d'identifier les fournisseurs qui n'ont pas encore mis en place de système de gestion des émissions de carbone. Nous soutenons et encourageons ces fournisseurs à mesurer leurs émissions de gaz à effet de serre (GES) et à adopter une stratégie de réduction.

Guide du module EcoVadis Carbon Action

Intermédiaire

Partenaires disposant des éléments essentiels d'un système de gestion des gaz à effet de serre (GES) et d'un engagement, d'actions et de capacités de rapport intermédiaires en matière de décarbonisation

Insuffisant

Partenaires sans système de gestion des GES

Débutant

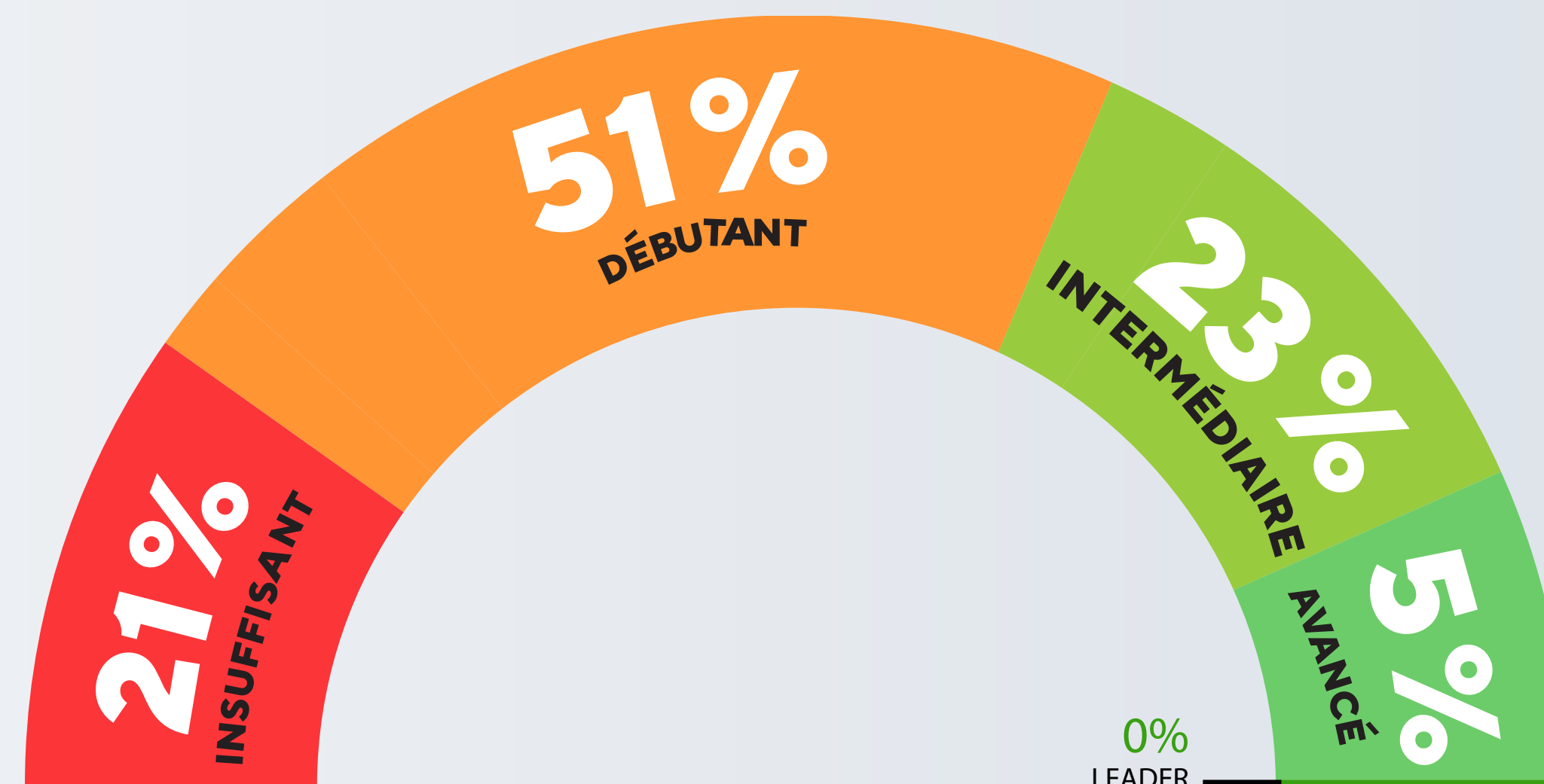
Partenaires ayant des éléments de base de gestion ou de déclaration des GES

Avancé

Partenaires disposant d'éléments essentiels d'un système de gestion des GES et d'un engagement, d'actions et de capacités de rapport en matière de décarbonisation avancée

Leader

Partenaires disposant d'un système de gestion des GES solide et des meilleurs engagements, actions et capacités de rapport en matière de décarbonisation.



Stratégie en matière d'émissions de carbone pour nos activités

On ne peut améliorer que ce qui est évalué. C'est pourquoi notre engagement auprès d'EcoVadis comprend également leur module d'action carbone, qui évalue le carbone généré par nos activités et notre chaîne d'approvisionnement. La carte de pointage d'EcoVadis classe nos activités dans la catégorie intermédiaire.

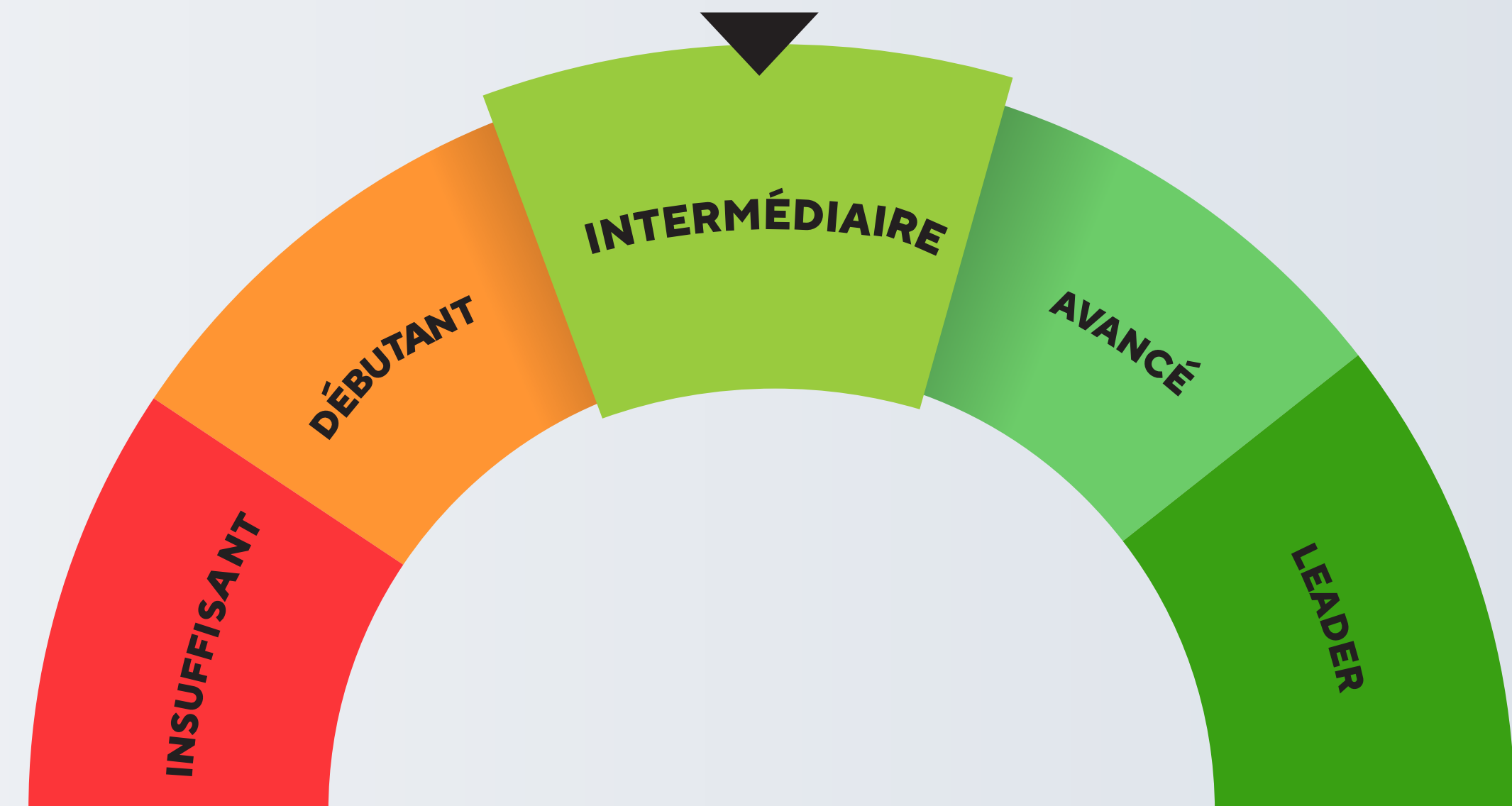
Résultats

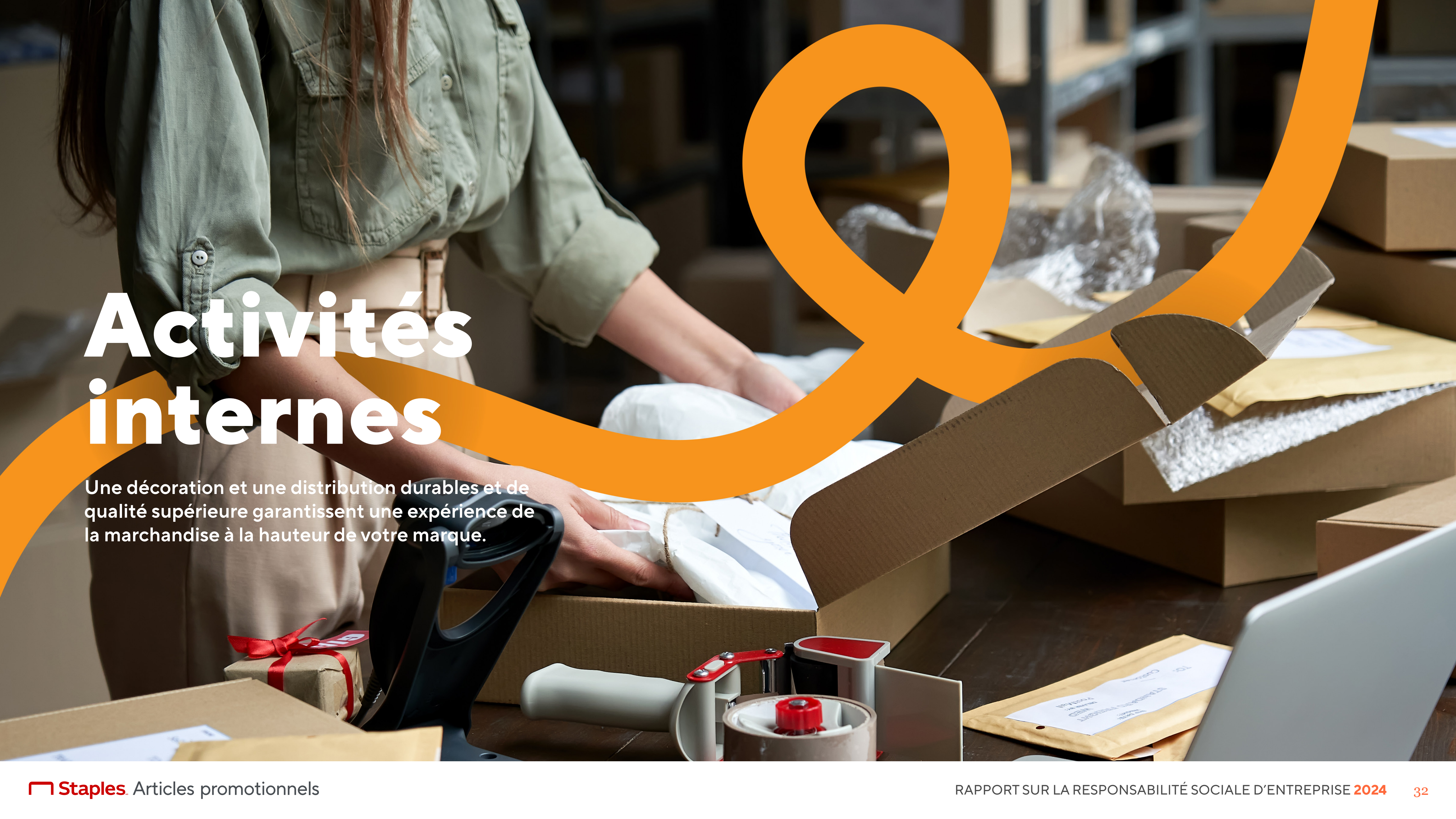
Entreprise disposant des éléments essentiels d'un système de gestion des gaz à effet de serre (GES) et d'un engagement, d'actions et de capacités de rapport intermédiaires en matière de décarbonisation..

Occasion

Mettez en œuvre des actions conformes aux objectifs de votre système de gestion des GES et améliorez vos méthodes de déclaration.

Nous évaluons en permanence les investissements visant à réduire davantage notre empreinte carbone opérationnelle. L'investissement le plus récent est la mise en place d'un système d'expédition neutre en carbone pour atténuer une des principales sources d'émissions de la portée 3. **Plus de 93% des colis expédiés aux États-Unis sont neutres en carbone!**





Activités internes

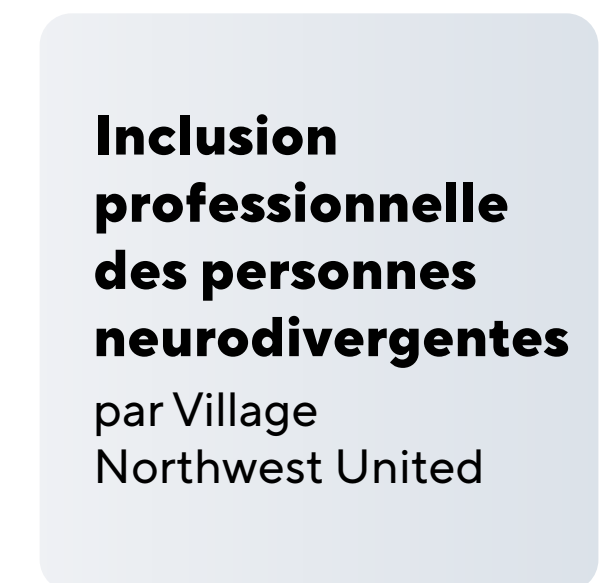
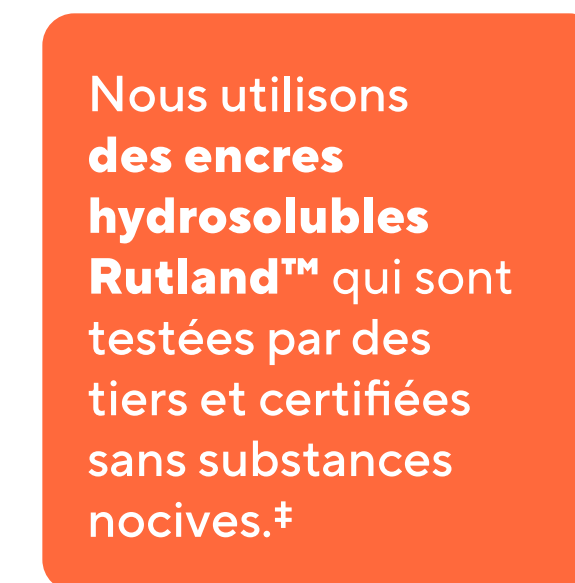
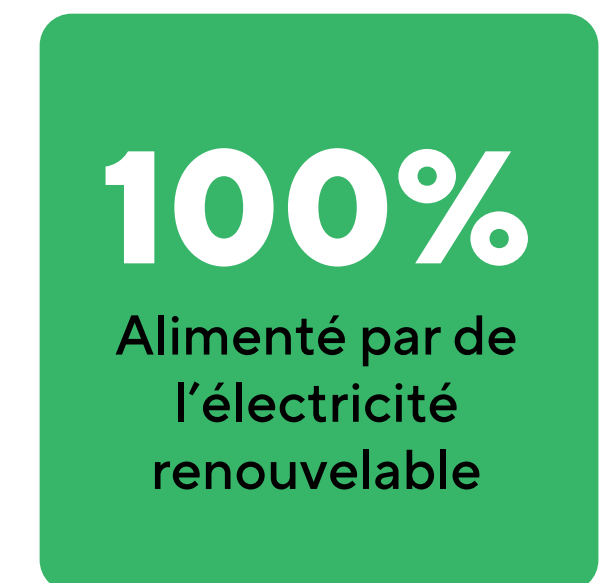
Une décoration et une distribution durables et de qualité supérieure garantissent une expérience de la marchandise à la hauteur de votre marque.

Nos activités certifiées Nike et EcoVadis honorent les valeurs de votre marque.

La plupart des entreprises de merchandising de marques sous-traitent 100 % de la décoration de leurs produits. Ce n'est pas nous. Nous sommes l'un des plus grands décorateurs de vêtements d'Amérique du Nord.

Pour montrer l'exemple, nos activités dédiées à la promotion sont optimisées pour une décoration et une exécution des commandes durables et de qualité supérieure. 25 % de notre volume annuel et la plupart des produits en stock des boutiques en ligne sont décorés et entreposés dans cette installation de 500 000 pieds carrés à Orange City, dans l'Iowa.

La qualité de nos broderies et de nos sérigraphies est si méticuleuse que nous avons obtenu la meilleure note de qualité de Nike. En fait, Articles promotionnels Staples est l'un des rares décorateurs que Nike a autorisé à reproduire sa marque « logo » emblématique sur les vêtements !



*Nous respectons toutes les lois nationales sur l'emballage dans le cadre de la responsabilité élargie des producteurs.

‡ Nonylphénol (APE); Éthoxylates d'octylphénol; Hydrocarbure aromatique polycyclique (HAP), TBBPA, décaBDE, ou organisations HBCD; Latex; Produits chimiques appauvrissant la couche d'ozone selon la CONEG

Nos activités ont reçu une médaille d'argent de la part d'EcoVadis.

Notre classement EcoVadis est une combinaison équilibrée de résultats obtenus touchant les quatre piliers du développement durable.

	Année 1 2022	Année 2 2023	Année 3 2024
Dans l'ensemble	56	66	71
Environnement	60	70	80
Travail et droits de la personne	50	60	60
Éthiques	60	70	70
Approvisionnement durable	60	70	80



Détournement des déchets

Vous trouverez ci-dessous les mesures rapportées par flux de déchets provenant de nos installations de décoration et de distribution.

Recyclage des plastiques
mélangés **57 330 lb**

Recyclage de carton ondulé **550 668 lb**

Recyclage du papier **19 710 lb**

Des déchets à l'énergie **161 840 lb**

Réutilisation bénéfique* **4 000 lb**

*Nous nous associons à un fournisseur tiers de confiance pour distribuer efficacement les biens utilisables aux organisations caritatives.



Expédition de la compensation carbone

En 2024, le carbone provenant de 93 % de nos expéditions aux États-Unis a été compensé par la participation aux services d'expédition neutres en carbone d'UPS et au programme d'expédition de la compensation carbone FedEx. Cela inclut les envois des fournisseurs partenaires qui utilisent notre compte de fret.

Les émissions de carbone ont été compensées par des projets UPS qui ont éliminé une quantité égale de carbone de l'atmosphère. Parmi ces projets, on trouve le reboisement, la réduction des gaz d'enfouissement, le traitement des eaux usées et la réduction du méthane. Leur programme est vérifié de manière indépendante par la Société Générale de Surveillance (SGS).

Le programme de compensation carbone de FedEx^{MD} a obtenu la certification CarbonNeutral^{MD} Shipping conformément au protocole CarbonNeutral.

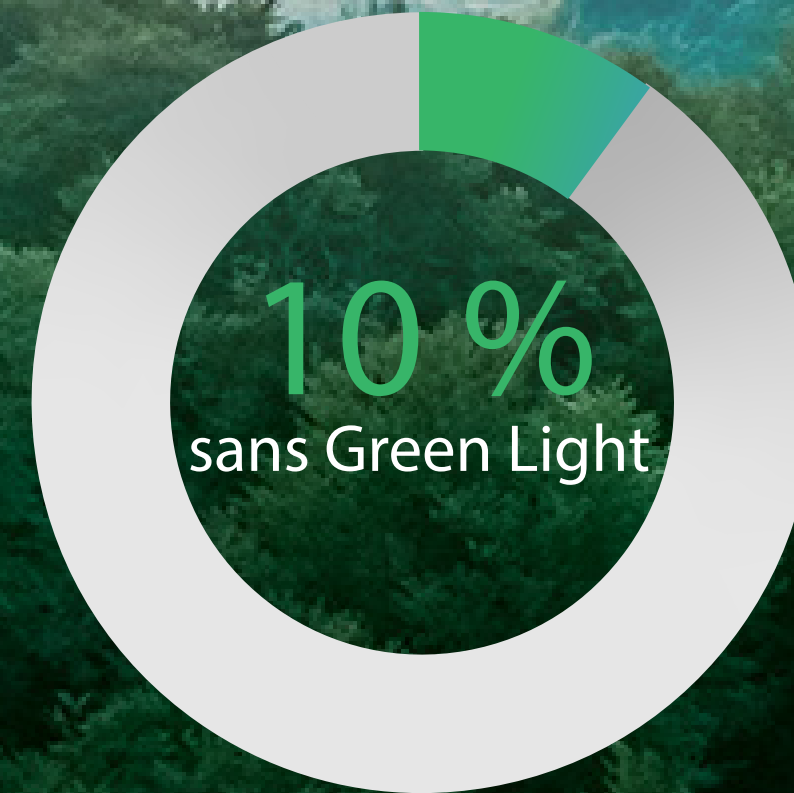


Approvisionnement responsable « Green Light »

« Green Light » est notre plateforme propriétaire d'approvisionnement durable. Elle offre une transparence des performances en matière de développement durable pour la chaîne d'approvisionnement, qui comprend plus de 90 % de la chaîne de valeur des produits de marque.



Green Light offre exclusivement une transparence totale de la chaîne de valeur.



10 % de la transparence en matière de durabilité de la chaîne de valeur n'est pas suffisante.

Il est facile de trouver des distributeurs qui publient les médailles EcoVadis pour leurs propres activités. Mais ils n'appliquent pas la même transparence objective d'EcoVadis aux performances globales de leur chaîne d'approvisionnement. La transparence de leur chaîne de valeur est bien inférieure à 10 %.

Plus de 90 % des impacts sur l'environnement négatifs trouvent leur origine dans la chaîne d'approvisionnement.*

Anne-Titia Bové et Steven Swartz
En commençant par la source : Durabilité des chaînes d'approvisionnement : McKinsey
<https://www.mckinsey.com/capabilities/sustainability/our-insights/starting-at-the-source-sustainability-in-supply-chains#/>



Green Light vous offre 100 % de transparence sur la durabilité de la chaîne de valeur.

Green Light exige que les fournisseurs participants doivent également être soumis à l'évaluation annuelle d'EcoVadis.

2025 marque notre troisième année de publication d'indicateurs de performance objectifs en matière de développement durable pour les 90 % de la chaîne de valeur qu'aucun autre marchand de marque n'a jamais divulgués.

Green Light fournit des données objectives et quantitatives sur le rendement en matière de durabilité de la chaîne d'approvisionnement.

Crédibilité d'EcoVadis

EcoVadis évalue et rapporte de manière indépendante 21 résultats de durabilité des fournisseurs de produits différents, assurant ainsi plus d'objectivité, de cohérence et d'intégrité des données.

Visibilité et capacité d'action du tableau de bord

Les vues objectives du tableau de bord de la performance globale et individuelle des fournisseurs en matière de durabilité sur 21 critères alignent nos objectifs d'amélioration là où l'impact est le plus réalisable avec chaque fournisseur (ou groupe de fournisseurs ayant le même défi en matière de durabilité).



Plus de mesures quantitatives du rendement en matière de durabilité

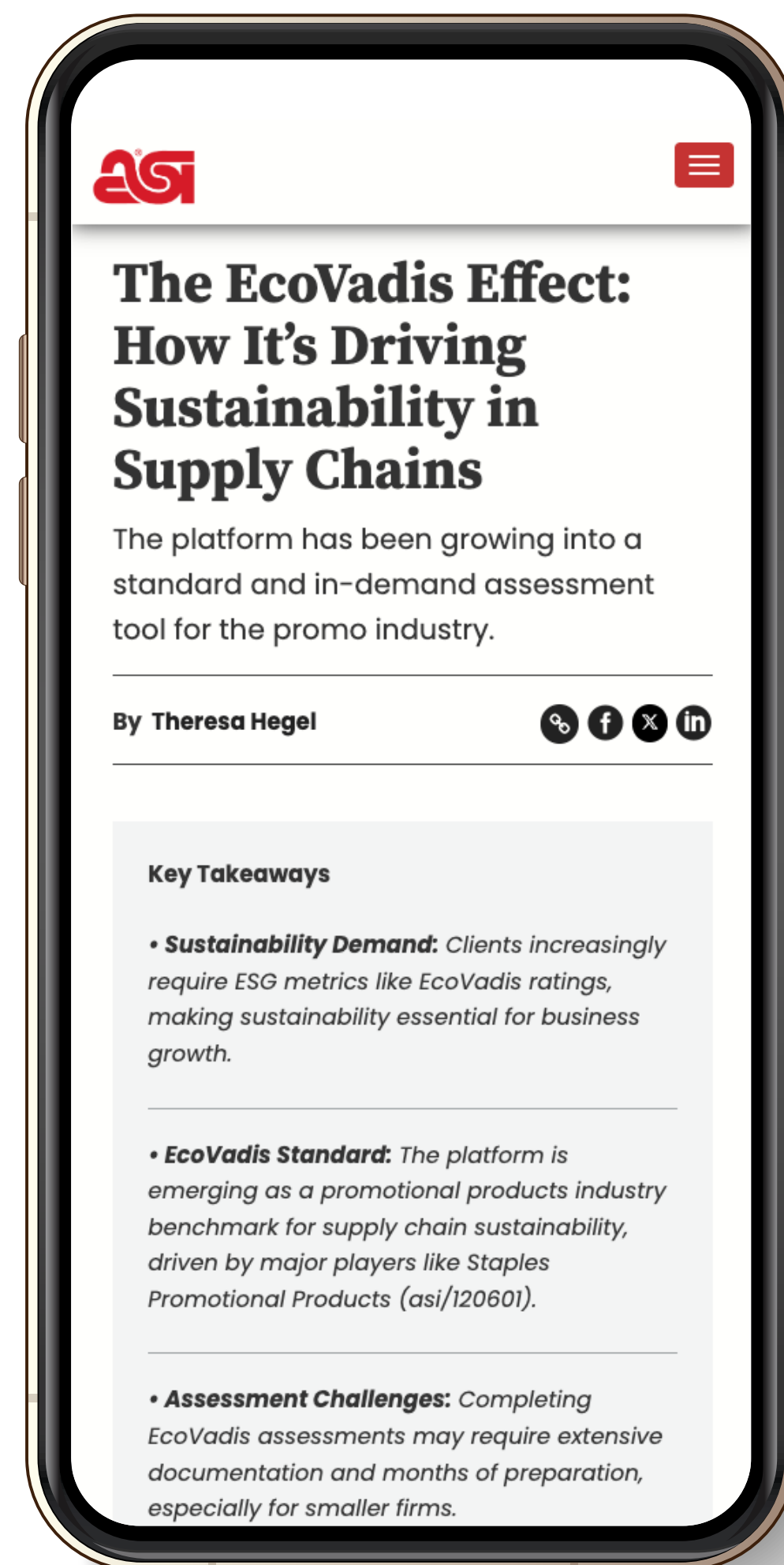
Les résultats d'évaluation EcoVadis fournissent une comparaison précise et quantitative de la performance et de l'amélioration de la durabilité des fournisseurs, d'une année sur l'autre.

Intégration de la chaîne d'approvisionnement

Green Light alimente notre philosophie d'approvisionnement durable, faisant d'Articles promotionnels Staples une marque plus stratégique et plus authentique, adaptée aux entreprises axées sur le développement durable.

Nous favorisons l'amélioration de la durabilité dans l'ensemble de l'industrie.

L'ensemble de l'industrie des produits promotionnels prend note de Green Light ! Un article de 2024 ASI Central cite Articles promotionnels Staples comme l'un des principaux moteurs de l'adoption croissante d'EcoVadis par l'industrie des produits promotionnels. Green Light est la force motrice.



(Jing) « Rong... peut résumer l'essor d'EcoVadis en un simple mot : **Staples. Pour être honnête, c'est parce qu'EcoVadis a pu signer avec Staples, et que Staples en a fait une exigence..., que c'est devenu la norme,** dit Rong. »

« Daron Hines, président de SPP et membre de la liste Counselor's Power 50 des personnes les plus influentes dans le domaine des produits promotionnels, déclare que le partenariat avec EcoVadis s'aligne sur la vision du distributeur **« d'élever la transparence en matière de durabilité pour chaque partie prenante de la chaîne de valeur des produits de marque ».**

« Hines pense qu'un point de basculement est imminent en ce qui concerne les rapports sur les données de durabilité de la chaîne d'approvisionnement. « Au fur et à mesure que les fournisseurs et les distributeurs adopteront notre modèle et se soumettront à des évaluations, un effet d'entraînement se produira et l'industrie commencera à converger vers **un système d'évaluation unique afin de créer la documentation de durabilité plus approfondie que les clients exigent de plus en plus.** »

Critères Green Light

Les évaluations des fournisseurs Green Light sont menées de manière indépendante par **EcoVadis**, l'agence de notation de durabilité la plus fiable au monde.

Chaque évaluation complète couvre **21 critères répartis sur quatre thèmes**. EcoVadis combine les résultats pour chaque thème dans un résultat composite qui tient compte de la taille de chaque fournisseur, de l'industrie et du pays d'exploitation.

Environnement

- Consommation d'énergie et GES
- Eau
- Biodiversité
- Pollution locale et accidentelle
- Matériaux, produits chimiques et déchets
- Utilisation du produit
- Fin de vie du produit
- Santé et sécurité du client
- Services environnementaux et défense des intérêts

Approvisionnement durable

- Pratiques environnementales du fournisseur
- Pratiques sociales du fournisseur

Éthiques

- Corruption
- Pratiques anticoncurrentielles
- Gestion responsable des renseignements

Travail et droits de la personne

- Santé et sécurité de l'employé
- Conditions de travail
- Dialogue social
- Gestion de carrière et formation
- Travail des enfants, travail forcé et traite de personnes
- Diversité, discrimination et harcèlement
- Droits de l'homme des intervenants externes

Échelle de pointage « Green Light »

Le résultat composite annuel de chaque fournisseur indique dans quelle mesure il a progressé dans son parcours d'amélioration du développement durable.

Nous suivons les thèmes et les résultats composites de chaque fournisseur dans un tableau de bord qui permet une planification et des partenariats plus efficaces pour améliorer les performances des fournisseurs.

Nous regroupons également les résultats de tous les fournisseurs évalués afin de pouvoir rendre compte du rendement annuel de notre chaîne d'approvisionnement en matière de développement durable à l'aide d'une même échelle objective.

Guide de l'échelle de pointage de EcoVadis

Bon

Approche structurée et proactive du développement durable. Engagements/politiques et actions concrètes concernant les questions essentielles. Des rapports généraux sur les actions ou les indicateurs de performance clés.

Insuffisant

Aucun engagement ou aucune mesure concrète concernant la durabilité. Preuve dans certains cas de mauvaise conduite (par exemple, pollution, corruption).

Avancé

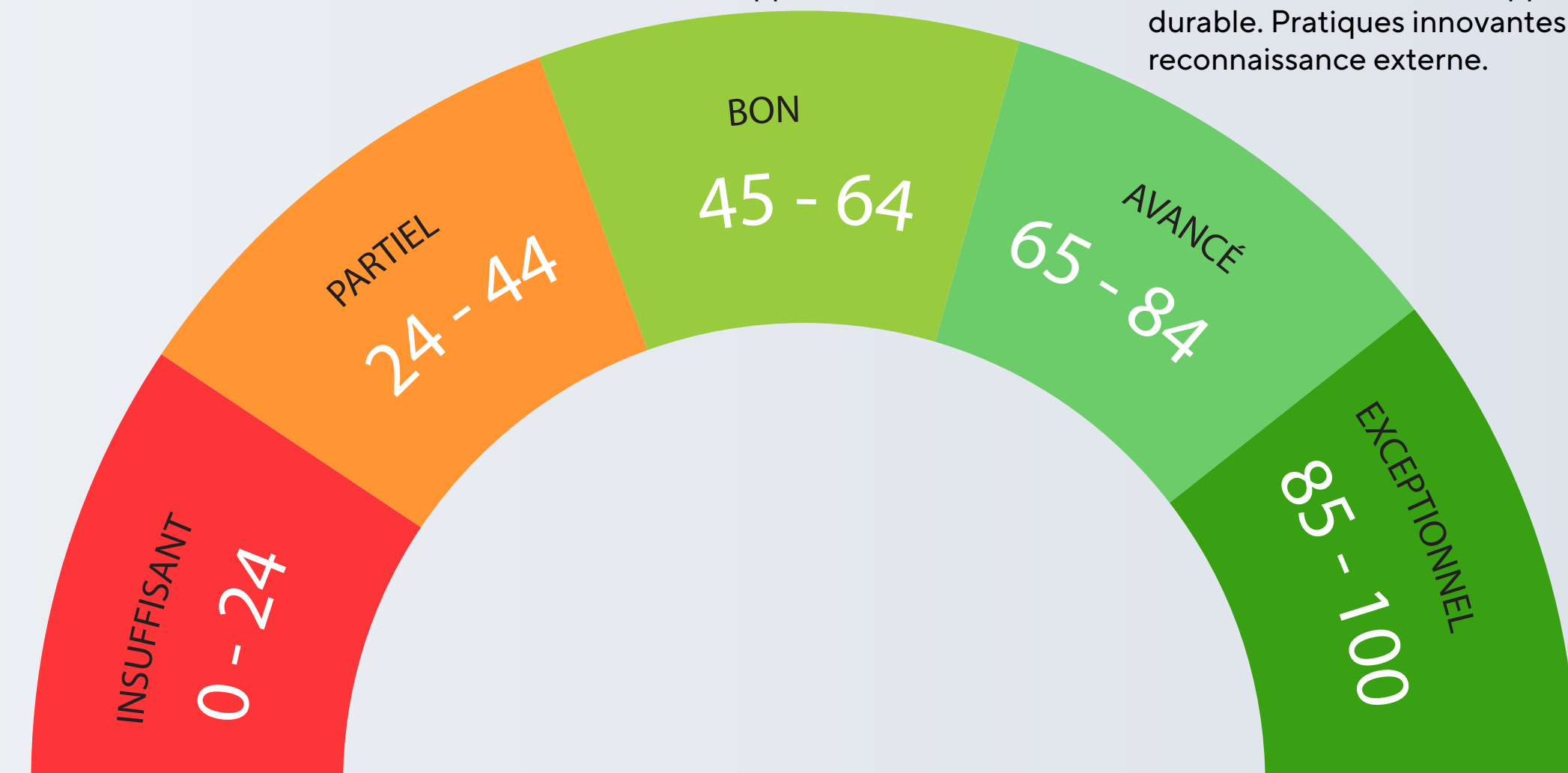
Approche structurée et proactive du développement durable. Engagements/politiques et actions concrètes sur des questions majeures, avec des renseignements détaillés sur la mise en œuvre. Rapports importants sur les actions et les indicateurs de performance clés en matière de développement durable.

Partiel

Aucune approche structurée en matière de développement durable. Peu d'engagements ou d'actions tangibles concernant les questions soulevées. Des rapports partiels portant sur les indicateurs de performance clés. Certification partielle ou produit labellisé occasionnel.

Exceptionnel

Approche structurée et proactive du développement durable. Engagements/politiques et actions concrètes sur des questions majeures, avec des renseignements détaillés sur la mise en œuvre. Des rapports détaillés sur les actions et les indicateurs de performance clés en matière de développement durable. Pratiques innovantes et reconnaissance externe.

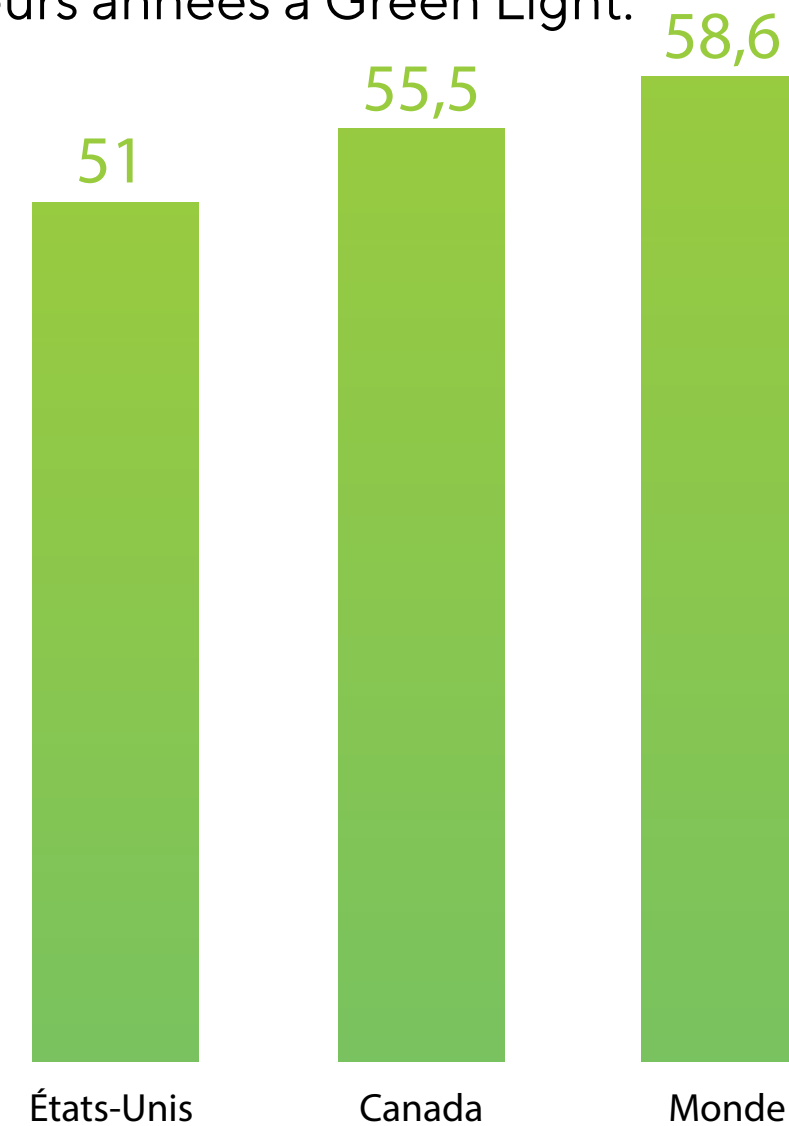


Résumé de la performance régionale de Green Light

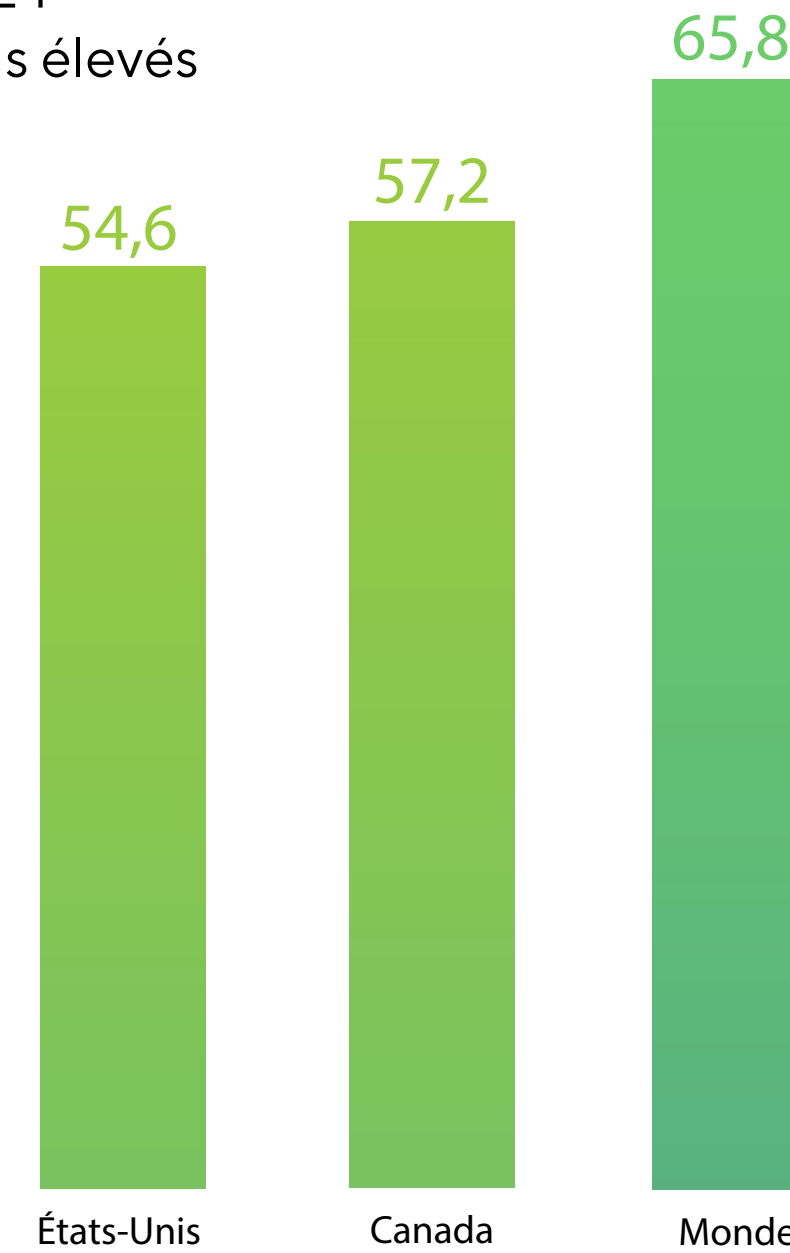
Articles promotionnels Staples utilise des chaînes d’approvisionnement distinctes afin d’optimiser le service et l’assortiment pour trois régions : États-Unis, Canada et échelle mondiale (à l’exception de l’Amérique du Nord).

Ce tableau résume les notes globales de rendement en matière de développement durable pour 2024 pour chaque chaîne d’approvisionnement régionale. Nous soulignons également les rendements plus élevés des fournisseurs ayant participé pendant plusieurs années à Green Light.

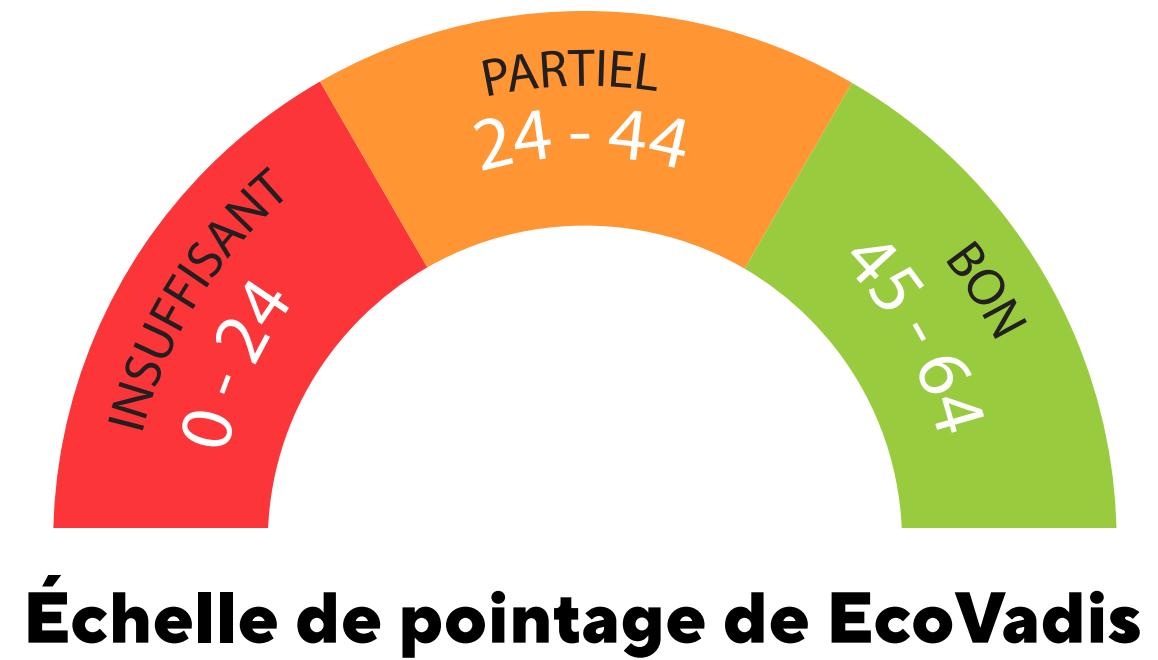
Les pages suivantes fournissent plus de détails pour chaque région.



Tous les fournisseurs Green Light , y compris ceux qui ont subi leur première évaluation.



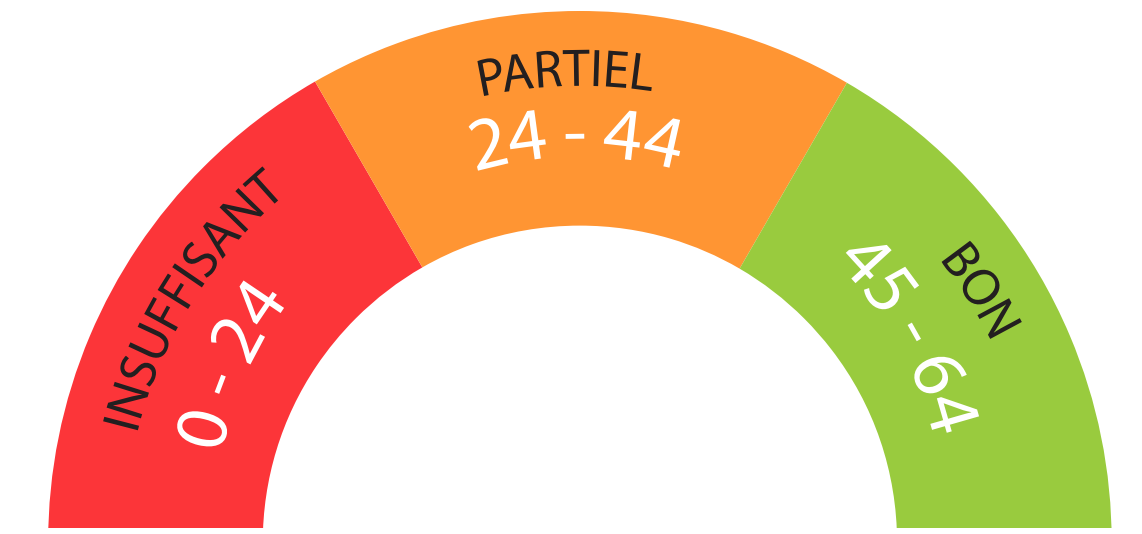
Met en évidence la performance supérieure des fournisseurs Green Light avec de multiples évaluations.



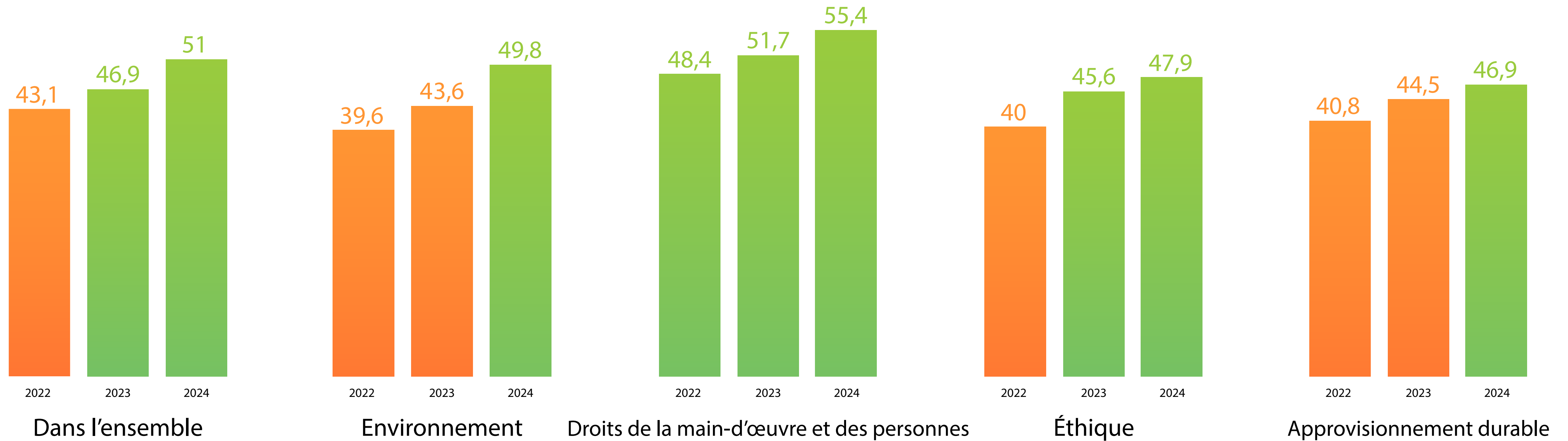
Fournisseurs américains

L'année dernière, notre base de fournisseurs Green Light aux États-Unis a augmenté de 20%. Malgré l'afflux d'évaluations EcoVadis pour débutants, notre score composite a augmenté dans les quatre piliers pour atteindre 51, soit une amélioration de 18 % par rapport au score composite de base de 2022 !

Nous continuerons à investir davantage auprès des fournisseurs qui apportent des résultats objectifs en matière de développement durable, par le biais de notre programme exclusif Green Light. Cela permettra à nos partenaires fournisseurs d'investir davantage dans l'amélioration de la durabilité qu'ils ne pourraient le faire autrement.



Échelle de pointage de EcoVadis



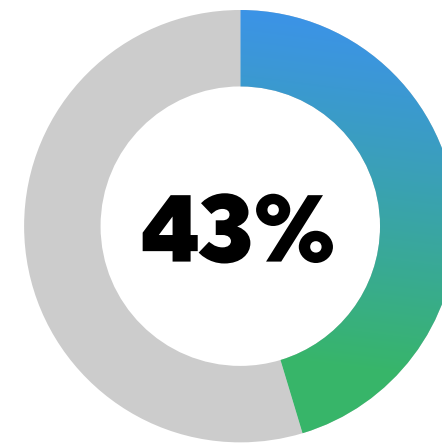
Dépenses de Green Light aux États-Unis

En 2024, **73 % de nos dépenses d’approvisionnement aux États-Unis** ont été effectuées auprès de fournisseurs qui soumettent des données d’évaluation annuelles d’EcoVadis pour participer au programme d’approvisionnement responsable « Green Light ».

Cette performance représente une amélioration de **12 % d’une année sur l’autre** et de **3 points de pourcentage par rapport à l’objectif de 70 %** publié dans le rapport de l’année précédente.

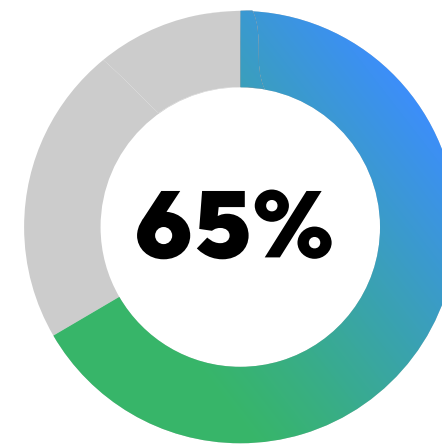
Chaque dollar d’approvisionnement Green Light :

- Accroît progressivement la transparence en matière de durabilité des investissements de marchandises des clients.
- Accroît la capacité des fournisseurs Green Light à investir dans l’amélioration de la performance en matière de développement durable telle que mesurée indépendamment par EcoVadis.



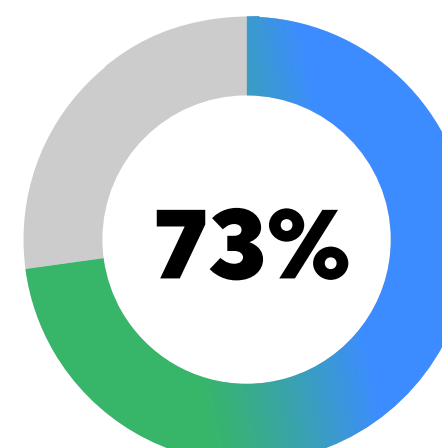
Base de référence 2022

43 % de nos dépenses étaient chez des fournisseurs de Green Light.



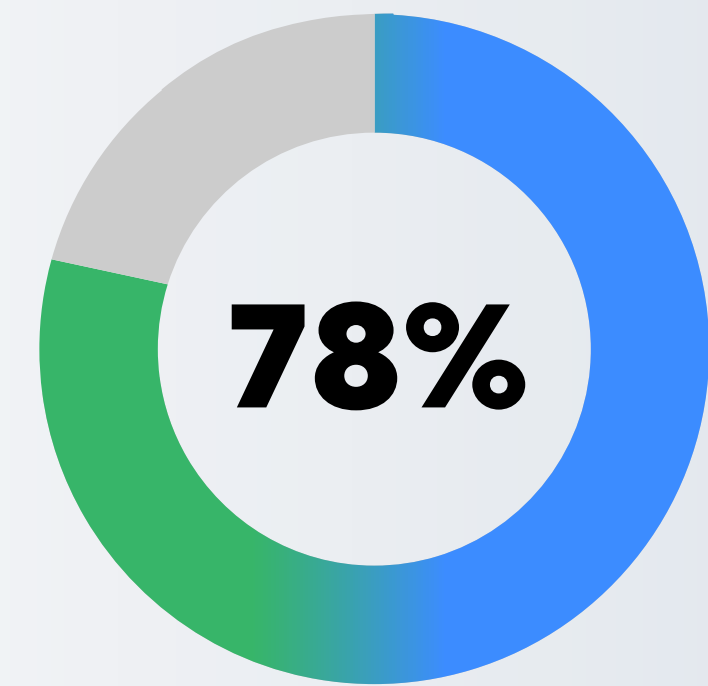
Performance 2023

Les dépenses auprès des fournisseurs Green Light sont passées à 65 %, soit une amélioration de 51 % d’une année sur l’autre et 5 points de pourcentage au-dessus de l’objectif de 60 % publié dans notre rapport inaugural.



Performance 2024

Les dépenses auprès des fournisseurs Green Light sont passées à 73 %, soit une amélioration de 12 % d’une année sur l’autre et 3 points de pourcentage au-dessus de l’objectif de 70 % publié dans le rapport de l’année précédente.



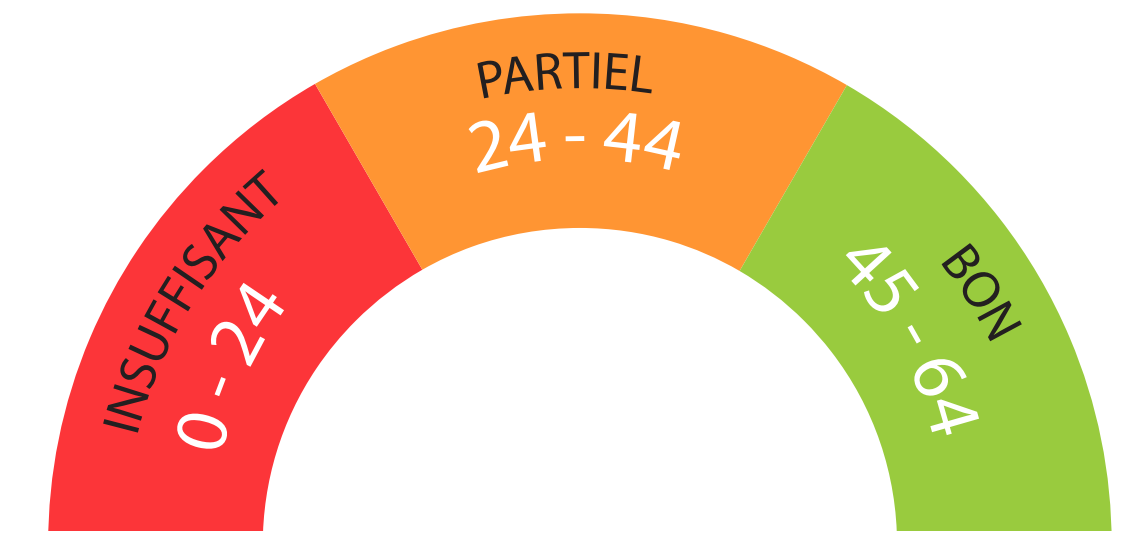
Objectif 2025

Notre objectif est d’atteindre au moins **78 %** de nos dépenses d’approvisionnement de 2025 auprès de fournisseurs Green Light.

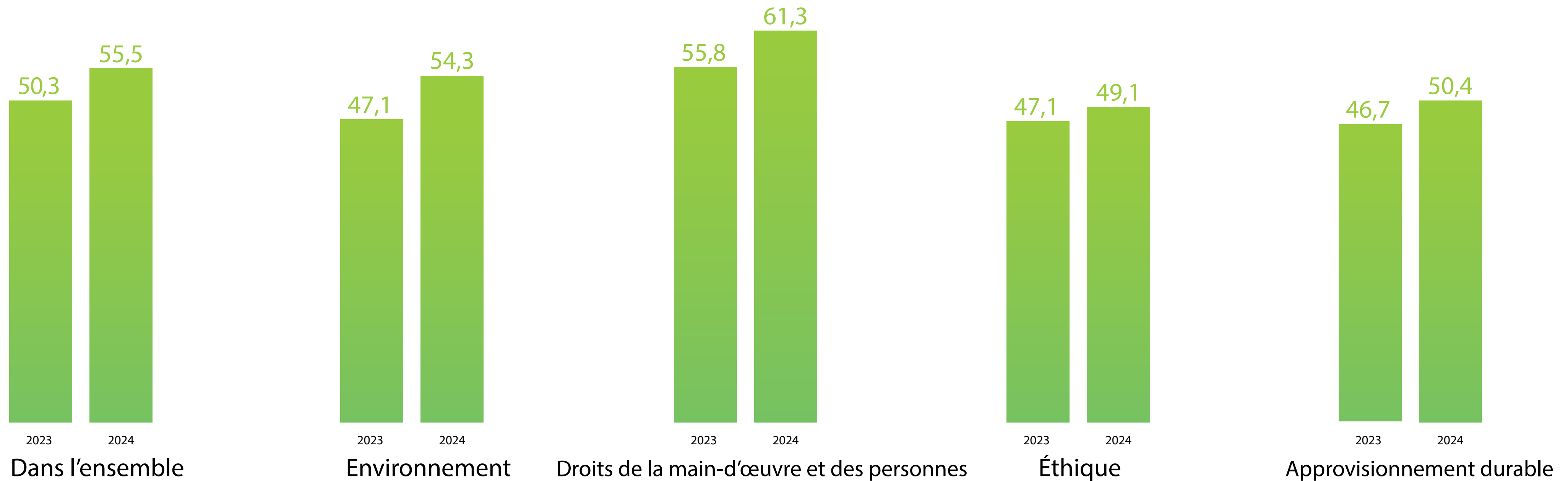
Fournisseurs canadiens

En 2024, nous avons travaillé avec les fournisseurs partenaires de Green Light pour améliorer les performances des quatre piliers à 55,5, **soit une amélioration de 10 % par rapport au score composite de base de 2023.**

Nous avons également augmenté le pourcentage des dépenses d'approvisionnement évaluées par EcoVadis à 53 % en 2024, soit une amélioration de 51 % par rapport à la base de référence de 2023. Notre objectif est de 55 % pour 2025.



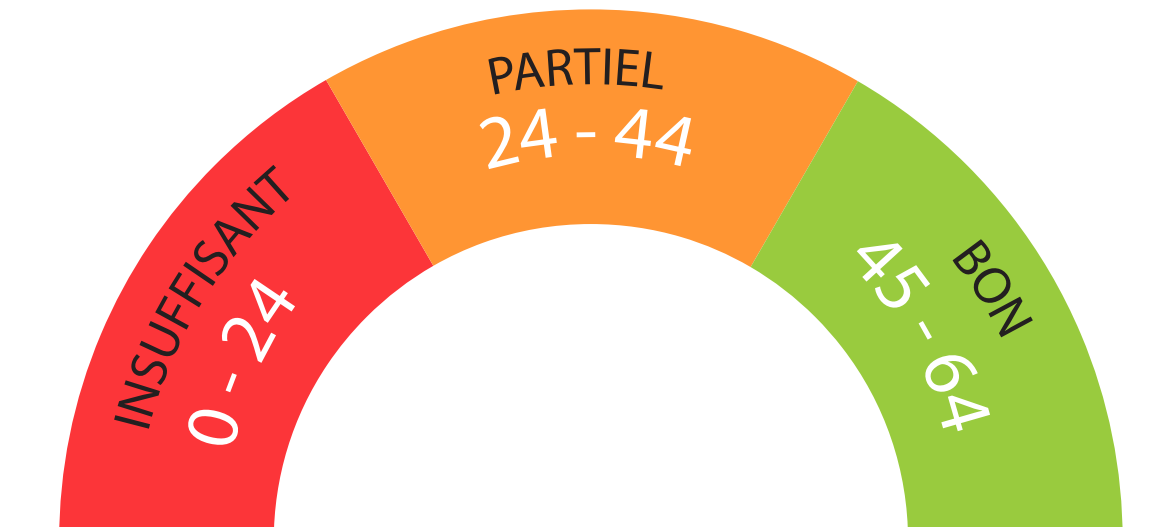
Échelle de pointage de EcoVadis



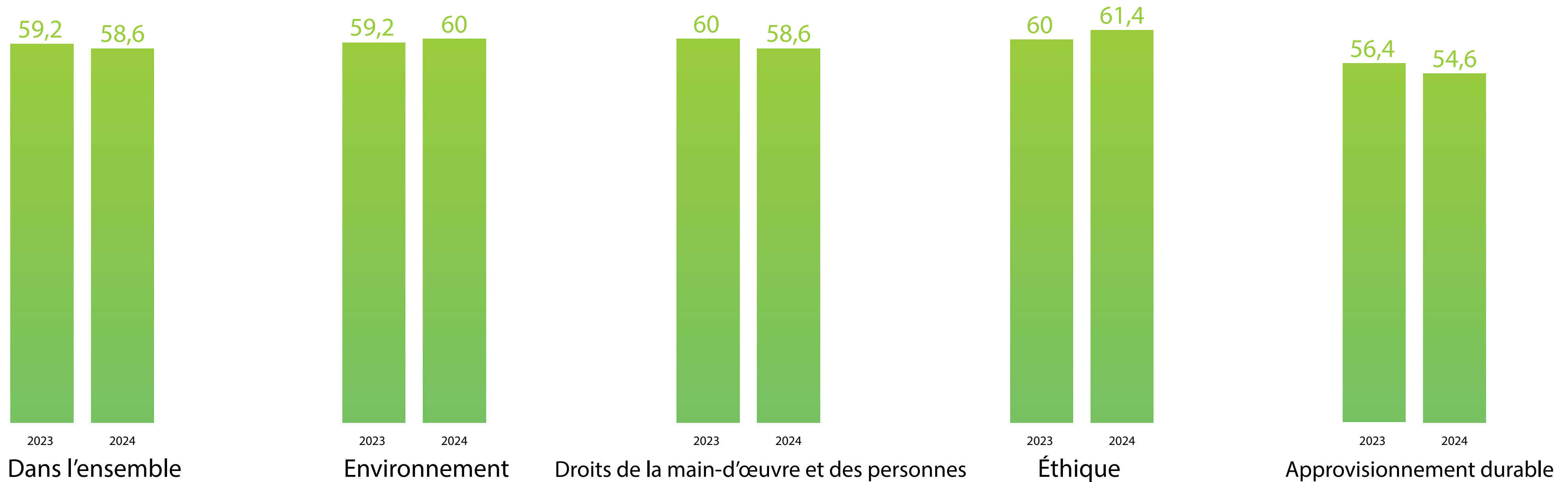
Fournisseurs mondiaux

La durabilité globale des fournisseurs Green Light mondiaux a diminué de 0,6 % par rapport à la référence 2023 en raison de l'ajout de nouveaux fournisseurs avec des évaluations pour la première fois.

En 2024, 77 % de nos dépenses d'approvisionnement mondiales ont été effectuées auprès de fournisseurs Green Light, ce qui a dépassé notre objectif de 75 %.



Échelle de pointage de EcoVadis



Green Light aide les fournisseurs des petites entreprises à réaliser d'importants progrès en matière de développement durable.

Le secteur des produits de marque est desservi par de nombreux fournisseurs qui sont des petites entreprises. **Plus d'un tiers** de notre base de fournisseurs Green Light (en nombre) est composé de ces entreprises.

Green Light a été particulièrement efficace pour faire progresser la durabilité avec ces fournisseurs. En se distinguant comme des entreprises plus durables en utilisant des métriques EcoVadis objectives, les petits fournisseurs ont créé de nouvelles occasions de croissance non seulement avec l'Articles promotionnels Staples, mais aussi avec d'autres entreprises de marchandisage de marques.



PETITES ENTREPRISES

Les autres petites entreprises ont amélioré leurs notes d'évaluation d'une année sur l'autre d'une moyenne de **9 points**.

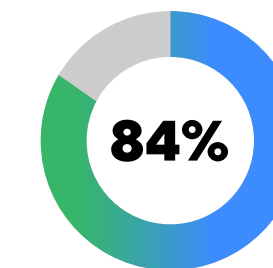


Les petites entreprises moyennes ont amélioré leurs notes d'évaluation d'une année sur l'autre d'une moyenne de 8,8 points.

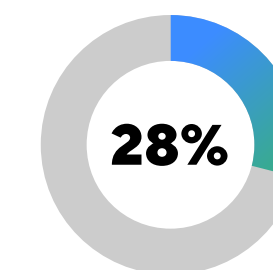


Les petites entreprises ont amélioré leurs notes d'évaluation d'une année sur l'autre d'une moyenne de 9,3 points.

FOURNISSEURS PARTENAIRES GREEN LIGHT



84 % ont amélioré leurs notes d'évaluation d'une année sur l'autre.



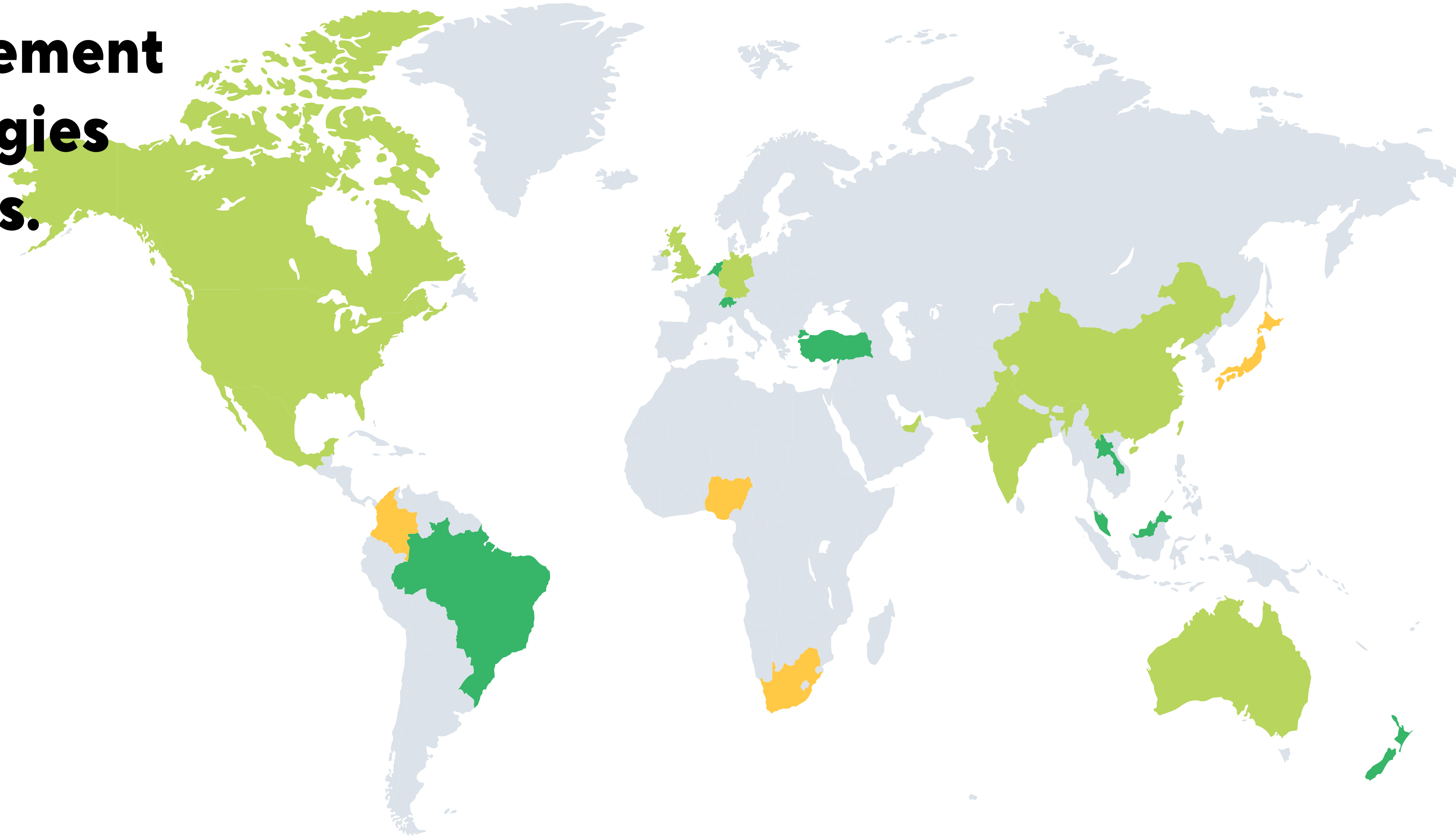
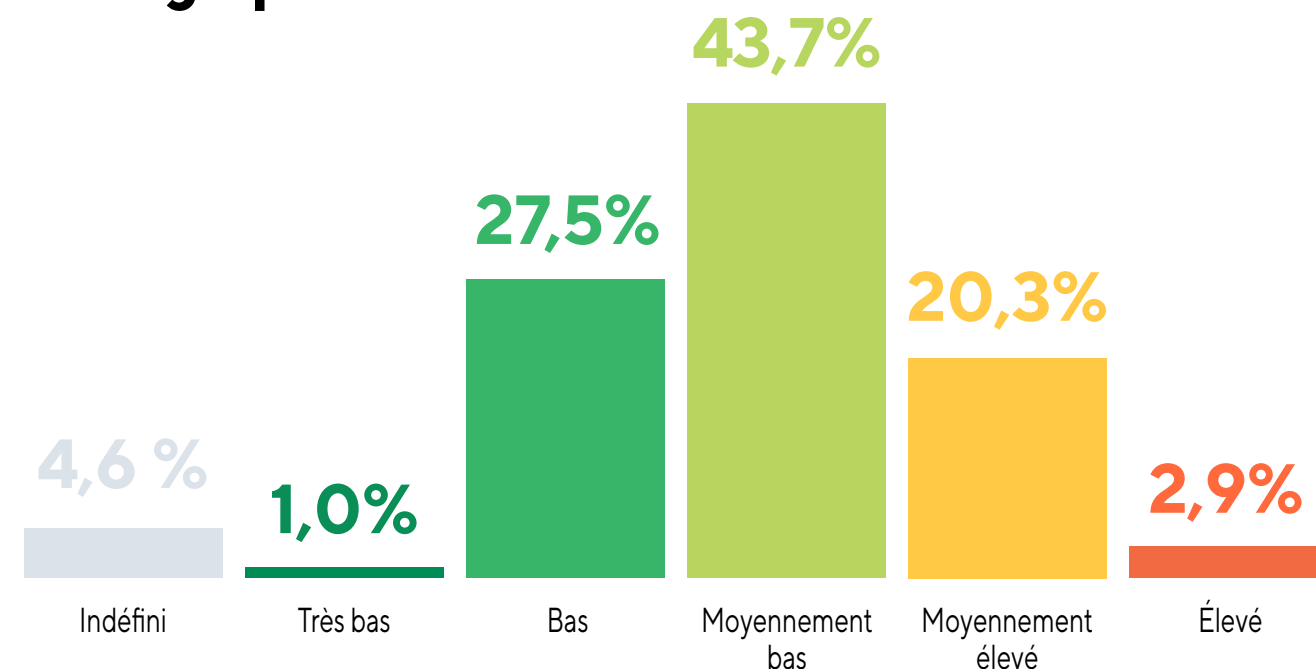
28 % ont augmenté leur score de plus de 10 points !

Établir une cartographie des chaînes d'approvisionnement afin d'éclairer les stratégies de réduction des risques.

En 2024, Articles promotionnels Staples a lancé une nouvelle initiative de cartographie complète de la chaîne d'approvisionnement aux États-Unis, au Canada et dans les régions du monde.

Nous avons maintenant déterminé les risques dans notre chaîne d'approvisionnement de niveau 1 au sein des quatre piliers de la durabilité à l'aide de l'outil IQ d'EcoVadis.

Notre objectif pour 2025 est de réduire les risques au sein de la chaîne d'approvisionnement de niveau 1 et de cartographier les fournisseurs de niveau 2.





Nous exploitons nos activités sous le nom de Marke Creative au Royaume-Uni. Notre approche du développement durable est adaptée à nos activités et à nos clients européens.



Les activités de Marke Creative ont reçu une médaille de bronze d'EcoVadis.

Notre classement EcoVadis est une combinaison équilibrée de résultats obtenus touchant les quatre piliers du développement durable.

	Année 1 2023	Année 2 2024	Année 3 2025
Dans l'ensemble	61	64	
Environnement	60	60	
Travail et droits de la personne	70	70	
Éthiques	70	60	
Approvisionnement durable	50	60	



Notre approche du développement durable est optimisée pour le marché européen.



Nos activités basées au Royaume-Uni sont certifiées conformes à la norme ISO14001 relative aux systèmes de gestion de l'environnement.



En 2023, nous avons intégré dans nos activités les dix principes du Pacte mondial des Nations unies, qui couvrent les droits de la personne, le travail, l'environnement et la lutte contre la corruption.



Nous sommes membre AB de SEDEX depuis 2011. Ce partenariat fait progresser nos pratiques en matière de chaîne d'approvisionnement, promeut la durabilité et garantit des exploitations éthiques dans l'ensemble de notre organisation.



Nous avons signé l'engagement « Step Forward Pledge » de la British Promotional Merchandise Association. Cet engagement nous permet de respecter 13 engagements dans les domaines des produits, des personnes et de la planète. Une évaluation annuelle (en plus d'EcoVadis) corrobore le respect des engagements tout en mettant en évidence les tactiques permettant d'améliorer progressivement la durabilité de nos opérations et de nos pratiques.

La cartographie des risques de la chaîne d'approvisionnement SEDEX améliore l'intégrité et les performances de la chaîne de valeur.

Nous sommes membre AB de SEDEX depuis 2011. Nos pratiques en matière de chaîne d'approvisionnement répondent au code de base de l'ETI, sur lequel se fondent les audits SMETA.

Les analyses SEDEX font l'objet d'un suivi permanent afin d'atténuer les risques et de permettre des décisions fondées sur des données. Grâce aux outils d'évaluation des risques Radar, nous déterminons et atténuons les principaux risques sociaux, environnementaux et de gouvernance afin de protéger notre réputation et de nous conformer à la législation applicable en matière de développement durable.

La plateforme SEDEX garantit la transparence de notre chaîne d'approvisionnement, ce qui nous permet de participer aux audits des fournisseurs. Elle intègre également nos sites de production aux systèmes de nos clients, ce qui leur permet d'avoir une visibilité totale sur l'origine des produits.

En outre, les modules d'apprentissage en ligne multilingues de SEDEX sont utilisés pour améliorer la formation interne et externe.

Au total, ce partenariat fait progresser nos pratiques en matière de chaîne d'approvisionnement, favorise la durabilité et garantit des opérations éthiques dans l'ensemble de notre organisation.



Le bien-être des employés

Nous adoptons une approche holistique du bien-être des employés en proposant des services de gestion du stress, de reconnaissance des associés, d'assistance aux employés et bien plus encore.



Articles promotionnels Staples est fière d'être reconnue à plusieurs reprises comme la plus grande entreprise pour laquelle il est agréable de travailler selon PPAI.



- « Favorise la croissance et encourage la réussite ».
- « Lieu de travail très diversifié et inclusif.
- « Des produits amusants. Des personnes amusantes. »
- « Offre un équilibre harmonieux entre vie professionnelle et vie privée. »
- « Gratifiant et flexible. »
- « Les collègues deviennent des amis pour la vie. »
- « Culture formidable. »

Nous soutenons la meilleure équipe du secteur des articles promotionnels avec les meilleurs avantages sociaux du secteur.

Nos associés sont des catalyseurs créatifs, auxquels les marques les plus reconnues au monde font confiance pour améliorer leurs stratégies de marketing. Tout le monde n'est pas capable de le faire. Pour ceux qui le peuvent, notre rémunération et nos avantages sociaux sont conçus pour qu'ils trouvent leur place chez Articles promotionnels Staples... et qu'ils y restent longtemps!

Rémunération globale

Des études de marché indépendantes et des enquêtes d'engagement semestrielles apportent à notre équipe des ressources humaines la perspective nécessaire pour concurrencer et gagner les meilleurs talents. Ils combinent les salaires, les avantages sociaux et l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée dans un ensemble de récompenses qui fait de nous l'employeur idéal du secteur des articles de marque.

Tous les associés à plein temps et leur famille immédiate ont accès à une assurance et à des avantages sociaux subventionnés. Ils peuvent choisir parmi plusieurs options d'assurance en fonction de ce qui convient le mieux à leur famille.

Soins médicaux et dentaires collectifs

Jours fériés et congés payés

Aide à l'adoption et à la maternité de substitution

Rabais sur les assurances juridique, auto, maison, vie, vol d'identité et animaux de compagnie.

 Staples
perks at work

Rabais sur les voyages

Programmes **CGS**

Travail hybride/à distance/à horaire flexible

Congés de deuil payés

Cotisations correspondantes aux régimes 401K et REER

% Rabais chez Staples

Invalidité de courte et de longue durée

Congé parental (y compris l'adoption)

Programme annuel de remboursement du bien-être

Rabais sur :

GMC


SUBARU

Places de stationnement privilégiées réservées aux VE

Les vendredis de l'été

Bien-être physique, mental et financier

Nos avantages sociaux sont conçus pour améliorer le bien-être physique, mental et fiscal de nos divers employés et de leurs familles.



Chef de file canadien des services de santé mentale et de toxicomanie.*



Cariloop est un avantage inclusif pour les aidants avec des outils numériques, un réseau de fournisseurs de soins et un encadrement individuel pour chaque étape de la prestation de soins.

**Disponible pour les associés canadiens uniquement*



Les employés pour la kinésithérapie en ligne peuvent l'utiliser à domicile



Staples Life Services (PAE), géré par ComPsych Guidance Resources, offre des conseils gratuits et confidentiels ainsi qu'une aide à l'orientation pour les défis professionnels et personnels de la vie.



Nous renforçons l'engagement des employés et l'alignement des valeurs grâce à deux programmes de reconnaissance des associés.

Nos associés sont talentueux et s'épanouissent en créant des expériences qui aident les clients à célébrer leur personnel, leur culture et leur marque. Nous faisons la même chose pour eux. Les associés qui incarnent nos valeurs peuvent prétendre à une reconnaissance et à des récompenses dans le cadre de deux programmes uniques : Le programme **PROPS** et le programme **Believe & Achieve (Croire et réaliser)!** Ces deux programmes permettent aux employés de recevoir une reconnaissance de la part de la direction et de partager cette reconnaissance entre eux. Ces deux programmes utilisent le même logiciel et la même gamme de récompenses que nous utilisons pour créer les programmes de reconnaissance de nos clients.

PROPS

« Les personnes qui reconnaissent la réussite des autres » est un programme de reconnaissance entre gestionnaires et associés et entre pairs, conçu spécialement pour Articles promotionnels Staples.

Believe & Achieve!

LIVING OUR VALUES AWARDS

Le programme Believe & Achieve (Croire et réaliser) récompense les employés de tous les secteurs d'activité de Staples.

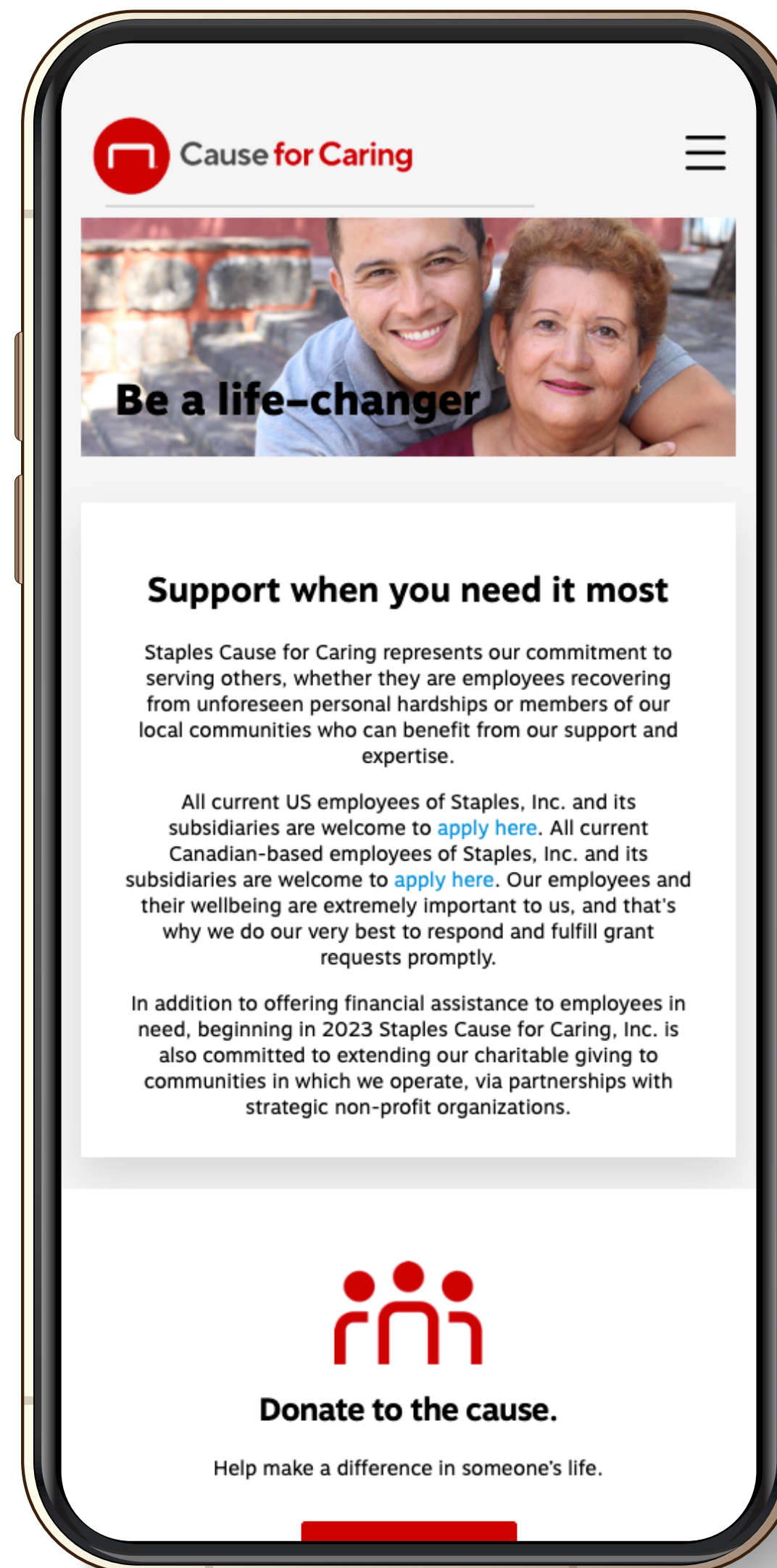


Cause for Caring (Cause pour la compassion)

Nous avons créé Cause for Caring (Cause pour la compassion) pour soutenir nos collègues qui font face à des obstacles ou des tragédies extraordinaires.

Ce programme, financé par les dons des employés et des cotisations correspondantes, nous permet d'envoyer immédiatement une aide financière sans avoir à collecter des fonds séparément pour chaque malheur.

Plus de 200 associées d'Articles promotionnels Staples contribuent au fonds chaque semaine. Cause for Caring (Cause pour la compassion) a profité directement à plusieurs associés d'Articles promotionnels Staples, en les aidant à faire face à des événements difficiles de la vie.



7 600 000 \$ et plus...

Nous sommes fiers que notre culture axée sur la compassion ait permis de financer plus de 7 millions de dollars de subventions qui ont changé la vie de plus de 5 700 employés depuis 2013.



Cause for Caring m'a soutenu pendant l'une des périodes les plus difficiles de ma vie, lorsque j'étais sans domicile fixe. Alors que je perdais espoir, j'ai reçu une subvention de sa part ».

- Bénéficiaire d'une subvention de Cause for Caring



Cause for Caring (Cause pour la compassion) de Staples Inc. S'associe également à Junior Achievement USA (JA) pour soutenir des initiatives de préparation à la carrière aux États-Unis et au Canada.

L'année dernière, Articles promotionnels Staples a invité des étudiants dans ses bureaux de l'Iowa pour leur montrer comment leur apprentissage en classe est lié à des carrières réelles dans les domaines de la vente, du marketing et du merchandising.

Les participants ont appris comment les marchandises de marque améliorent les résultats en matière de vente, de marketing et de communication. Ils ont également créé des présentoirs de merchandising, fabriqué leurs propres sacs et même appris ce qui entre dans la composition des propositions de valeur marketing.

« Merci à tous pour votre temps et votre dévouement - vous contribuez à former notre future main-d'œuvre !

- Associé de JA

« J'ai vraiment apprécié la visite et tout ce qui se passe chez Articles promotionnels Staples ».

- Étudiant de JA

« Voir de futurs collègues « potentiels » s'engager avec passion dans chaque segment de ce que propose l'équipe d'Articles promotionnels Staples est une expérience inestimable !

- Associé d'Articles promotionnels Staples



Plus de 3 800 étudiants engagés dans les programmes soutenus.



A group of four volunteers wearing light blue t-shirts are working together at an outdoor event. They are focused on packing supplies into cardboard boxes and paper bags. In the foreground, several clear plastic water bottles with blue caps are visible. The background shows a white canopy structure and lush green foliage. The overall atmosphere is one of teamwork and community service.

Bénévolat

Qu'il s'agisse de construire de meilleures marques ou de meilleures communautés, c'est ensemble que nous réalisons plus.

Nous donnons la priorité aux personnes.

Les communautés qui entourent nos bureaux et nos activités peuvent toujours compter sur les associés d'Articles promotionnels Staples pour contribuer à enrichir les vies et les occasions professionnelles. Rien qu'au cours des trois dernières années, nous avons consacré plus de 5 000 heures de bénévolat aux organisations à but non lucratif.

COMMENT NOUS DONNONS LA PRIORITÉ AUX PERSONNES

Aider les associés à se remettre des inondations dans l'Iowa.

Apporter du réconfort, de la nourriture et du repos aux familles dont les enfants sont hospitalisés.

Soutenir les Jeux olympiques spéciaux.

Acheter et assembler des meubles pour les familles dans le besoin.

Soutenir la American Diabetes Association en participant à la collecte de fonds du Tour de Cure.

Démontrer aux étudiants à quel point leur éducation est vitale pour leur future carrière grâce au mentorat.

Créer des cadeaux et des messages réconfortants pour soutenir ceux qui combattent la maladie.

Donner du travail et de la nourriture aux banques alimentaires locales.

Donner aux élèves défavorisés des écoles primaires et secondaires des vêtements propres et des articles d'hygiène.

Soutenir les sauvetages d'animaux.

Mentorat d'enfants qui ont besoin de modèles.

Soutenir les aspirants professionnels en leur proposant des vêtements adaptés à leur lieu de travail, afin qu'ils soient aussi beaux que les qualifications inscrites sur leur CV.

Adopter des familles défavorisées pour que leurs vacances soient plus abondantes et nourrissantes.

Faire don de fournitures pour nouveau-nés à des banques de couches.



Inclusion et engagement

Nous exploitons la puissance des différentes perspectives pour améliorer l'expérience des marques et les résultats des entreprises.



Notre mission est de mettre en pratique les principes d'inclusion et de de la marque dans tout ce que nous faisons.

Qu'il s'agisse d'attirer et de fidéliser les meilleurs talents, d'améliorer les relations avec les clients et les fournisseurs ou d'accroître l'innovation, notre main-d'œuvre diversifiée est source de performances accrues. Notre travail en matière d'inclusion et de diversité garantit que notre entreprise reflète les populations que nous servons et soutient mieux les divers talents afin que nous puissions tous réussir ensemble.

Les Groupes-ressources d'affaires (GRA) font partie intégrante de l'expérience de nos associés et sont ouverts à tous. Ils nous permettent d'exploiter la perspective collective de tous les associés. Les GRA stimulent l'engagement, favorisent l'inclusion et amplifient les avantages de la diversité des points de vue dans tous les secteurs d'activité de Staples.

Les membres se soutiennent et s'encadrent mutuellement et contribuent au recrutement de talents. Ils partagent leurs expériences et leurs points de vue avec leurs collègues par le biais de diffusions à l'échelle de l'entreprise et contribuent à optimiser les assortiments de marchandises pour les rendre plus attrayants.

En outre, les GRA soutiennent activement divers organismes de bienfaisance et font avancer des causes telles que la sécurité alimentaire et la réduction de la violence domestique. Chaque GRA a un parrain exécutif, de sorte que les toutes les voix ont un accès continu aux plus hauts niveaux de la direction. Bien qu'ils ne représentent que 18 % de l'ensemble des associés de Staples, Inc, les associés d'Articles promotionnels Staples ont présidé ou co-présidé la moitié des GRA!

NOS GRA





Chez Staples « l'inclusion » est un **verbe**.

C'est ce que nous faisons pour nous assurer que tous les employés se sentent valorisés et soutenus pour contribuer à tout leur potentiel.

Nous acquérons une meilleure perspective pour mieux répondre aux besoins de nos clients et de nos employés.

C'est pourquoi nous nous efforçons de maintenir une main-d'œuvre dynamique qui reflète les clients que nous servons - et nous recherchons des employés qui apportent une contribution et des perspectives uniques.

Nos activités de vente de produits de marque soutiennent l'inclusion des personnes neurodivergentes.

Les adultes neurodivergents font face à des obstacles importants liés à l'indépendance et à l'emploi en raison de déficiences intellectuelles, d'autisme ou de lésions cérébrales.

Village Northwest Unlimited (VNU), organisme à but non lucratif de type 501 (c) (3) située à Sheldon (IA), offre une gamme complète de services de soutien aux citoyens neurodivergents afin de les aider à acquérir des aptitudes à la vie quotidienne et à mener une vie épanouissante, intégrée à la communauté, dans un but précis et avec dignité. Sa mission est de fournir un but, une intimité et une dignité à toutes les personnes.



Nous faisons appel à VNU pour intégrer des personnes neurodivergentes dans nos activités, afin que leur mission soit soutenue par le marchandage de votre marque. Chaque jour, 10 à 15 coéquipiers neurodivergents soutiennent les marques de leurs clients :

- Assembler et préparer des trousseaux
- Coller des étiquettes, des autocollants et des étiquettes à suspendre
- Rassembler et séparer les déchets de distribution des bacs situés à l'extrémité des allées de l'entrepôt et les placer dans de grands bacs pour le recyclage.

VNU nous permet d'employer un plus large éventail de talents neurodivergents en fournissant :

- Des moyens de **transport** pour se rendre au travail et en revenir (ce qui permet d'élargir le rayon d'action de notre base de talents neurodivergents)
- Des **cadres-conseillers** pour aider les employés neurodivergents moins autonomes (élargissement du nombre de candidats avec lesquels nous pouvons travailler)
- VNU peut rapidement fournir une main-d'**œuvre variable** en cas de besoin (élargir l'utilisation situationnelle de ces coéquipiers)



Notre programme consacré à la diversité des fournisseurs crée des choix pour les consommateurs.

Nos équipes d'approvisionnement américaines et canadiennes recherchent constamment des relations avec de nouveaux fournisseurs pour répondre aux besoins des consommateurs fondés sur des valeurs.

Nous veillons tout particulièrement à prendre en considération les petites et moyennes entreprises locales des communautés dans lesquelles nous opérons.

Nous tirons parti de ce réseau pour créer des solutions d'achats diversifiés, transparents de niveau 1 et 2 qui aident les clients à aligner davantage leurs dépenses avec leurs valeurs.

Nous pouvons suivre et rendre compte à nos clients des dépenses effectuées auprès de ces fournisseurs sur une base globale et pour leurs programmes spécifiques.

Solutions de niveau 1.

Pour les solutions de niveau 1, nos partenaires de l'alliance pour la diversité font partie du contrat de service et assurent la gestion globale du programme, l'entreposage, la préparation des commandes, l'emballage, la préparation de trousse, l'impression, la distribution, le service à la clientèle et la facturation.

Solutions de niveau 2.

Les solutions de niveau 2 s'appuient sur notre réseau croissant de plus de 95 fournisseurs américains et canadiens appartenant à des minorités et à des femmes (MWBE). Nous nous efforçons d'optimiser les achats de marchandises et de maximiser les services de décoration et de trousse avec ce réseau.



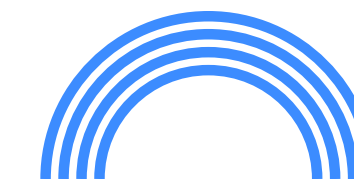
Petites entreprises



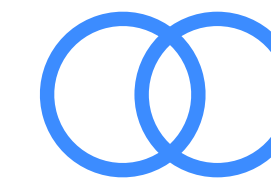
Appartenant à des femmes



Appartenant à des minorités



Appartenant à la communauté LGBTQ+



Appartenant aux personnes handicapées



Appartenant à des vétérans



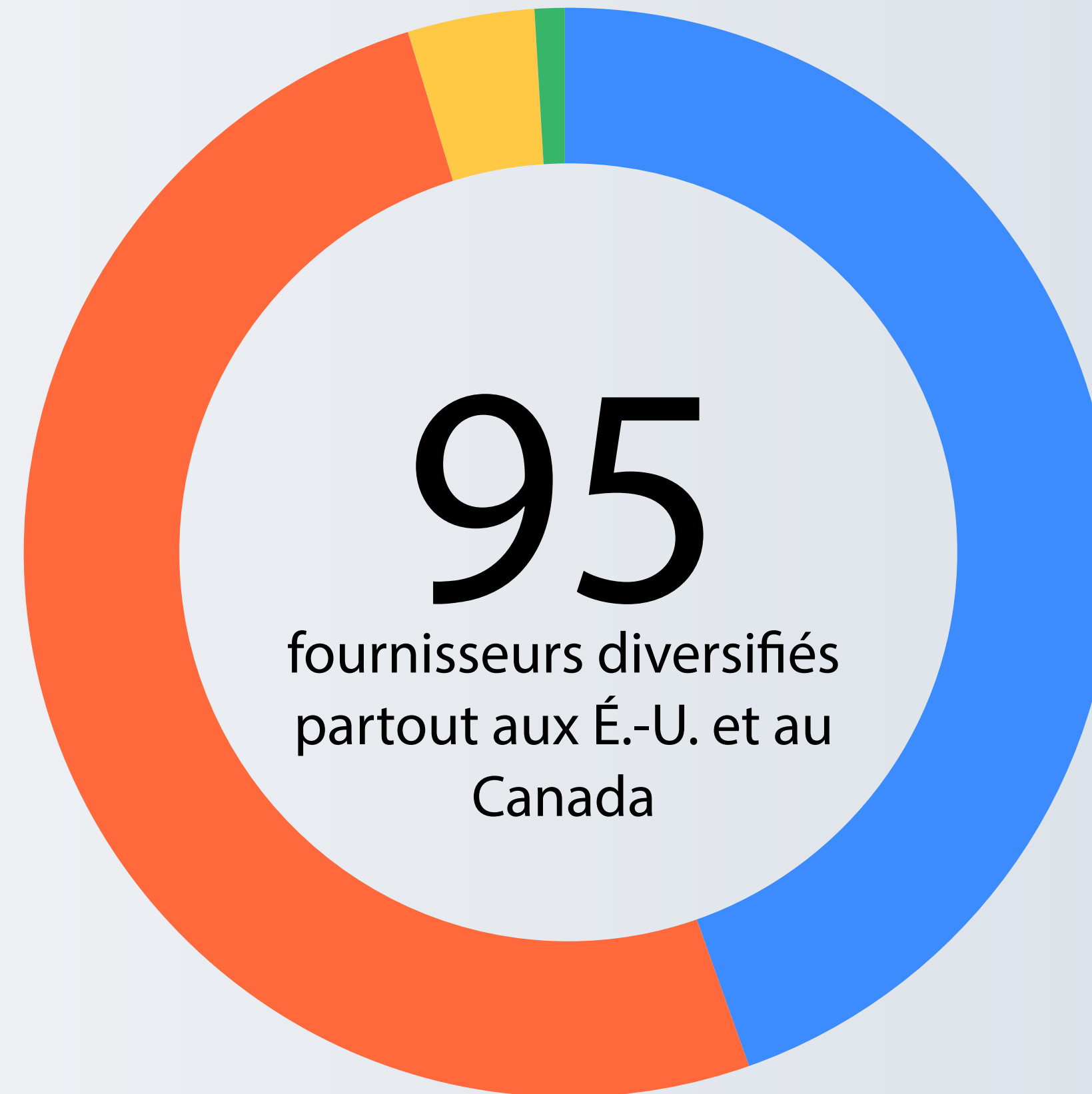
Partenaires de la chaîne d'approvisionnement

Fiers partenaires, membres corporatifs et conseils reconnus :

WBENC



UN ÉVENTAIL DE FOURNISSEURS DIVERS



APPARTENANT À DES MINORITÉS
43 %

APPARTENANT À DES FEMMES
52 %

APPARTENANT À LA COMMUNAUTÉ LGBTQ+
4 %

APPARTENANT À DES VÉTÉRANS
1 %

Code d'éthique et de conduite

Notre culture repose sur des normes
et des attentes transparentes



Code de conduite des employés

Notre culture professionnelle repose sur des attentes transparentes. Nous sommes honnêtes, justes et dignes de confiance.

Notre code de conduite pour les employés décrit précisément les normes qui régissent notre collaboration avec les clients et les fournisseurs.

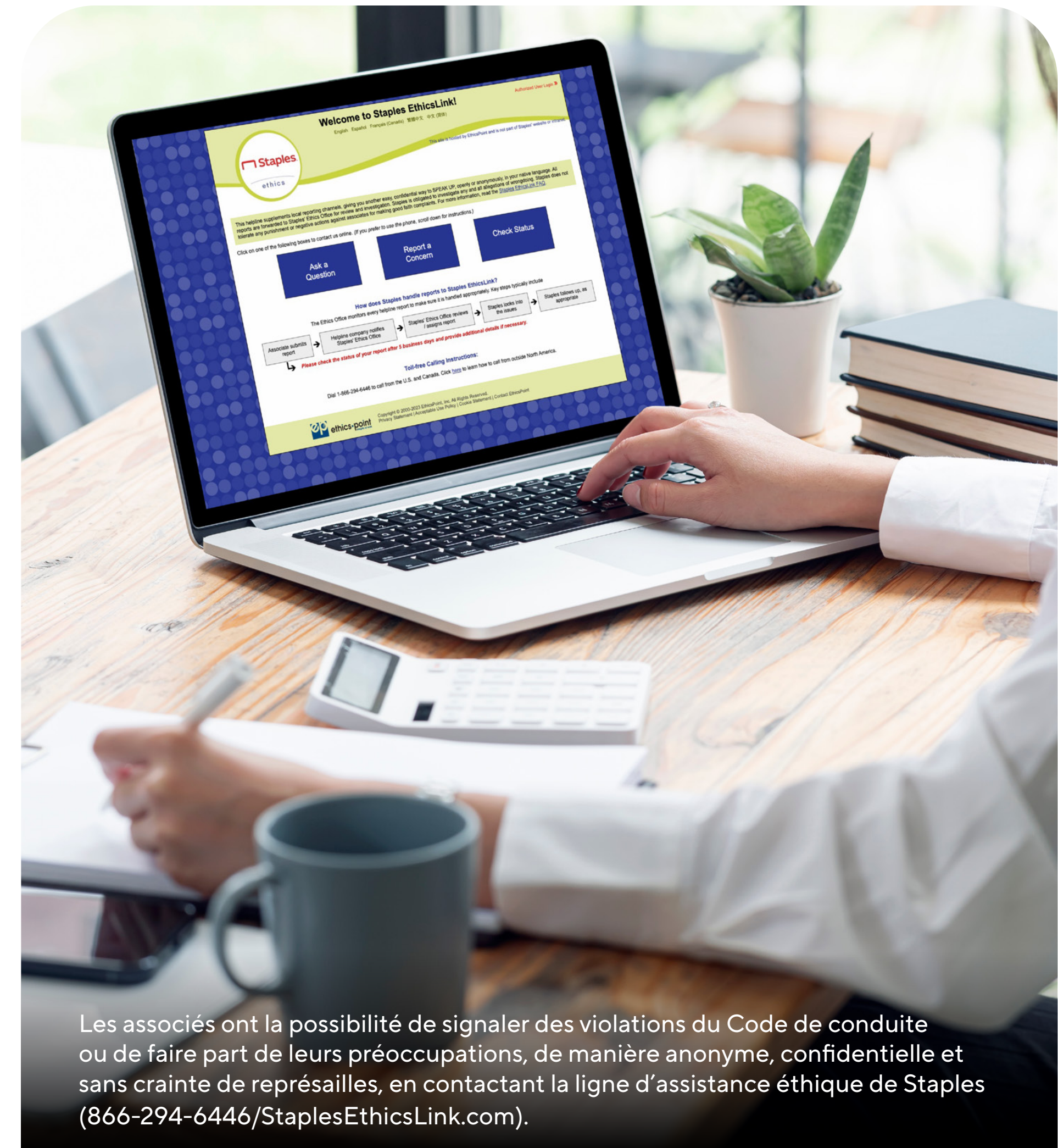
Des instructions explicites expliquent comment les comportements contraires à l'éthique, aux codes ou aux valeurs peuvent être signalés de manière formelle ou anonyme.

✓ EXIGENCES

- Conformité avec les lois, les règles et les réglementations
- Respect des exigences en matière de tenue de registres, de rapports et d'intégrité financière
- Éviter les conflits d'intérêts en fait ou en apparence
- Divulgarion des cadeaux
- Exigences en matière de santé et de sécurité
- Politiques anti-représailles

✗ INTERDICTION

- Consommation de drogues illicites
- Violence
- Corruption et paiements au personnel du gouvernement
- Discrimination et le harcèlement
- Fixation des prix



Les associés ont la possibilité de signaler des violations du Code de conduite ou de faire part de leurs préoccupations, de manière anonyme, confidentielle et sans crainte de représailles, en contactant la ligne d'assistance éthique de Staples (866-294-6446/StaplesEthicsLink.com).

Code de conduite des fournisseurs

Nos fournisseurs sont des partenaires mutuels qui contribuent à la création de meilleures marques, plus durables. Ils sont tous obligés de signer et de respecter notre code de conduite des fournisseurs.

Ce code exige qu'ils gèrent leurs activités et traitent leurs employés d'une manière qui respecte nos marques respectives.

Nous attendons également qu'ils exigent de leurs fournisseurs qu'ils adhèrent au même code de conduite.

✓ EXIGENCES

- Un environnement de travail sain et sûr
- La liberté syndicale et le droit à la négociation collective
- Des salaires conformes à toutes les lois applicables
- Tous les avantages sociaux prévus par la loi
- Ne pas dépasser 60 heures de travail ou le nombre maximum d'heures autorisées par la loi, le nombre qui est le moins élevé
- Rémunération pour toutes les heures travaillées et à un taux de rémunération conforme à toutes les lois applicables en matière d'heures supplémentaires.
- Les droits du personnel de Staples et/ou nos parties contractantes de surveiller et vérifier la conformité

✗ INTERDICTION

- Travail forcé
- Travail des enfants
- Harcèlement et abus
- Discrimination



A woman with glasses and her hair in a bun is sitting at a desk in a server room. She is looking at several computer monitors that display lines of code. The room is dimly lit with blue and green light from the screens and server racks in the background.

Confidentialité et sécurité des données

Nous protégeons les renseignements avec intégrité.

Staples, Inc. met en œuvre d'importantes mesures de protection pour sécuriser et protéger les données des clients et la confidentialité de leurs transactions.

Notre politique globale de sécurité de l'information s'inspire du cadre de cybersécurité (CSF) du National Institute of Standards and Technology (NIST), de la norme de sécurité des données de l'industrie des cartes de paiement (PCI DSS) et des meilleures pratiques issues d'une participation active à des organisations de collaboration en matière de sécurité telles que le Retail & Hospitality Information Sharing and Analysis Center (RH-ISAC). Ces cadres collectifs fournissent un modèle pour l'établissement, la mise en œuvre, le fonctionnement, le contrôle, l'examen, la maintenance et l'amélioration de notre écosystème de gestion de la sécurité de l'information de l'entreprise.

Les politiques sont gérées par l'équipe chargée de la gouvernance, des risques et de la conformité, en collaboration avec les niveaux de direction appropriés, afin d'examiner et d'approuver toutes les nouvelles politiques et les mises à jour des politiques existantes chaque année, ou plus souvent si nécessaire, pour s'adapter à un environnement de menaces en évolution constante.

Nos politiques sont continuellement mises à jour pour se conformer aux lois et réglementations applicables en matière de protection de la vie privée. L'avis de confidentialité accessible au public est mis à jour au moins une fois par an et décrit notre traitement des informations personnelles dans le cadre des activités menées dans nos établissements, sur nos sites web et nos applications mobiles, ou dans le cadre des services que nous fournissons.





SÉCURITÉ PHYSIQUE ET ENVIRONNEMENTALE

Nos centres de données sont équipés de systèmes redondants de chauffage, de ventilation et de climatisation, de systèmes d'extinction des incendies, de systèmes de détection des inondations et de capteurs environnementaux, ainsi que de plusieurs onduleurs, générateurs de secours, alimentations électriques et connexions réseau. Leur emplacement tient compte des considérations de sécurité physique.

La sécurité comprend des systèmes de gestion des bâtiments surveillés à distance, une surveillance et un gardiennage 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7, une maintenance programmée et des contrats d'entretien.



SURVEILLANCE DES ÉVÉNEMENTS DE SÉCURITÉ

Les événements liés au système et à la sécurité sont enregistrés et agrégés dans un système centralisé de gestion des informations et des événements de sécurité (SIEM). La plateforme SIEM est surveillée par le centre d'opérations de sécurité (SOC) de Staples et par un partenaire tiers qui assure une couverture 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.



RÔLES, ACCÈS ET ÉDUCATION

La gestion de la sécurité des rôles et de l'accès aux données est cruciale pour la protection des renseignements sensibles. Les attributions de rôles sensibles font l'objet d'examens formels réguliers afin de vérifier l'autorisation du rôle actif. L'accès à distance nécessite une authentification multifactorielle (MFA). Une formation annuelle de sensibilisation à la sécurité et à la protection de la vie privée est obligatoire et complétée par des événements, des simulations, des panneaux, des vidéos et des programmes culturels mettant en évidence les meilleures pratiques en matière de sécurité et de protection de la vie privée dans l'ensemble de l'organisation.



SÉCURITÉ DES CARTES DE CRÉDIT

Staples, Inc. se conforme à la dernière version de la norme de sécurité des données de l'industrie des cartes de paiement (PCI DSS). Nos applications et nos réseaux sont balayés, contrôlés et évalués chaque année par un évaluateur de sécurité qualifié (QSA) tiers dans le cadre des exigences de niveau 1 des marchands.



CONTINUITÉ DES ACTIVITÉS

Tous les centres d'exécution de Staples, Inc. disposent d'un plan d'intervention d'urgence, et nos bureaux d'entreprise ont des plans de continuité des activités pour assurer la poursuite des opérations en cas de catastrophe. Ces plans intègrent la gestion des risques d'entreprise, la gestion des risques opérationnels et la continuité des activités, et sont officiellement examinés et mis à jour chaque année. Les éléments clés de ces plans sont les suivants :

- Développement et test de plans bien structurés et cohérents permettant à tous les sites de se remettre rapidement et efficacement d'une catastrophe ou d'une situation d'urgence imprévue
- Des plans cohérents d'intervention d'urgence et de gestion de crise
- Des plans de communication interne pour informer les équipes, mettre en œuvre les plans, rassembler le personnel, évaluer les dommages et déclarer une catastrophe
- Plans de récupération et de restauration de notre infrastructure technique
- Des plans de communication de crise pour informer les clients, les associés et toutes les parties prenantes clés d'une catastrophe et de la réponse prévue

Garantir un meilleur avenir ensemble

Merci pour avoir pris le temps d'apprendre la manière dont nous plaçons le développement durable au cœur du merchandising des marques.

En savoir plus

