Lagardère

LA RSE CHEZ LAGARDÈRE / DONNER DU SENS

2017-2018

Participants à la journée d'intégration du groupe Lagardère, juin 2017 – Paris (France).

Stand du groupe Lagardère lors du Challenge du monde des grandes écoles et universités (CDMGE), juin 2017 – Paris (France).

Sommaire

01 / Profil du Groupe
02 / Donner du sens
03 / Les objectifs de la politique RSE
04 / Une stratégie RSE construite avec les parties prenantes
06 / Un dialogue croissant avec les parties prenantes
08 / Une gouvernance responsable
10 / Promouvoir la diversité et la mixité dans l'entreprise
14 / Renforcer l'attraction et la fidélisation des talents
18 / Favoriser l'accès à l'éducation, à la connaissance et au divertissement
22 / Défendre le pluralisme des idées et la diversité culturelle
26 / Assurer un cycle de vie responsable du papier
28 / Renforcer l'éco-responsabilité de nos activités
32 / Respecter les obligations de conformité
34 / L'engagement des fondations
36 / Tableau d'indicateurs
37 / Contacts et publications

Profil du Groupe

La mission de Lagardère est de fidéliser ses publics et ses consommateurs à travers le monde, autour de marques fortes, grâce à l'édition, la production, la diffusion et la distribution de contenus et de services innovants et responsables, enrichis par l'expertise ainsi que la diversité de ses talents.

Implanté dans une quarantaine de pays, le Groupe se structure autour de quatre branches d'activités :

Lagardère Publishing, qui regroupe les activités d'édition de livres et de e-books couvrant de nombreux domaines tels que : l'Éducation, la Littérature générale, l'Illustré, les Fascicules, les Dictionnaires, la Jeunesse, les Jeux sur mobiles et la Distribution.

Lagardère Travel Retail, qui articule son développement autour du commerce en zone de transport sur trois segments : Travel Essentials, Duty Free & Fashion et Foodservice.

Lagardère Active, qui regroupe les activités Presse, Audiovisuel (Radio, Télévision, Production audiovisuelle), Numérique et Régie publicitaire, portées par des marques emblématiques telles que Elle, Paris Match, Europe 1, Gulli ou Doctissimo.

Lagardère Sports and Entertainment, agence de marketing globale intégrée, spécialisée dans les domaines du Sport et de l'Entertainment, qui offre une gamme complète de services pour les détenteurs de droits sportifs, les marques, les athlètes et les médias.

En 2017, le Groupe a enregistré un chiffre d'affaires de **7 069 M€** et ses effectifs permanents s'élevaient à **28 886 collaborateurs**.

Répartition des effectifs permanents par zone géographique au 31 décembre 2017

1 . FRANCE

Lagardère Publishing	2 365
Lagardère Travel Retail	4 228
Lagardère Active	2 416
Lagardère Sports and Entertainment	467
Hors Branches	136
Total	**9 612**

2 . EUROPE (HORS FRANCE)

Lagardère Publishing	2 666
Lagardère Travel Retail	4 860
Lagardère Active	766
Lagardère Sports and Entertainment	572
Total	**8 864**

3 . CONTINENT AMÉRICAIN

Lagardère Publishing	1 631
Lagardère Travel Retail	6 098
Lagardère Sports and Entertainment	175
Total	**7 904**

4 . ASIE-OCÉANIE

Lagardère Publishing	133
Lagardère Travel Retail	2 049
Lagardère Sports and Entertainment	217
Total	**2 399**

5 . AFRIQUE

Lagardère Publishing	82
Lagardère Active	25
Total	**107**

Donner du sens

Quelle nouvelle vision ? Quelle autre mission ? Quel rôle spécifique de l'entreprise dans la société ? Toutes ces questions, qui animent les milieux institutionnels et économiques depuis plusieurs mois, sont plus que jamais en résonance avec la volonté de Lagardère de donner du sens à ses activités.

L'année 2017 s'est naturellement inscrite dans cette démarche. Elle a commencé par une vaste consultation de nos parties prenantes internes et externes, qui nous a permis d'identifier les attentes vis-à-vis de notre Groupe et d'y répondre à travers diverses initiatives.

Ainsi la création du Réseau LL, afin de renforcer l'équilibre entre les femmes et les hommes dans les métiers du Groupe et de favoriser l'accession des femmes aux postes à haute responsabilité, s'est-elle faite avec mon total soutien. Je suis convaincu que ce réseau permettra également de stimuler les échanges créatifs entre les branches et de renforcer notre attractivité vis-à-vis des jeunes talents qui nous rejoindront demain en cherchant à donner du sens à leur travail.

Innover et sensibiliser aux enjeux de l'éducation sont également au sommet de nos attentes. Ainsi y avons-nous par exemple répondu avec la participation de Hachette Livre dans le fonds d'investissement européen Educapital ou par l'engagement de nos médias dans des actions à vocation citoyenne.

Lorsque Europe 1 lance l'émission *Circuits Courts* sur l'économie sociale et solidaire, lorsque *Le Journal du Dimanche* organise la deuxième journée pour dessiner l'Europe de demain, lorsque Gulli renonce à diffuser des spectacles vivants montrant des animaux sauvages, lorsque Le Livre de Poche organise une compétition d'écriture pour les lycéens, ou lorsque Lagardère Travel Retail prend l'engagement de ne plus distribuer d'œufs de poules élevées en cage, c'est tout notre Groupe qui est à l'écoute de la société et a un impact positif sur elle !

Cet impact est renforcé par l'investissement permanent de nos deux fondations : la Fondation Jean-Luc Lagardère, pour les jeunes talents de la création culturelle, et la Fondation Elle pour l'éducation des femmes et des jeunes filles dans le monde.

Croître, créer, innover, tout en veillant au bien commun, telle est l'équation stimulante que tentent de résoudre l'ensemble des collaborateurs de notre Groupe, qui font ma fierté quotidienne.

Arnaud Lagardère

Les objectifs de la politique RSE

Siège du groupe Lagardère, Paris (France).

> *« Les enjeux de RSE sont des enjeux de création de valeur pour la société. »*
>
> Quatrième réunion du panel des parties prenantes, décembre 2016.

La mise en place d'une politique de responsabilité sociale répond pour le groupe Lagardère à trois impératifs.

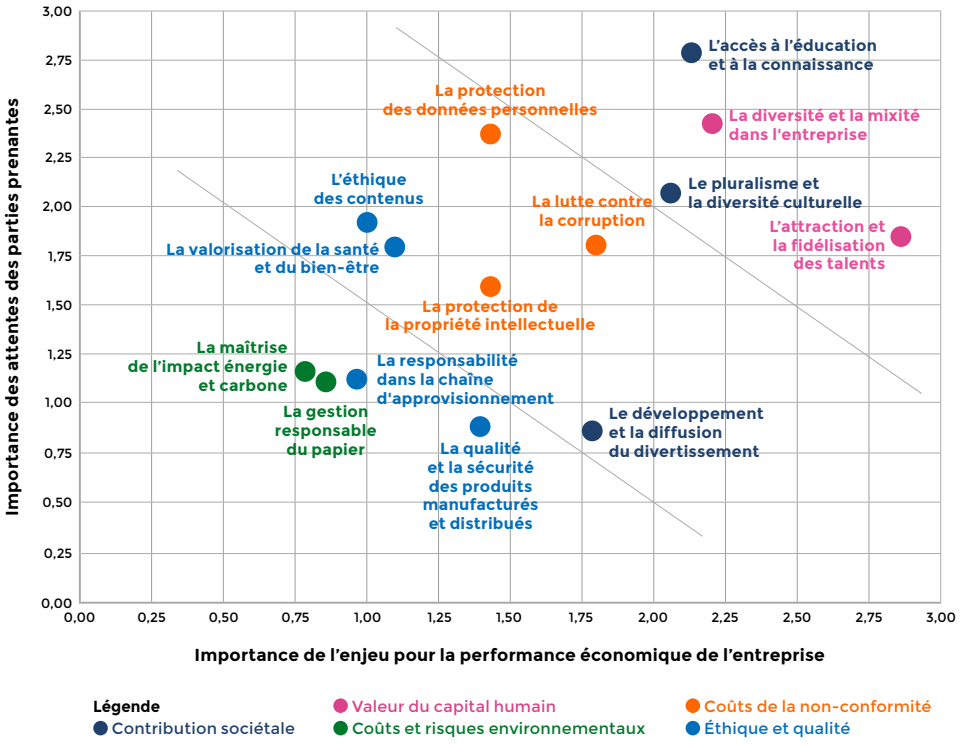
Le premier impose au Groupe de **répondre aux exigences croissantes des régulateurs** nationaux ou européens. La RSE est de plus en plus encadrée par un cadre normatif ou législatif qui fixe notamment des obligations en matière de publication des informations RSE qui font l'objet depuis six ans chez Lagardère d'une vérification par un organisme tiers indépendant. Les régulateurs sont également de plus en plus exigeants en termes de mise en place de processus de vigilance et de contrôle.

Le second consiste à **adapter la démarche RSE à la stratégie de développement** du groupe Lagardère. Les évolutions de ses activités (l'extension dans de nouveaux territoires ou encore le développement d'activités nouvelles ou fortement marquées par l'innovation) ont un impact spécifique sur la société et doivent donc faire l'objet d'une attention particulière en matière de RSE.

Le troisième conduit Lagardère à **renforcer son dialogue avec ses parties prenantes**. Ce dialogue, mené au quotidien dans chacune des branches et stimulé par les rencontres régulières avec son panel d'experts depuis 2015, a été renforcé par l'analyse de matérialité réalisée auprès de l'ensemble de ses parties prenantes en 2017.

Une stratégie RSE construite avec les parties prenantes

Matrice de matérialité du groupe Lagardère



Conforté par l'analyse de matérialité réalisée à l'issue d'une vaste consultation de ses parties prenantes en 2017, le groupe Lagardère articule désormais sa stratégie RSE autour de cinq enjeux stratégiques « cœurs de métier » et cinq domaines d'actions prioritaires.

Au cœur des métiers du Groupe, les deux premiers enjeux sociaux concernent la promotion de la diversité, de l'égalité des chances et de la mixité femmes-hommes dans les équipes ainsi que le renforcement de l'attraction et de la fidélisation des talents. La création en interne du Réseau LL pour la promotion de la mixité dans les métiers, la poursuite du programme de formation des managers à la lutte contre les stéréotypes et les nouvelles propositions de sensibilisation au management à l'heure du numérique sont quelques réponses à ces deux premiers enjeux.

Les deux enjeux sociétaux suivants sont directement liés aux contenus culturels produits par le Groupe. L'accès à l'éducation, à la connaissance et au divertissement, la promotion de la lecture ainsi que la protection de la jeunesse en sont les premiers engagements. La promotion du pluralisme des idées, de la liberté d'expression et de la diversité culturelle complète le dispositif de responsabilité lié aux médias.

Enfin, la gestion responsable du cycle du papier reste un enjeu environnemental stratégique pour les activités d'édition de livres et de magazines de Lagardère. Quant à la gestion responsable du numérique, qui englobe la dimension environnementale, sociale et sociétale et irrigue tous nos métiers, elle fait partie des actions prioritaires pour l'ensemble du Groupe.

Les autres domaines d'actions prioritaires sont des sujets d'éco-responsabilité tels que la lutte contre le changement climatique (qui concerne surtout les consommations d'énergie); la responsabilité dans la chaîne d'approvisionnement (fortement impactée par la nouvelle loi sur le devoir de vigilance); la qualité, la sécurité et l'éthique des contenus et des produits (qui touchent en priorité les activités de restauration de Lagardère Travel Retail). Enfin, l'éthique des affaires complète la feuille de route, avec notamment la lutte contre la corruption.

Web-conférence de lancement du Réseau LL, novembre 2017 – Paris (France).

Elle *et* Version Femina *ont signé la charte sur les relations de travail et le bien-être des mannequins aux côtés de Kering et LVMH.*

Cet engagement d'ordre éthique et social entre en résonance avec les valeurs des magazines pour le respect des droits de l'homme, de la diversité et de l'égalité entre les sexes.

Lagardère

ISABELLE JUPPÉ

Directrice de la Responsabilité Sociale de l'Entreprise du groupe Lagardère

www.lagardere.com

UNE ANNÉE D'ÉCOUTE ET DE DIALOGUE AVEC LA SOCIÉTÉ

Marquée par un dialogue soutenu avec l'ensemble des acteurs de la société, l'année 2017 a permis au groupe Lagardère de s'engager dans des pistes de progrès concrètes.
***Ce fut d'abord la consultation** de nos multiples parties prenantes internes et externes qui a débouché sur une matrice de matérialité nous permettant d'identifier leurs attentes prioritaires.*
***Ce fut ensuite la traduction de nos engagements** sur ces sujets stratégiques concernant principalement nos talents et notre impact sociétal, au travers de plusieurs initiatives.*
***La création du Réseau LL par exemple**, qui répond à la fois à la nécessité de promouvoir la mixité femmes-hommes au sein de nos métiers et à la volonté de multiplier les échanges constructifs entre les différentes branches du Groupe.*
***Ou encore la réponse à des sujets de société** comme la lutte contre la souffrance animale, d'une part par le renoncement de nos chaînes jeunesse à diffuser des spectacles vivants d'animaux sauvages et, d'autre part, par l'engagement de Lagardère Travel Retail de ne plus distribuer d'œufs provenant d'élevages en batterie.*
***Sans oublier la sensibilisation des publics**, via nos médias, aux grands enjeux de société tels que l'égalité femmes-hommes, la promotion de la diversité culturelle ou l'économie sociale et solidaire.*

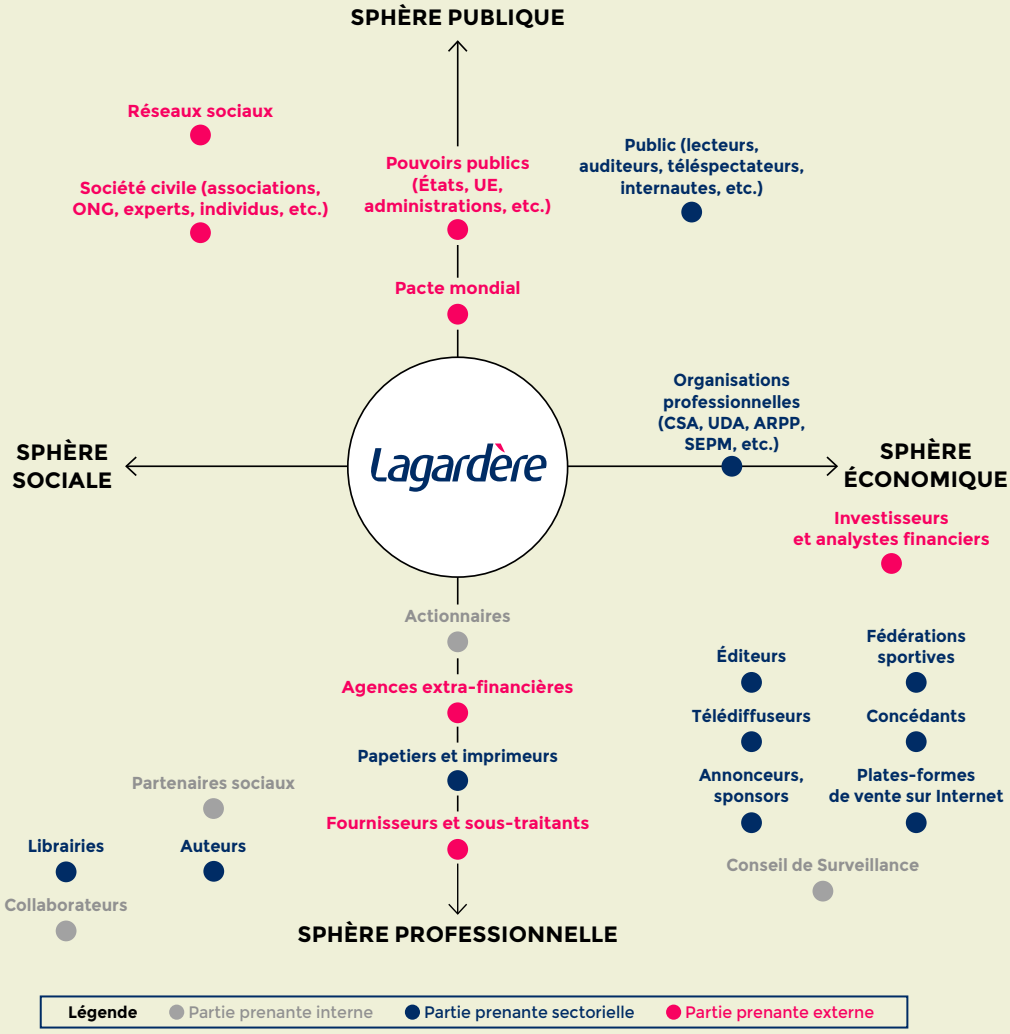
Un dialogue croissant avec les parties prenantes

Des fournisseurs aux annonceurs, des diffuseurs aux investisseurs, des auditeurs aux voyageurs, des concédants aux régulateurs, des ayants droit aux clubs sportifs, etc., les parties prenantes du groupe Lagardère sont de plus en plus nombreuses, de plus en plus participatives, de plus en plus diverses.

En relation permanente avec le groupe Lagardère sur lequel elles ont un impact ou sur lesquelles les activités du Groupe peuvent avoir un impact, ces parties prenantes sont sectorielles (comme les différentes organisations professionnelles liées à chacun des métiers du Groupe), internes (la plus importante de ces parties prenantes étant constituée des collaborateurs de chacune des entités), ou externes (représentant alors les différents visages de la société civile, privés ou publics).

Après plus de deux années d'existence et six réunions à son actif, le panel des parties prenantes se compose de treize représentants, renouvelés en 2018. Experts de la culture, du travel retail, du sport, du numérique, de l'éco-responsabilité ou encore de l'éthique, ils accompagnent la démarche RSE de Lagardère grâce à leurs commentaires, conseils et critiques extrêmement utiles et constructifs. Les initiatives prises ces derniers mois par le Groupe témoignent de la prise en compte de leurs préoccupations.

Cartographie des parties prenantes



Lagardère

THIERRY FUNCK-BRENTANO

Co-gérant du groupe Lagardère, Directeur des Relations humaines, de la Communication et du Développement durable

www.lagardere.com

TALENTS ET INTELLIGENCE ARTIFICIELLE AU CŒUR DES DÉBATS DU PANEL

J'ai souhaité réunir à deux reprises, au cours de l'année 2017, notre panel des parties prenantes qui est constitué de treize membres experts de nos métiers et de nos enjeux RSE.
Lors de notre première réunion, nous avons abordé la thématique de l'attraction et de la fidélisation des talents, que je considère comme un des enjeux prioritaires de notre Groupe, à travers les domaines de la formation, de l'innovation et de l'engagement.
À cette occasion, nos échanges ont porté sur le projet de la Lagardère Travel Retail Academy développé en 2017 pour les top managers de la branche à l'international, ainsi que sur la nouvelle version des Trophées de l'innovation imaginée par le Réseau Innovation Groupe et les projets d'engagement de la Fondation Elle.
La seconde réunion a été l'occasion d'un passionnant débat sur les enjeux éthiques liés au Big data et à l'intelligence artificielle. Introduit par une présentation du Groupe centrée sur la protection des données personnelles, la cybersécurité et l'innovation, il a permis à l'un des membres de notre panel de conduire, grâce à son expertise et à son expérience en la matière, la discussion autour de cet enjeu crucial de responsabilité, au croisement des risques et des opportunités.

Les membres du panel des parties prenantes

Anne de Béthencourt
Directrice d'Integral Vision, membre du Conseil économique, social et environnemental

Agathe Bousquet
Présidente de Publicis Groupe en France

Philippe Charbit
Directeur de mission Kiosques France chez Presstalis

Nathalie Dechy
Ancienne joueuse de tennis professionnelle, membre du *think tank* Sport et Citoyenneté

Stéphane Diagana
Conférencier en entreprise, ancien athlète de haut niveau

Roxana Family
Directrice Chaire-Master Droit et éthique des affaires, Vice-Présidente déléguée au développement international de l'université de Cergy-Pontoise

Noëlle Genaivre
Secrétaire du Comité de Groupe et du Comité d'Entreprise Européen du groupe Lagardère

Laetitia Grail
Co-fondatrice de myBlee Math, fondatrice de LGM Digital

Hervé Guez
Directeur de la recherche et de la gestion actions et taux chez Mirova

Chantal Jouanno
Membre de la Board and CEO Succession Practice et de la Practice Industry de Spencer Stuart

Michel Lévy-Provençal
Fondateur de TEDx Paris

Bernard Ourghanlian
Directeur Technique et Sécurité de Microsoft

Jean-Christophe Perruchot
Président de STAL Industrie – Aménagement d'espace commercial

Une gouvernance responsable

Assemblée Générale des actionnaires de Lagardère SCA, mai 2017 – Paris (France).

Expression d'engagements, de modes d'organisation et de pratiques durables, la gouvernance responsable, parfois appelée éthique des affaires, est le socle de confiance sur lequel repose la démarche RSE du groupe Lagardère.

Elle concerne d'abord la structure de Lagardère SCA, et les spécificités de sa forme juridique. C'est une commandite par actions, statut qui, grâce à ses deux catégories d'associés (les commandités et les commanditaires) permet de répondre aux deux principes de base que sont la séparation absolue des pouvoirs entre les organes de direction (la Gérance) et les organes de contrôle (le Conseil de Surveillance), et l'association des actionnaires au contrôle de l'entreprise. L'indépendance des membres de son Conseil de Surveillance (avec une forte représentation féminine en son sein) ainsi que son mode de fonctionnement (ses deux comités *ad hoc*, dont l'un a étendu en 2015 ses compétences à la RSE) sont autant d'éléments contribuant à la gouvernance responsable.

Elle s'appuie également sur l'organisation de la fonction RSE. Celle-ci est représentée au sein de la Gérance du groupe Lagardère par Thierry Funck-Brentano, également Directeur des Relations humaines et de la Communication. La Direction du Développement durable, qui lui est rattachée, anime le comité de pilotage de développement durable (qui valide les orientations de la stratégie RSE et favorise l'échange des bonnes pratiques), assure le dialogue avec les parties prenantes et réalise le reporting annuel des informations RSE.

Elle se décline enfin dans des règles nationales ou internationales qui encadrent sa politique RSE, (comme les dix principes du Global Compact dont le groupe Lagardère est membre depuis 2003), mais aussi dans des textes rappelant les références éthiques du Groupe (comme son Code de Déontologie ou sa politique Achats Responsables), dans des programmes de Compliance déployés auprès de ses collaborateurs, ou encore dans le respect de règles strictes en matière de protection de la jeunesse ou de publicité par exemple.

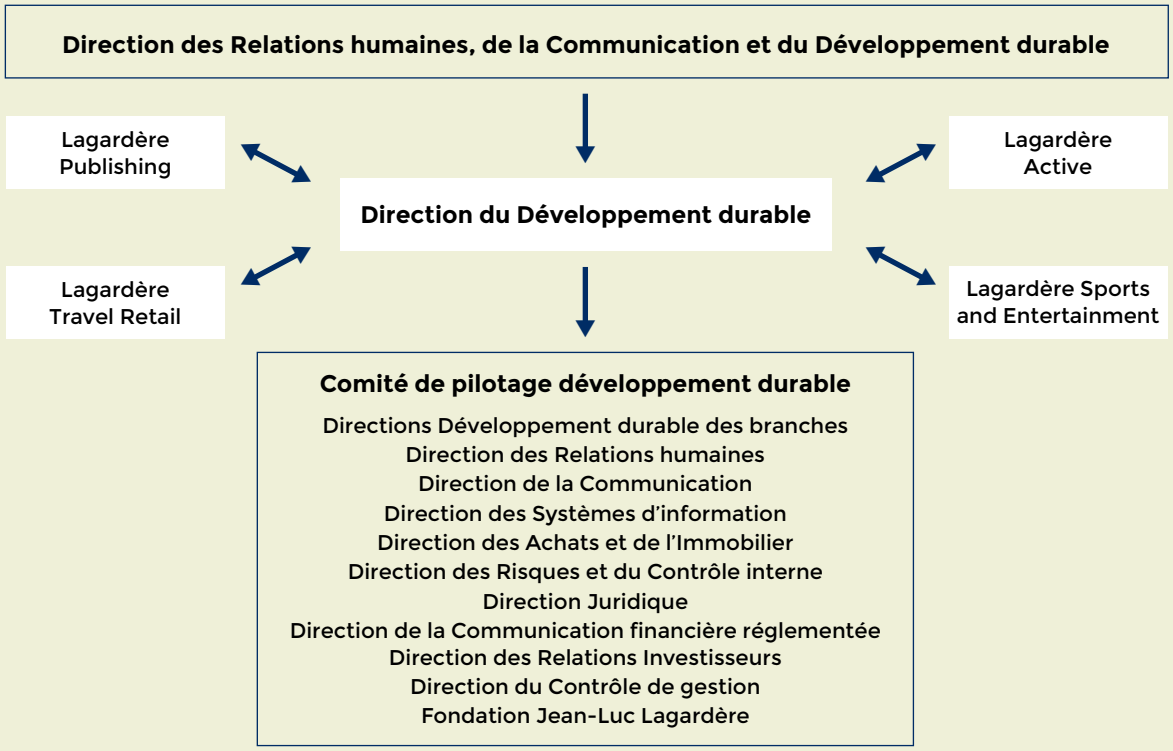
PIERRE LEROY
Co-gérant du groupe Lagardère

www.lagardere.com

LA VIGILANCE AU MENU DES TRAVAUX DU COMITÉ

L'évolution de la feuille de route de nos enjeux RSE est suivie avec attention par le Comité des Nominations, des Rémunérations et de la Gouvernance de notre Conseil de Surveillance. Une implication que je considère comme primordiale du fait de la responsabilité particulière de notre Groupe dans ce domaine.
Ces réunions régulières, qui sont l'occasion de faire le point sur la notation extra-financière de Lagardère, nous ont permis d'échanger sur plusieurs tendances fortes.
La première concerne les attentes croissantes de nos parties prenantes sur les sujets sociaux ou sociétaux, tels que la représentation de la diversité et de la mixité femmes-hommes dans les entreprises ainsi que l'attraction et la fidélisation des talents à l'heure du numérique. Ce dernier sujet étant particulièrement important à nos yeux, le comité a décidé de conduire une étude sur l'enjeu des « millennials » au sein de notre Groupe.
La seconde témoigne de l'encadrement de plus en plus rigoureux des enjeux de RSE par des textes législatifs ou réglementaires, nationaux ou européens. Dans ce cadre, nous avons été particulièrement attentifs à la présentation de la loi sur le devoir de vigilance pour les entreprises mères et donneuses d'ordre ainsi qu'à la réalisation par notre Groupe d'une cartographie des risques RSE de la chaîne d'approvisionnement, qui constitue la première étape de notre plan de vigilance.

Organigramme de la fonction développement durable



Promouvoir la diversité et la mixité dans l'entreprise

Plus que jamais convaincu que la diversité au sein des équipes est une source de créativité, et donc de performance, le groupe Lagardère a intensifié en 2017 son implication sur le triple terrain de l'égalité entre les femmes et les hommes, de la représentation des origines ethniques et sociales, et du handicap.

Concernant la mixité femmes-hommes, l'année 2017 a été marquée par :

- la création du Réseau LL en novembre, avec deux objectifs : favoriser la mixité femmes-hommes au sein des équipes – notamment dans les branches où il existe un déséquilibre, comme dans les métiers de l'édition ou du sport –, et accompagner les femmes vers les postes à haute responsabilité, même si les résultats de la part des femmes dans la catégorie des cadres exécutifs au niveau du Groupe continuent à progresser ;
- la signature d'accords sur l'égalité professionnelle dans plusieurs branches, par exemple chez Lagardère Publishing, qui a pris l'engagement de renforcer la mixité dans tous les types d'emploi, notamment lors des recrutements dans les métiers de l'édition, de la logistique et de l'informatique ;
- la signature d'engagements spécifiques, comme chez Europe 1 qui a inscrit dans l'accord sur la négociation annuelle obligatoire un budget spécifiquement dédié à la réduction des écarts de rémunération entre les femmes et les hommes. Des progrès ont par ailleurs été réalisés en 2017, par rapport à l'année passée, sur la place des femmes sur les antennes radios du Groupe.

En matière de promotion de la diversité des origines, les initiatives se sont également multipliées, au niveau des branches et du Groupe.

Ce dernier a ainsi étendu, à destination de près d'une centaine de managers, le programme de formation aux biais décisionnels liés aux stéréotypes qui avait déjà permis de sensibiliser les Comex des branches ainsi qu'un premier groupe de cadres exécutifs en 2015 et 2016. Il a également poursuivi son deuxième diagnostic des procédures de recrutement, afin d'identifier de nouvelles pistes de progrès, et a poursuivi son partenariat avec l'association Nos quartiers ont des talents (NQT).

Au niveau des branches, Hachette UK a continué de déployer son riche programme Changing the Story, tandis que Hachette Livre a signé avec Sciences Po une convention de mécénat afin d'accompagner les étudiants bénéficiant des programmes CEP (Conventions éducation prioritaire) et Premier campus.

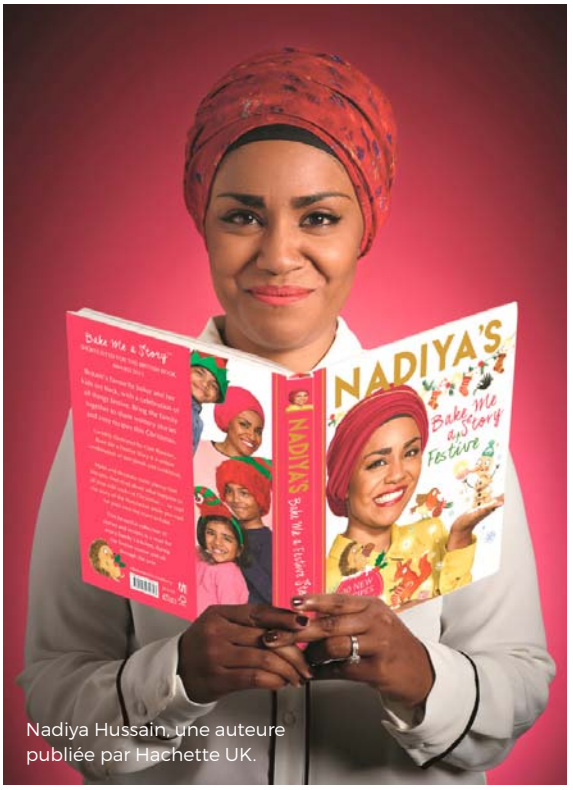
Enfin en matière de handicap, chacune des branches a poursuivi, avec de nombreuses actions de sensibilisation en interne, les plans d'action des Missions Handicap déjà mises en place.

Studio de la radio Europe 1, Paris (France).

Collaborateurs de Lagardère Sports and Entertainment, Boulogne-Billancourt (France).

Promotion de la diversité

Akala, un auteur publié par Hachette UK.



Nadiya Hussain, une auteure publiée par Hachette UK.

5 réseaux internes

de collaborateurs, représentant différentes communautés, ont été créés dans le cadre du programme diversité de Hachette UK.

Lagardère PUBLISHING

AVEC CHANGING THE STORY, HACHETTE UK BOOSTE LA DIVERSITÉ ET L'INCLUSION

Mis en place en 2016, soutenu au plus haut niveau de la hiérarchie et comptant des centaines de membres au sein de Hachette UK, le programme de promotion de la diversité Changing the Story a pour ambition de:

- *trouver et publier de nouveaux auteurs issus des minorités, en créant de nouvelles collections éditoriales, qui participent au rayonnement d'écrivains de différentes cultures et milieux sociaux;*
- *attirer et recruter des collaborateurs et stagiaires rémunérés, issus de différentes origines sociales et ethnoculturelles, et leur permettre de suivre des études supérieures tout en bénéficiant d'aides au logement à Londres;*
- *créer une culture d'intégration chez Hachette UK à travers des réseaux d'entraide entre collaborateurs, et un programme de mentorat par les membres du Comité de direction, à destination des futurs talents issus des minorités;*
- *mettre en place deux jours par an de congés solidaires rémunérés.*

Placé au cœur de la stratégie business de Hachette UK, Changing the Story témoigne de notre profond engagement envers la diversité et l'intégration de tous les talents, quels que soient leur âge, croyance, handicap, origine ethnoculturelle, genre, orientation sexuelle ou milieu social.

NICK DAVIES

Directeur Général de John Murray Press et coordinateur du programme Changing the Story

SHARMAINE LOVEGROVE

Éditrice de Dialogue Books et coordinatrice du programme Changing the Story

www.hachette.co.uk

Égalité femmes-hommes

Rencontre-débat du Réseau LL, janvier 2018 – Paris (France).

Événement de networking (after-work) du Réseau LL, janvier 2018 – Paris (France).

Événement de networking (petit déjeuner) du Réseau LL, mars 2018 – Paris (France).

43%

Pourcentage de femmes dans les cadres exécutifs du groupe Lagardère au 31/12/2017.

Lagardère

BÉATRICE COURTOT
Chargée de mission RSE
et Réseau LL

www.lagardere.com

LE RÉSEAU LL : UN RÉSEAU DE COLLABORATEURS POUR PROMOUVOIR LA MIXITÉ

L pour elle, L pour lui, L pour Lagardère. *C'est en ces termes que le Réseau LL a été lancé au mois de novembre 2017. Il répond à un triple objectif : promouvoir la mixité dans les métiers comme levier de performance, encourager les femmes dans la progression de leur carrière et stimuler la créativité du Groupe grâce aux échanges entre les membres issus de métiers divers.*

Ce réseau interne offre quatre types d'activités aux collaborateurs :

- *des rencontres-débats autour de personnalités « inspirantes » sur des thématiques de mixité, d'innovation sociétale, etc. ;*
- *des événements de networking (petits déjeuners ou after-works), à la découverte des métiers ou des profils du Groupe ;*
- *des ateliers et master-classes de développement personnel et professionnel comme, par exemple, l'atelier « Apprendre à oser » grâce à des techniques d'improvisation théâtrale ;*
- *un programme pilote de mentorat croisé entre les branches, ouvert à une douzaine de binômes cette première année.*

Véritable laboratoire d'idées, le Réseau LL n'en est qu'à ses débuts mais a bien l'intention de faire bouger les lignes vers plus de mixité… et de performance !

Sensibilisation au handicap

Atelier « Vis ma vie » proposé par la Mission Handicap de Lagardère Active.

23 stagiaires

en situation de handicap ont été accueillis chez Lagardère Active en 2017.

Atelier de cuisine proposé par la Mission Handicap de Lagardère Active.

UNE MISSION HANDICAP TRÈS ACTIVE EN 2017

L'année 2017 a été riche en événements pour la Mission Handicap de Lagardère Active.
Elle a d'abord été marquée par la mise en place d'un nouveau programme de parrainage, ParrainH, avec l'association Arpejeh (Accompagner la réalisation des projets d'études de jeunes élèves et étudiants handicapés). Ce programme a pour objectif d'accompagner de jeunes handicapés tout au long de leur parcours scolaire en leur proposant notamment un parrainage en entreprise pendant un an. Quinze parrains ont répondu présents chez Lagardère Active et ont pu ainsi accompagner leurs filleuls dans la construction de leur projet professionnel, dans le développement de leur réseau ainsi que dans la découverte des métiers de l'entreprise, en leur permettant parfois de rencontrer leur idole !
En outre, la Mission Handicap a également proposé, sous différentes formes, plusieurs actions de sensibilisation au handicap aux collaborateurs de Lagardère Active :

- *un atelier « Vis ma vie » qui leur a permis de se mettre en situation de handicap physique (en fauteuil) ou visuel (par un déplacement à l'aveugle) ;*
- *un atelier de cuisine, animé par l'entreprise sociale et solidaire Kialatok, au cours duquel ils ont cuisiné en expérimentant plusieurs types de handicap.*

VÉRONIQUE GHISLERI
Responsable Protection Sociale et Mission Handicap de Lagardère Active

www.lagardere.com

Renforcer l'attraction et la fidélisation des talents

Avec plus de 56 % de ses collaborateurs qui ont moins de 40 ans, le groupe Lagardère déploie une vision inspirante et humaine adaptée à ses talents d'aujourd'hui et de demain.

En leur permettant tout d'abord de suivre des formations adaptées à leurs besoins, le Groupe leur offre des possibilités d'apprendre en continu et d'acquérir de nouvelles compétences. Par exemple, grâce à la création de la Lagardère Travel Retail Academy en 2017, des managers à haut potentiel ont été formés via des modules en management dans des domaines divers (innovation, finance, marketing stratégique, leadership, etc.) par des professeurs émérites venant d'Asie, d'Amérique du Nord et d'Europe. L'occasion pour ces collaborateurs d'appréhender les contextes culturels des pays d'implantation de leur branche et de renforcer leur sentiment d'appartenance à un groupe de dimension internationale. Au-delà de la fidélisation de ces talents, l'enjeu d'attraction de nouveaux potentiels et de profils hyper connectés, à l'ère de l'avènement de la digitalisation et de l'intelligence artificielle, est devenu primordial pour les ressources humaines. Le Challenge du monde des grandes écoles et universités (CDMGE), qui s'est tenu le 10 juin 2017, a ainsi permis une nouvelle fois au groupe Lagardère de rencontrer de jeunes diplômés et de leur faire découvrir la richesse de ses métiers.

Le Groupe entend également appréhender les bouleversements du rapport au travail attendus dans les prochaines années, en **suscitant un environnement favorable à la créativité et à l'innovation**. Le Réseau Innovation Groupe (RIG) a ainsi lancé les Trophées de l'innovation en 2018 afin de récompenser les collaborateurs « disrupteurs » et de favoriser une certaine émulation créatrice et positive au sein de Lagardère. En participant au forum Netexplo, l'événement annuel sur l'innovation digitale mondiale, et en assistant aux Rendez-vous de l'Innovation du RIG, les collaborateurs ont été avisés des dernières tendances en matière d'innovation au travail et d'adaptation constante aux usages tels que la création de modèles prédictifs sur le commerce résultant de l'intelligence artificielle, en l'état actuel d'expérimentation.

Enfin, en soutenant l'engagement solidaire de ses collaborateurs, le groupe Lagardère s'engage et encourage des initiatives citoyennes, comme en témoigne le partenariat entre Paradies aux États-Unis et l'ONG Make a Wish. En France, le Comité d'action associative de Hachette Livre et la bourse de l'Engagement de la Fondation Jean-Luc Lagardère récompensent des projets portés par les collaborateurs personnellement engagés dans des causes d'intérêt général.

La formation, l'innovation et l'engagement des collaborateurs représentent ainsi les trois facteurs clé d'attraction et de fidélisation des talents pour le groupe Lagardère.

Stand du groupe Lagardère lors du Challenge du monde des grandes écoles et universités (CDMGE), juin 2017 – Paris (France).

Cérémonie de remise des bourses de l'Engagement, novembre 2017 – Paris (France).

Optimiser les compétences

Participants à la Lagardère Travel Retail Academy, janvier 2018 (Singapour).

127 managers

ont été formés par la Lagardère Travel Retail Academy depuis son lancement.

Lagardère TRAVEL RETAIL

LA LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL ACADEMY : UNE ACADÉMIE INTERNATIONALE POUR LES TOP MANAGERS

Mise en place début 2017, la Lagardère Travel Retail Academy vise à développer les compétences des top managers et hauts potentiels de la branche, en réunissant des participants de multiples pays au cours d'un séminaire de trois jours, organisé dans l'esprit d'une « learning expedition ».
Six sessions ont été réalisées en 2017 et huit sont prévues en 2018. Elles ont lieu alternativement en Europe (Paris, Rome), en Amérique du Nord (Atlanta) ou en Asie (Singapour). Les formations font intervenir des spécialistes de renommée internationale, venant de grandes universités (MIT, Harvard, ESSEC, Sciences Po Paris, etc.) qui forment une quinzaine de participants sur des thèmes tels que le change management, le leadership, la finance pour les non-financiers, l'innovation, le marketing, etc.
Chaque session de formation est précédée d'une journée de présentation du business local et de visites de sites, qui visent à accroître les connaissances des marchés de chaque région où Lagardère Travel Retail opère.
Il s'agit donc d'un moment privilégié de rencontres, de partages et de découvertes entre les managers des différentes filiales, renforçant ainsi le sentiment d'appartenance à la branche.

ISABELLE HÉRAULT

Executive Vice President Human Resources & Communication de Lagardère Travel Retail

www.lagardere-tr.com

Stimuler l'innovation

> *« Compte tenu de ses métiers, le groupe Lagardère doit s'intéresser à l'intelligence artificielle, et s'en emparer. »*
>
> Sixième réunion du panel des parties prenantes, décembre 2017.

Première édition des Rendez-vous de l'Innovation organisés par le Réseau Innovation Groupe, juillet 2017 – Paris (France).

Lagardère

OLIVIER SORBA
Directeur en charge
du développement des data,
Réseau Innovation Groupe

www.lagardere.com

LE RÉSEAU INNOVATION GROUPE AIDE LES COLLABORATEURS À S'EMPARER DE L'INTELLIGENCE ARTIFICIELLE

L'intelligence artificielle (IA) s'annonce comme une avancée technologique majeure, conduisant à de nouveaux produits et services, mieux adaptés, personnalisés et innovants. Dans le même temps, on peut craindre une déshumanisation des échanges, des pertes d'emploi, un décrochage technologique voire, demain, une prise de contrôle de nos vies par des algorithmes omnipotents.
Si cette IA cinématographique demeure fictionnelle, une multitude d'outils et de composants logiciels, souvent d'accès libre, enrichissent déjà l'expérience utilisateur et permettent des gains de productivité. Demain, de nouveaux modèles de valorisation des données et des actifs présenteront autant de nouveaux métiers et de nouvelles opportunités.
À ce titre, le groupe Lagardère se doit d'en être un acteur, et ses collaborateurs doivent s'emparer de ces nouveaux savoir-faire individuels et collectifs.
Le Réseau Innovation Groupe aide à démythifier et à faciliter leur adoption, par la veille technologique, l'expérimentation et des échanges formels et informels permanents avec les branches du Groupe.
Ainsi, les premiers Rendez-vous de l'Innovation ont réuni le 3 juillet 2017 plus d'une centaine de collaborateurs et de dirigeants, en présence de la Gérance, pour une série d'échanges consacrés notamment à l'IA.

Accompagner la solidarité

Opération de soutien à l'association Make a Wish par les équipes de Paradies Lagardère.

70 associations

parrainées par des collaborateurs ont bénéficié du soutien du Comité d'action associative de Hachette Livre en France depuis 2010.

Lagardère TRAVEL RETAIL

MAKE A WISH : L'ENGAGEMENT SOLIDAIRE DE LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL EN AMÉRIQUE DU NORD

Depuis l'acquisition de Paradies, le partenariat de plus de dix ans entre Lagardère Travel Retail et Make a Wish s'est étendu aux États-Unis. Paradies est fier de soutenir cette initiative qui, par des dons monétaires et/ou en nature, œuvre au bénéfice d'enfants gravement malades en leur permettant de réaliser leurs rêves afin d'améliorer leur vie dans ces moments difficiles.
Make a Wish continue de bénéficier du soutien constant et personnel des deux dirigeants nord-américains Gerry Savaria et Jeff Flowers.
Apporter de l'espoir, de la force, de la joie à ces enfants malades et à leurs familles, est un motif de satisfaction pour toute l'entreprise.
En tant qu'ambassadrice de ce projet en Amérique du Nord, je suis particulièrement heureuse de l'implication des collaborateurs, chaque jour un peu plus grande, dans le projet. En novembre 2017, durant notre séminaire annuel de management, nous avons même annoncé à une jeune fille qu'elle irait à Disneyworld.
Au-delà de l'engagement solidaire des collaborateurs, cette implication renforce leur sentiment d'appartenance à l'entreprise.

NIKKI HARLAND
Senior Vice President, Human Resources de Paradies Lagardère

www.lagardere-tr.com

Favoriser l'accès à l'éducation, à la connaissance et au divertissement

«Assurer l'accès de tous à une éducation de qualité, sur un pied d'égalité, et promouvoir les possibilités d'apprentissage tout au long de la vie»: c'est l'un des dix-sept objectifs de développement durable définis par les Nations unies. Le groupe Lagardère, qui produit et édite de multiples contenus scolaires, parascolaires, littéraires, universitaires, pratiques, etc., doit naturellement y prendre toute sa part.

Mais son engagement en la matière dépasse largement son métier d'éditeur, ainsi que l'implication de ses fondations, comme la Fondation Elle par exemple, qui se bat quotidiennement pour promouvoir l'accès à l'éducation des jeunes filles et des femmes dans le monde, comme élément clé de leur émancipation.

Cette mission d'éducation se décline en effet de multiples façons au sein du Groupe.

En termes d'innovation d'abord, grâce par exemple à deux récentes initiatives: l'engagement de **Hachette Livre dans Educapital**, le premier fonds d'investissement européen dans l'éducation et la formation, ainsi que le lancement par Hatier de l'application mobile *Mon coach Bescherelle* grâce à l'intelligence artificielle.

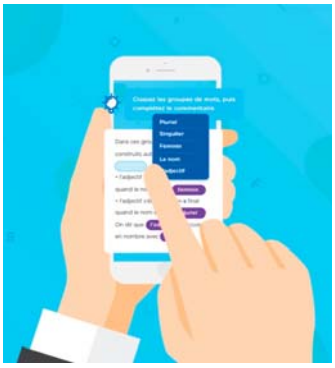
En termes de promotion de la lecture et de l'écriture ensuite, Si celle-ci peut sembler évidente pour un éditeur de livres, elle prend toute sa valeur par exemple, avec Le Livre de Poche qui, en plus de sa quatrième édition du Camion qui livre à destination des lecteurs sur la plage, a lancé en 2017 une compétition interrégionale d'improvisation littéraire pour les lycéens (**le Tournoi des mots**). Les autres branches du Groupe ne sont d'ailleurs pas en reste, comme Lagardère Travel Retail par exemple, qui encourage la lecture pendant les temps de voyage et a remis en 2017 son **40e prix Relay des voyageurs-lecteurs**.

En termes d'accompagnement et de protection de la jeunesse également, au-delà de la multiplicité des contenus jeunesse édités et distribués, quand Gulli s'engage à ne plus diffuser de spectacles avec des animaux sauvages, au nom de la lutte contre la souffrance animale.

En termes d'éducation au développement durable enfin, grâce notamment à la mise en avant dans tous nos médias, des acteurs qui transforment la société.

Accès à l'éducation et à la connaissance

Mon coach Bescherelle
est une application d'entraînement ludique et innovante, lancée en novembre 2017 par Hatier, afin de révolutionner l'apprentissage de l'orthographe.



EDUCAPITAL
SHAPING THE FUTURE OF EDUCATION

Lagardère PUBLISHING

AVEC EDUCAPITAL, HACHETTE LIVRE INVESTIT DANS L'ÉDUCATION INNOVANTE DE DEMAIN !

Hachette Livre participe depuis octobre 2017 à Educapital, premier fonds européen de capital-investissement entièrement dédié à l'éducation et à la formation. Il en est un des principaux contributeurs et le seul éditeur scolaire. Doté de 45 millions d'euros, Educapital a vocation à repérer et à accompagner des start-up qui innovent dans l'éducation sous toutes ses formes et à tous ses stades, depuis la petite enfance jusqu'à la formation tout au long de sa vie. Il a prévu d'investir dans une quinzaine d'entreprises du secteur, en France et en Europe, pour en faire des champions internationaux.

Les équipes des principales maisons d'édition scolaire de la branche – Hachette Éducation, Hatier, Didier, Foucher et Dunod – sont parties prenantes de ce projet, auquel elles apportent leur savoir-faire et leur connaissance du monde de l'éducation. Cette participation rapproche Hachette Livre du monde des « pure players » numériques. Elle démontre l'ambition du groupe de consolider sa place de leader et d'être aux avant-postes de l'innovation.
Elle illustre également son engagement sociétal fort en matière d'éducation et de formation pour les prochaines générations.

FABRICE BAKHOUCHE
Directeur de la Stratégie et du Développement,
Secrétaire Général
à compter du 1er juillet 2018,
Lagardère Publishing

www.hachette.com

Protection et accompagnement de la jeunesse

50,88 %

Part des programmes sous-titrés ou dédiés à des personnes sourdes et malentendantes, diffusés par Gulli en 2017 (bien au-delà des 20 % requis par le Conseil supérieur de l'audiovisuel).

Lagardère ACTIVE

CAROLINE COCHAUX
Directrice Déléguée
des chaînes TV
de Lagardère Active,
Présidente de Gulli

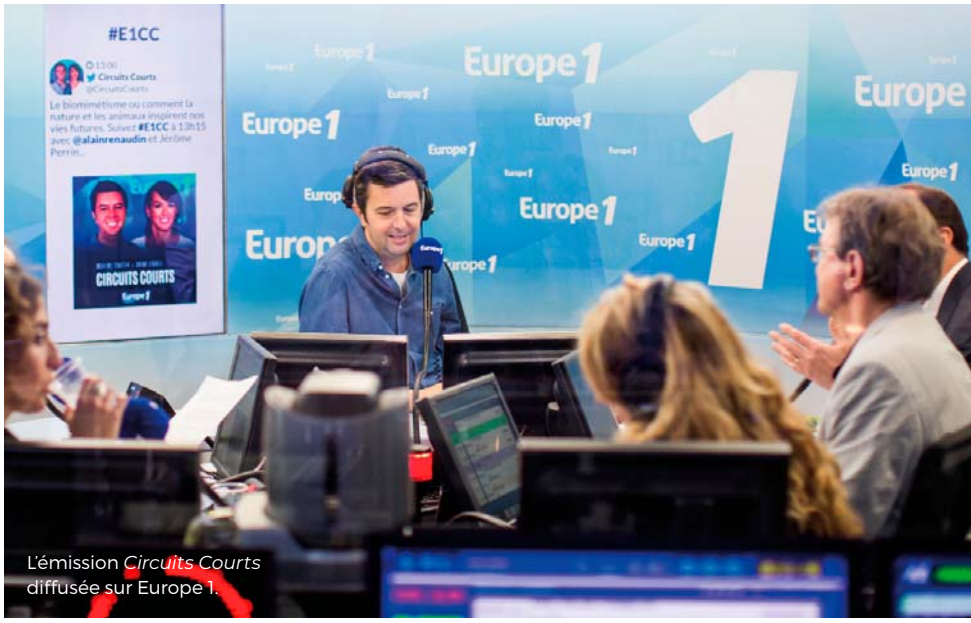
www.gulli.fr

LES CHAÎNES JEUNESSE S'ENGAGENT CONTRE LA SOUFFRANCE ANIMALE

En octobre dernier, nous avons annoncé ne plus diffuser aucun spectacle vivant mettant en scène des animaux sauvages sur toutes nos antennes jeunesse du pôle TV de Lagardère Active et ce, dans tous les pays où nos chaînes sont diffusées. Dorénavant, la chaîne privilégiera les émissions montrant les animaux sauvages dans leur milieu naturel.
Être n° 1 sur le secteur de la jeunesse est une grande responsabilité et, au-delà du divertissement, nous avons le devoir de proposer des programmes permettant à tous les enfants de s'ouvrir sur notre société, sur le monde; des programmes qui éveillent la curiosité, développent l'esprit critique mais aussi l'éveil à des causes qui nous tiennent à cœur, qu'elles soient civiques, environnementales ou animales.
En affirmant son positionnement contre la souffrance animale, Gulli a à cœur de sensibiliser le plus grand nombre et de faire des enfants d'aujourd'hui des citoyens de demain, respectueux de l'environnement dans lequel ils vivent, en initiant des discussions en famille et à l'école.
Cette annonce a notamment valu à Gulli le prix de l'Entreprise respectueuse des animaux, décerné par l'association PETA (Pour une éthique dans le traitement des animaux).

Sensibilisation aux grands enjeux de société

Plus de 100 « change makers », *acteurs du changement, au micro de* Circuits Courts *sur Europe 1 entre août et décembre 2017.*



L'émission *Circuits Courts* diffusée sur Europe 1.

Lagardère ACTIVE

CIRCUITS COURTS: QUAND EUROPE 1 REDONNE DU SENS À L'ÉCONOMIE

« L'espoir, c'est le pilier du monde. » *Proverbe africain.*
Cependant, n'avons-nous pas dépassé les limites du « progrès » ?
Chaque jour sur Europe 1, Maxime Switek, Anne Le Gall et Cyrielle Hariel affirment que l'espoir est encore possible. Dans Circuits Courts, *ils partagent avec rigueur et optimisme des idées et des solutions pour vivre mieux.*
Tous les sujets nourrissent la réflexion. Bien sûr, l'émission s'interroge sur ce que sera la France de demain ou décrit sans langue de bois la pollution du ciel ou des océans. Mais aussi, elle explore le marché des cosmétiques bio, accompagne le retour des cinémas de proximité ou propose le témoignage d'un ancien publicitaire devenu ébéniste.
Le père Pedro, Matthieu Ricard, Thomas Pesquet ou Arnold Schwarzenegger, mais aussi Robert, sans abri, qui a passé les douze dernières années dans la rue, ou Gunter Pauli, le « Steve Jobs du développement durable », ils sont tous venus dans Circuits Courts.
Ils sont venus dire qu'il faut redonner du sens à l'économie, que la piste sociale et solidaire est valide et qu'ils l'explorent chaque jour.
Circuits Courts, *c'est l'action et c'est une autre forme de « progrès ». Pour vivre mieux, immédiatement. Parce que l'espoir, c'est le pilier du monde.*

FRÉDÉRIC SCHLESINGER
Vice-Président Directeur Général d'Europe 1

www.europe1.fr

Défendre le pluralisme des idées et la diversité culturelle

Axe fort de la politique sociale de Lagardère, la promotion de la diversité se décline également en termes de diversité culturelle, comme levier de performance de l'ensemble des branches dans tous les pays.

Ainsi chez Lagardère Publishing, cette promotion de la diversité s'est traduite au Royaume-Uni par le lancement, dans le cadre de l'initiative Changing the Story, d'une collection dédiée aux auteurs issus de la diversité chez Little, Brown. Aux États-Unis, où Hachette Book Group est très engagée sur le sujet depuis longtemps, le programme Read Different a permis de promouvoir les valeurs de respect de la différence, l'éducation et le dialogue à travers des ouvrages représentatifs de la diversité des auteurs et des personnages.

La défense de la liberté d'expression est également un enjeu majeur pour les éditeurs du Groupe. Hachette Livre, cofondateur du Publishers Circle de PEN International, a notamment participé à ce titre à un voyage d'éditeurs à Istanbul en janvier 2017 pour demander la libération des auteurs et journalistes emprisonnés en Turquie.

Chez Lagardère Travel Retail, dont les équipes multilingues se déploient dans plusieurs milliers de points de vente dans les zones de transport du monde entier, la promotion de la diversité culturelle des équipes se conjugue également avec celle des produits distribués. Les productions locales sont le plus souvent possible mises en valeur, et permettent parfois, comme c'est le cas au Sénégal, de promouvoir aussi l'accompagnement du développement économique des femmes.

Chez Lagardère Active, la promotion de la diversité culturelle, du pluralisme des idées et de la liberté d'expression se déploie sur tous les supports médias. C'est par exemple la diffusion de Gulli Bil Arabi en 2017, dans 18 pays du monde arabe, qui s'ajoutent aux 22 pays d'Afrique francophone. Ou le lancement d'une édition mensuelle spéciale de *Paris Match* en Afrique. Sur le même continent, c'est aussi la poursuite de la série télévisée *C'est la vie*, avec des équipes de tournage et des acteurs locaux, qui confirme l'engagement de Lagardère Studios à soutenir la production de projets africains sur toute la chaîne de distribution, avec une attention particulière pour la génération nouvelle de producteurs, hommes et femmes, qui visent légitimement la reconnaissance sur le marché international.

C'est enfin le partenariat exemplaire entre la Fondation Elle et Hachette Romans, autour de la publication du livre *Girl Rising*, au service de la promotion de l'éducation des jeunes filles dans le monde.

Point de vente Aelia Duty Free à l'aéroport international de Genève (Suisse).

Programme *My Little Pony: Equestria Girls* diffusé sur Gulli Bil Arabi.

Promotion des produits locaux

Rosalie (Sénégal).

34

Nombre de pays
d'implantation de Lagardère Travel Retail.

Les confitures de Rosalie dans un point de vente géré par Lagardère Travel Retail à l'aéroport international Blaise-Diagne de Dakar (Sénégal).

Lagardère TRAVEL RETAIL

À DAKAR, LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL COMBINE BUSINESS ET SENS AVEC ROSALIE

Succès des ventes de confitures à l'aéroport international Blaise-Diagne de Dakar (Sénégal), promotion de produits d'origine locale, émancipation économique d'une femme africaine et de sa famille : ce tiercé gagnant d'éco-responsabilité a pris sa source sur le chemin qui me ramenait de l'aéroport, quelque part entre Nguékhokh et Ngaparou. Là se trouvait le siège social des confitures de Rosalie, qui m'a expliqué où elle achetait ses fruits et ses difficultés d'approvisionnement pour les pots, les étiquettes et jusqu'aux élastiques enserrant le couvercle d'un petit carré de wax.
Après une négociation intense, nous sommes arrivés à un accord satisfaisant les deux parties. Rosalie nous donnait l'occasion d'introduire dans notre assortiment des produits artisanaux et locaux, présentés autour d'un baobab emblématique, renforçant ainsi notre «sense of place».
Quant à nous, nous lui permettions d'améliorer sa vie de femme seule dans un petit village isolé en proie aux difficultés pour élever ses enfants et finir la construction de sa maison.
Grâce au volume soudain de nos achats, elle a pu engager deux autres femmes du village pour l'aider à la fabrication et est devenue une sorte de gloire locale.
Elle est très fière d'être devenue notre fournisseur et nous le sommes encore plus de l'avoir découverte !

BRUNO BOUCHACOURT
General Manager de
Lagardère Travel Retail Sénégal

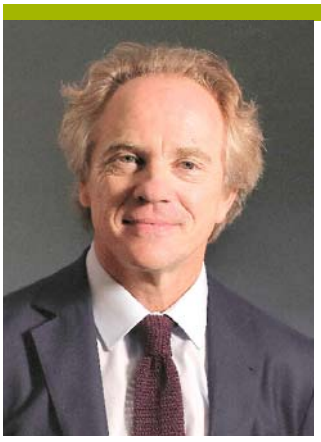
www.lagardere-tr.com

Pluralisme des idées

9 écoles

de cinéma africaines bénéficient d'un partenariat avec la société de production Keewu (Lagardère Studios).

Lagardère ACTIVE



HERVÉ GATTEGNO
Directeur de la rédaction du *Journal du Dimanche*

www.lejdd.fr

L'EUROPE AU CŒUR DES DÉBATS DU *JOURNAL DU DIMANCHE*

De l'infiniment proche à l'infiniment grand.
En 2017 encore, Le Journal du Dimanche *s'est efforcé d'observer et de décrire le monde tel qu'il est, dans toutes ses dimensions – et toutes celles de notre métier. Au printemps, nous nous sommes associés à trois écoles de journalisme reconnues pour demander à 63 étudiants de raconter l'envers du décor de l'élection présidentielle : la vie ordinaire de ceux dont on ne parle pas, ou si peu, en contrechamp des joutes politiques. Leurs articles ont été publiés sur notre site Internet durant la campagne et les meilleurs ont servi de matière à un hors-série qui a été distribué auprès des dirigeants de tous les grands médias français.*
À l'autre bout du spectre, nous avons organisé en novembre à l'université Paris-Dauphine la deuxième édition du €.Day, colloque déjà renommé et aux invités prestigieux dont l'ambition est de promouvoir les valeurs de l'Europe dans tous les domaines. Toute une journée, dirigeants politiques et économiques de premier plan, intellectuels et étudiants y ont confronté leurs visions et leurs expériences. Tous sont repartis des étoiles plein les yeux – celles du drapeau européen. Ce fut un honneur pour Le Journal du Dimanche. *Et une invitation à recommencer !*

Diversité culturelle

22

Nombre de pays

d'Afrique francophone dans lesquels Paris Match *est publié.*

Lagardère ACTIVE

PARIS MATCH AFRIQUE : L'ACTUALITÉ D'UN CONTINENT EN PLEINE CROISSANCE

Depuis le 2 novembre 2017, tous les premiers jeudis du mois, un cahier de 32 pages entièrement dédié à l'actualité économique, politique et culturelle en lien avec le continent africain est inséré dans les exemplaires de Paris Match *distribués dans 22 pays d'Afrique francophone. Cette édition africaine est aussi disponible dans plusieurs kiosques à Paris et est également mis à la disposition des passagers du terminal 2E dans les salons Air France de l'aéroport Paris-Charles-de-Gaulle. À travers ce lancement,* Paris Match, *premier magazine français d'actualité, entend chaque mois montrer son intérêt pour un continent d'avenir en pleine croissance. Les clichés sur l'Afrique ont la vie dure et* Paris Match Afrique *entend les dépasser à travers des reportages de qualité sur les personnalités et les événements qui font l'actualité dans tous les domaines. La vie des célébrités, le grand reportage, l'art de vivre et le sport sont autant de secteurs abordés avec professionnalisme et nos valeurs journalistiques.*

Paris Match *est aussi le magazine de la francophonie. Avec son dynamisme démographique et culturel, ses questions liées au développement durable, à l'urbanisation, aux déplacements des populations, l'Afrique, premier continent francophone réunit tous les enjeux de notre temps. Soixante-dix ans après sa création,* Paris Match, *magazine de l'actualité mondiale, plus que jamais ancré dans son époque entend ainsi être présent au cœur de toutes ces grandes problématiques.*

OLIVIER ROYANT

Directeur de la rédaction de *Paris Match*

www.parismatch.com

Assurer un cycle de vie responsable du papier

Le groupe Lagardère est depuis longtemps engagé dans une rigoureuse politique de gestion responsable du papier qui s'exerce tout au long du cycle de vie. De l'approvisionnement à la gestion des invendus en passant par les différentes phases de production, Lagardère s'engage sur toutes les étapes en travaillant avec l'ensemble des partenaires commerciaux concernés.

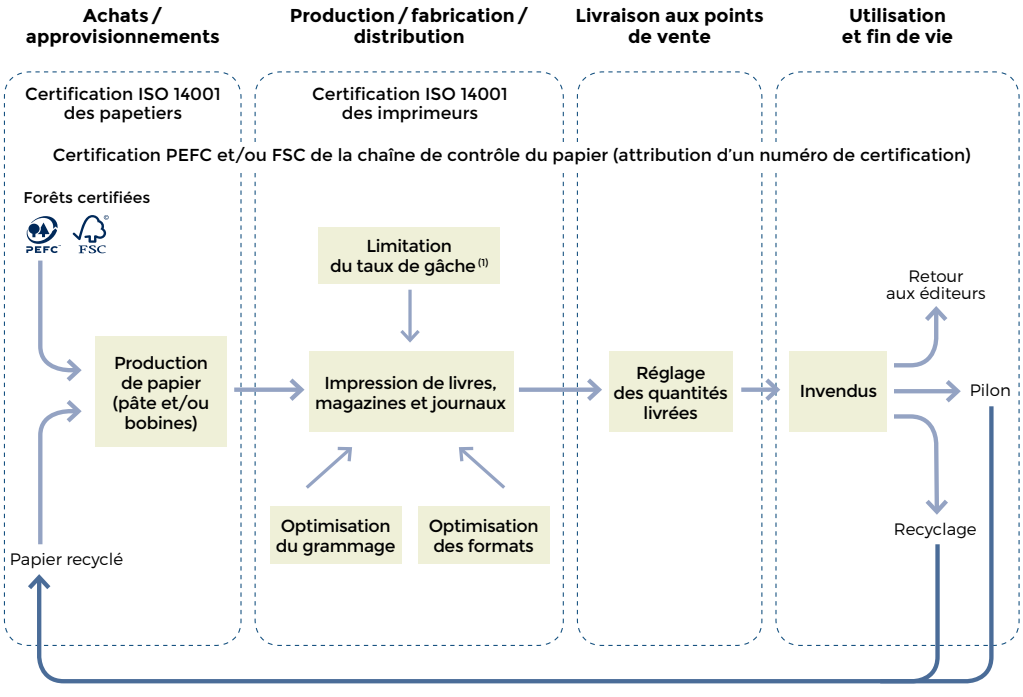
La traçabilité des achats de papier

Lagardère Publishing et Lagardère Active, les deux branches du Groupe concernées par la question du papier, cherchent à accroître d'année en année la part de leur papier acheté certifié, c'est-à-dire issu de forêts gérées durablement, et l'utilisation de papier recyclé lorsque cela est possible. Les actions de traçabilité et de suivi des qualités de papiers achetés par les imprimeurs ont permis, au fil des ans, de réduire significativement la part des fibres rentrant dans les publications dont l'origine ne pouvait pas être tracée et/ou de garantir l'absence de fibres issues de la déforestation.

Fin 2016, Hachette Book Group (filiale américaine de Lagardère Publishing) a lancé un nouveau programme de vérification des fibres asiatiques entrant dans la composition des papiers achetés. Tous les trimestres, des échantillons de papier sur lesquels sont imprimés des titres sont testés afin d'obtenir l'assurance que les papiers achetés sur les marchés asiatiques le sont auprès de fournisseurs respectueux de leurs engagements environnementaux. Au cours de l'année 2017, ce programme a été progressivement étendu à l'ensemble des entités en France, au Royaume-Uni et en Espagne. Il s'agit d'une initiative importante qui vient compléter et renforcer la politique d'achat de papiers certifiés et de papiers recyclés mise en place par la branche.

Depuis 2010, Lagardère Active est engagée dans une démarche de certification PEFC de la chaîne de contrôle du papier, permettant ainsi de pouvoir apposer le logo de certification dans l'ours ou le sommaire des magazines. Ce processus fait l'objet d'un audit annuel par un cabinet extérieur agréé.

Le cycle du papier



(1) Taux de gâche : pourcentage de papier perdu au cours du processus de fabrication.

Service d'impression à la demande dans le centre logistique de Hachette Livre à Maurepas (France).

97 %

Part du papier certifié ou recyclé en 2017.

L'optimisation de la consommation de papier

Lagardère Publishing et Lagardère Active mettent en œuvre un certain nombre d'actions pour limiter le taux de gâche au cours de la fabrication. Le taux de gâche correspond au pourcentage de papier perdu au cours du processus de fabrication des livres ou des magazines. Dans ce cadre, les équipes concernées au sein des branches déterminent les choix techniques optimaux et réalisent un calcul précis de la quantité de papier allouée à l'imprimeur. Les ajustements de format des publications constituent également des moyens d'optimiser la production des livres et des magazines.

Chez Lagardère Publishing, la technologie d'impression à la demande, qui permet de n'imprimer des livres qu'à la commande, contribue aussi à réduire la consommation de papier, tout en limitant les émissions de gaz à effet de serre liées à la production, au stockage et au transport. Cette technologie est actuellement déployée en France, aux États-Unis et au Royaume-Uni, et le catalogue des œuvres disponibles s'est encore agrandi en 2017.

La gestion de la fin de vie des produits imprimés

La gestion des invendus livres et magazines constitue le principal enjeu environnemental du groupe Lagardère en matière d'économie circulaire (prévention et recyclage des déchets).

Chez Lagardère Publishing, les livres invendus sont remis dans les stocks ou envoyés au pilon. Pour faire face à cet enjeu, la branche déploie progressivement des outils de réimpression automatisée des ouvrages, permettant ainsi aux éditeurs de disposer, à terme, du juste stock de façon permanente.

Chez Lagardère Active, le pôle Presse Magazine agit en amont sur la réduction du taux d'invendus par l'optimisation du réglage (allocation des quantités de titres aux points de vente). L'ensemble des actions mises en place au cours des dernières années permet d'obtenir des taux d'invendus largement inférieurs aux taux d'invendus moyens nationaux depuis une douzaine d'années.

Renforcer l'éco-responsabilité de nos activités

Mobilisé dans la lutte contre le changement climatique, le groupe Lagardère a fait un effort particulier en 2017 sur son approvisionnement en électricité en France et a signé la charte Paris Action Climat. Conscient de sa responsabilité environnementale avec des immeubles situés sur le territoire du Grand Paris, le Groupe a ainsi choisi de s'associer à la Mairie de Paris pour atteindre les objectifs du Plan Climat Énergie afin de réduire l'empreinte carbone de ses activités et de ses chaînes d'approvisionnement. Le Groupe entend donc promouvoir un usage responsable des ressources naturelles, des mesures tendant à éliminer tout impact négatif sur les forêts menacées, une amélioration de l'efficacité énergétique des sites, une optimisation des processus ainsi qu'une sensibilisation des partenaires économiques et des consommateurs.

Engagé, depuis plusieurs années déjà, dans une démarche d'achats responsables, le groupe Lagardère a poursuivi l'évaluation de ses fournisseurs avec Ecovadis. Par ailleurs, conformément à la loi relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre, le groupe Lagardère a procédé, au cours du deuxième semestre de l'année 2017, à l'élaboration d'un plan de vigilance. La réalisation, avec Ecovadis, d'une cartographie des risques RSE de sa chaîne d'approvisionnement constitue la première étape de ce plan, qui a été présenté lors d'une réunion de sensibilisation à destination de l'ensemble des collaborateurs concernés (juristes, acheteurs, responsables des ressources humaines, etc.) dans les différentes branches du Groupe.

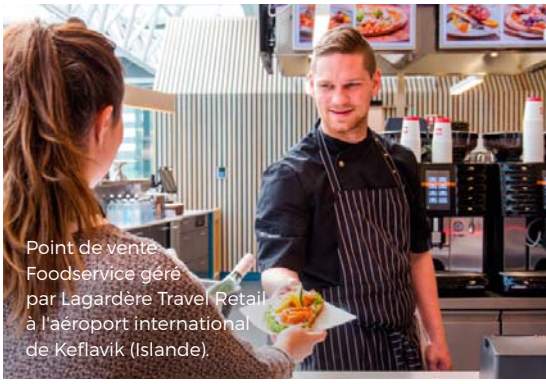
Enfin, la qualité, la sécurité et l'éthique des contenus et produits représentant des enjeux primordiaux pour le Groupe, des initiatives ont été lancées en 2017. Lagardère Travel Retail s'est ainsi engagé à de ne plus utiliser d'œufs de poules élevées en cage d'ici 2025, et a amplifié sa politique en matière d'hygiène, de qualité et de sécurité alimentaire dans toutes ses activités de restauration. Du côté de Lagardère Active, Europe 1 a créé un Comité d'éthique relatif à l'honnêteté, à l'indépendance et au pluralisme de l'information et des programmes de la chaîne, visant ainsi à renforcer la liberté, l'indépendance et le pluralisme des médias.

Atelier sur le devoir de vigilance organisé au siège du groupe Lagardère, février 2018 – Paris (France).

Siège de Hachette Livre, Vanves (France).

Améliorer la traçabilité des produits

Point de vente Foodservice géré par Lagardère Travel Retail à l'aéroport international de Cairns (Australie).


Point de vente Foodservice géré par Lagardère Travel Retail à l'aéroport international de Keflavik (Islande).

> *« Cette décision reflète notre engagement à offrir aux voyageurs des produits de la plus haute qualité. »*
>
> Dag Rasmussen, Président-Directeur Général de Lagardère Travel Retail

LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL S'ENGAGE POUR LA CAUSE ANIMALE

D'ici 2025, Lagardère Travel Retail ne distribuera plus aucun produit contenant des œufs ou ovoproduits issus de poules élevées en cage, et ce sur l'ensemble de son réseau, soit plus de 850 points de vente à travers 19 pays. Cette décision fait suite à une collaboration étroite, marquée par une confiance réciproque, avec l'association française L214 et l'organisation internationale The Humane League, qui œuvrent à réduire la souffrance animale, en particulier en améliorant les conditions d'élevage.

Cette étape importante s'inscrit dans la démarche globale et pro-active de Lagardère Travel Retail en faveur du développement durable et répond à une préoccupation sociétale croissante pour améliorer les conditions d'élevage ainsi que la traçabilité des produits. Relayée dans la presse locale, nationale, internationale, généraliste et professionnelle, cette action a eu de nombreuses retombées très positives. Lagardère Travel Retail envisage d'étendre cette décision à d'autres catégories de produits alimentaires sensibles et participe par ailleurs à la politique RSE du groupe Lagardère, en partenariat avec l'organisme indépendant Ecovadis, afin d'évaluer la performance environnementale et sociétale de ses fournisseurs.

MÉLANIE GUILLDOU

Directrice Restauration Internationale de Lagardère Travel Retail

www.lagardere-tr.com

Lutter contre le changement climatique

Signature de la charte Paris Action Climat par Jean-Sébastien Guillou, octobre 2017 – Paris (France).

12 385
Montant, en teq CO_2
des émissions de gaz à effet de serre du groupe Lagardère en France.

Lagardère

JEAN-SÉBASTIEN GUILLOU
Directeur délégué
à l'information extra-financière
et à la responsabilité
environnementale
du groupe Lagardère

www.lagardere.com

SIGNATURE DE LA CHARTE PARIS ACTION CLIMAT

Lors d'une cérémonie officielle à la Mairie de Paris le 12 octobre, le groupe Lagardère s'est engagé en signant la charte Paris Action Climat. En devenant signataire de cette charte, le Groupe rejoint ainsi plus de 40 grandes entreprises de référence qui ont décidé de s'engager dans la lutte contre le dérèglement climatique aux côtés de la Ville de Paris. Chacun étant concerné à son niveau, il est nécessaire de se mobiliser et de démontrer que l'ensemble du Groupe initie des actions et agit afin d'optimiser ses consommations énergétiques ainsi que ses émissions de gaz à effet de serre. En signant cette charte, nous souhaitons valoriser la démarche et la stratégie RSE du groupe Lagardère.

Concrètement, la charte Paris Action Climat comprend trois étapes correspondant chacune à un niveau d'engagement particulier. À ces trois niveaux d'engagement sont associées une série d'objectifs généraux et des mesures spécifiques. La réalisation des objectifs généraux permet ainsi le passage au niveau d'engagement suivant.
Avec cette adhésion, le Groupe démontre une nouvelle fois son engagement et sa mobilisation contre le changement climatique. Et affiche surtout sa participation à l'effort commun de réduction de l'empreinte carbone du territoire parisien.

Réduire l'empreinte environnementale

247 GWh

Consommation électrique du groupe Lagardère dans le monde.

Siège de Hachette Livre, Vanves (France).

Lagardère

LE GROUPE LAGARDÈRE CHOISIT L'ÉLECTRICITÉ VERTE EN FRANCE

Dans le cadre de sa politique de réduction de son empreinte environnementale, le groupe Lagardère achète désormais de l'électricité verte pour tous les approvisionnements dont il a le contrôle en France.
Depuis le 1er novembre 2017, nos achats d'énergie électrique proviennent de sources hydrauliques, éoliennes, solaires ou de biomasse.
Concrètement, pour chaque kWh consommé par Lagardère, notre fournisseur injecte un kWh d'électricité verte dans le réseau national.
Pour dimensionner notre contribution à l'effort national sur la transition énergétique, les 40 GWh de notre consommation annuelle représentent l'économie d'une heure de fonctionnement de l'ensemble du parc nucléaire français, ou 18 heures de Flamanville, ou encore 2 jours d'un réacteur nucléaire.
Comme le prix de cette énergie verte est supérieur à celui de l'électricité traditionnelle, nous avons profité des meilleures conditions obtenues lors du dernier appel d'offres, pour intégrer ce surcoût sans douleur.
Enfin, nous allons très certainement poursuivre cette dynamique sur d'autres territoires géographiques où le Groupe est implanté, en tenant compte bien sûr des environnements de production locaux.

ARNAUD DE LAMEZAN
Directeur des Achats et de l'Immobilier du groupe Lagardère

www.lagardere.com

Respecter les obligations de conformité

Au-delà des initiatives volontaires que les entreprises choisissent de prendre, en matière sociale, sociétale ou environnementale, les enjeux de RSE sont de plus en plus encadrés par des textes, des règlements ou des lois, à dimension nationale ou européenne. Ainsi en est-il par exemple de la directive européenne sur le reporting extra-financier ou de la loi sur le devoir de vigilance des sociétés mères ou entreprises donneuses d'ordre.

Parmi les enjeux matériels de responsabilité du groupe Lagardère, deux sont particulièrement encadrés par des textes de plus en plus stricts. Le premier est lié à la croissance exponentielle des données, et concerne à la fois la protection des données personnelles et la cybersécurité, le second est lié à la lutte contre la corruption.

Protection des données et cybersécurité

Afin de se préparer au règlement général sur la protection des données qui entre en vigueur le 25 mai 2018, le Groupe a mis en place un programme, animé par le Délégué à la protection des données Groupe (nommé fin 2016), le Responsable de la Sécurité de l'information Groupe et la Compliance Groupe.

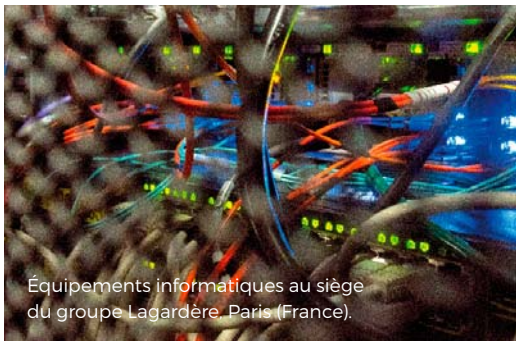
Ce programme comprend notamment :

- la mise en place par les branches d'un réseau de correspondants au Délégué à la protection des données Groupe ;
- la diffusion par le corporate Groupe de documents support et d'un outil informatique permettant le recensement des traitements et la protection technique des données à caractère personnel ;
- des actions de sensibilisation des collaborateurs.

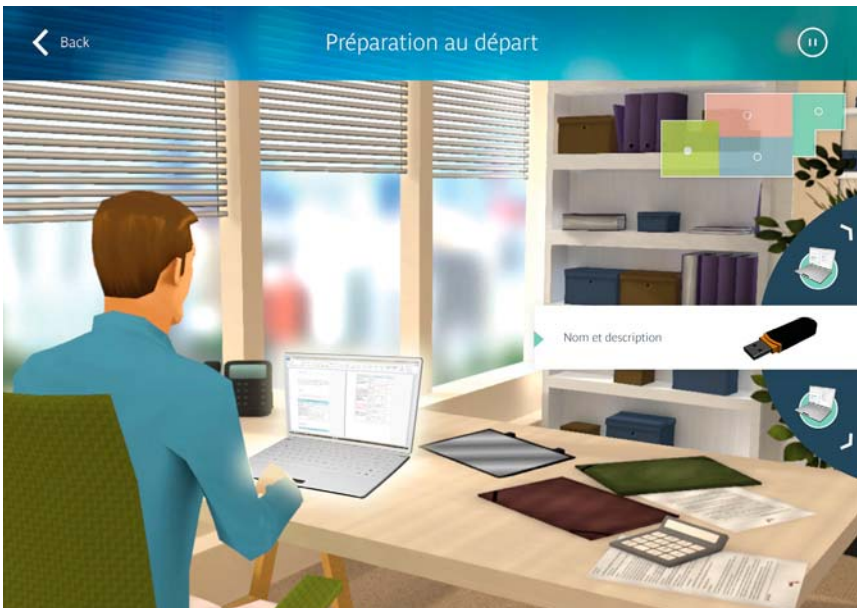
En matière de lutte contre la corruption

Le programme anticorruption est un dispositif global qui intègre les plus hauts standards en la matière, ainsi que toutes les réglementations en vigueur dans les pays où le Groupe exerce ses activités. En 2017, la politique anticorruption et les procédures qui la complètent ont été mises à jour pour tenir compte de la loi française du 9 décembre 2016, dite loi Sapin 2.

Parmi les procédures en vigueur, celle relative aux contrats avec les tiers prévoit des vérifications vis-à-vis des partenaires potentiels en amont de la contractualisation de la relation. En 2017, ces vérifications se sont intensifiées. Par ailleurs, des formations sont organisées à tous les niveaux auprès des populations les plus exposées.



Équipements informatiques au siège du groupe Lagardère, Paris (France).



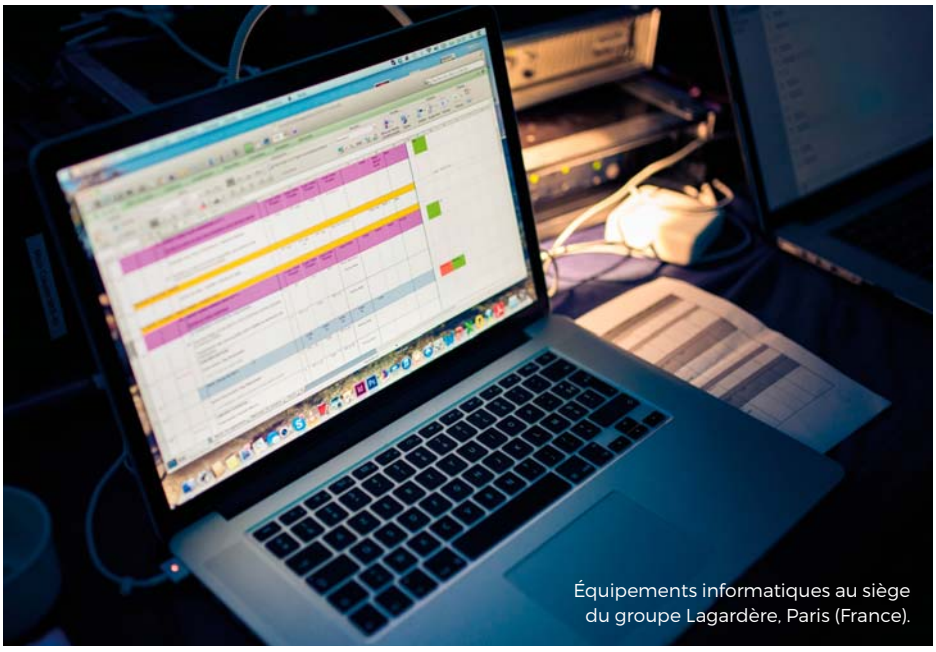
Keep an eye out : jeu vidéo pédagogique en ligne dédié à la sécurité numérique et destiné aux collaborateurs du groupe Lagardère.

Lutter contre le piratage

71 % des entreprises

affirment que le nombre de cyberattaques à leur encontre est en hausse.

Source : rapport Deloitte, Enjeux Cyber 2018.



Équipements informatiques au siège du groupe Lagardère, Paris (France).

Lagardère

UNE CYBERGOUVERNANCE À DEUX TÊTES

Dans un contexte d'augmentation des attaques mondiales et d'intensification de la réglementation, l'analyse permanente des cyber-événements majeurs nous conduit à ajuster et à renforcer régulièrement notre cybergouvernance. Ainsi, notre méthodologie de mesure du risque informatique s'articule désormais parfaitement avec la cartographie des risques du Groupe : sur les 40 risques majeurs identifiés par le Groupe, 11 relèvent de la cybersécurité.

C'est donc en travaillant en binôme avec la Direction des Risques et du Contrôle interne que la Direction des Systèmes d'information du Groupe fait évoluer les outils communs déployés.

Notre méthodologie croise maintenant chaque contrôle des risques informatiques avec la cartographie des risques du Groupe, ce qui nous permet de donner au dirigeant de l'activité mesurée une visibilité sur ses principaux risques et à l'équipe informatique une vision claire de l'origine de ces derniers.

Ce dispositif est efficacement complété par des échanges réguliers avec les dirigeants et nos correspondants. Étant par ailleurs connectés aux divers réseaux externes de l'innovation du domaine de la cybersécurité, nous recherchons en permanence les technologies qui apportent, dans notre contexte, efficacité et simplification des processus.

THIERRY AUGER

Directeur adjoint des Systèmes d'information et Responsable de la Sécurité de l'information du groupe Lagardère

www.lagardere.com

L'engagement des fondations

16 lauréats

des bourses de la Fondation Jean-Luc Lagardère ont été récompensés en 2017.

Pierre Leroy entouré des lauréats des bourses 2017, janvier 2018 – Paris (France).

Cérémonie de remise du Prix de la littérature arabe, octobre 2017 – Paris (France).

La Fondation Jean-Luc Lagardère : encourager les jeunes talents et favoriser la diversité culturelle

Premier mécène de la jeune création francophone, la Fondation Jean-Luc Lagardère a attribué en 2017 onze bourses (et un prix spécial) à des talents ayant présenté un projet audacieux et innovant dans les domaines de la culture et des médias. Depuis 1989, elle a ainsi accompagné 288 jeunes créateurs qui contribuent, au quotidien, au rayonnement de la culture sous toutes ses formes. Ses lauréats sont ensuite impliqués dans les autres programmes de la Fondation à l'image de la Villa Médicis, qui a de nouveau accueilli trois lauréats pour une résidence d'un mois en 2017.

Pleinement engagée en faveur de la promotion de la diversité culturelle, la Fondation a resserré ses liens avec l'Institut du monde arabe (IMA). Dans la continuité du prix littéraire créé par les deux institutions, 2017 a vu la naissance d'un nouveau rendez-vous mensuel à l'IMA visant à faire (re)découvrir la richesse de la littérature arabe, trop souvent privée de l'écho qui devrait lui revenir.

La Fondation a poursuivi son soutien à l'orchestre Divertimento, dirigé par Zahia Ziouani, et à son académie, qui accompagnent plusieurs centaines de jeunes dans la découverte de l'orchestre symphonique.

Cette année a également été l'occasion pour la Fondation de célébrer les dix ans du programme de reconversion pour les sportifs de haut niveau qu'elle a cofondé avec Sciences Po et qui encourage la réussite et le dépassement de soi.

Enfin, depuis plusieurs années, la Fondation se montre attentive à l'implication des salariés du Groupe dans des causes solidaires. En 2017, trois bourses de l'Engagement ont ainsi été remises à des associations parrainées par des collaborateurs.

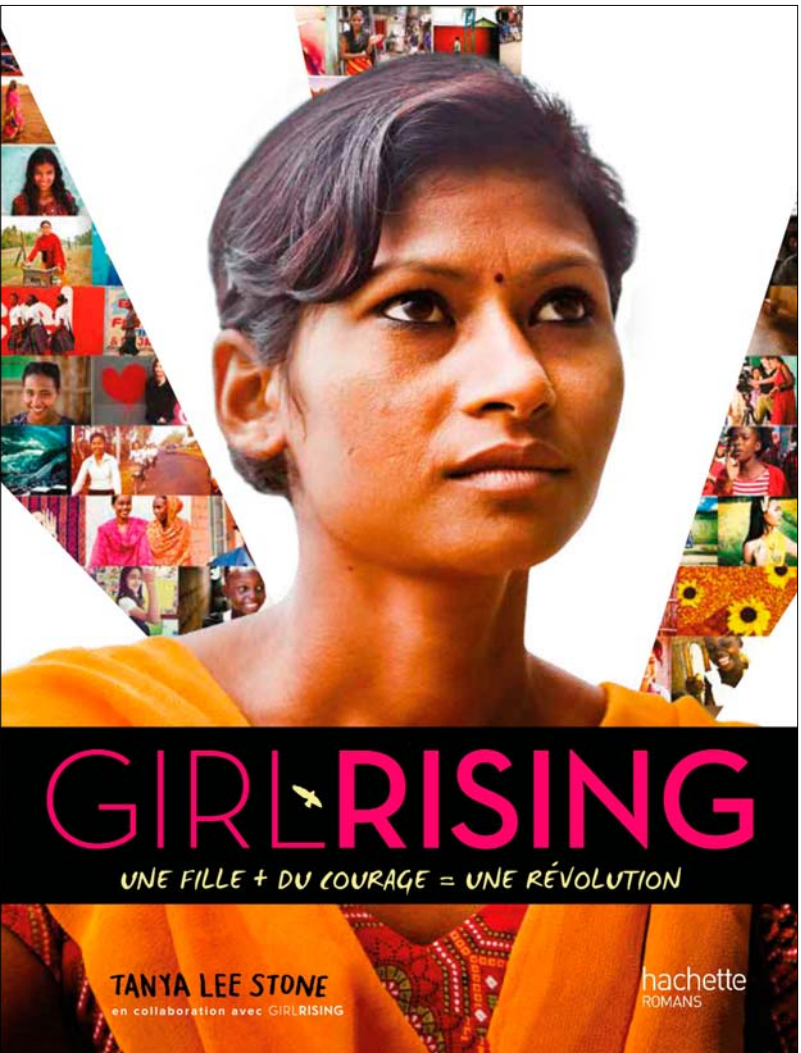
La Fondation Elle : pour l'éducation des femmes dans le monde

En 2017, la Fondation Elle a poursuivi son engagement pour l'émancipation et l'accès à l'indépendance économique des femmes en soutenant 20 projets en France et dans le monde. Elle est ainsi présente dans 30 pays à travers ses partenaires associatifs. En France, notamment via l'École de la deuxième chance, Elle Solidarité Mode, ou la plate-forme « En avant toutes ! ». Et à l'international, en Irak par exemple, avec l'ONG EliseCare aux côtés des femmes Yézidis ; en République démocratique du Congo, avec le Dr Denis Mukwege et la Fondation Panzi ; ou encore au Maroc avec la Fondation Béatrice Schönberg.

L'innovation et les nouvelles technologies sont aussi parties prenantes de la stratégie de la Fondation Elle. En témoignent les projets Moteur ! et RFI Challenge App Afrique soutenus en 2017.

De formidables partenariats avec d'autres branches du groupe Lagardère ont été développés au cours de l'année 2017. Ainsi, la Fondation Elle s'est associée à Hachette Romans (filiale de Lagardère Publishing) pour la publication du livre *Girl Rising*, dont la préface a été signée par Karine Guldemann, Déléguée générale de la Fondation. Sans oublier la deuxième saison de « *ELLES ont toutes une histoire* », pour France Télévisions, avec Imagissime (un label de Lagardère Studios) : 11 films de 1'30, réalisés par Olivier Lemaire et consacrés au sexisme dans le monde professionnel. Ces programmes courts ont été vus par plus de 16 millions de téléspectateurs.

Enfin, ce sont plus de 300 collaborateurs engagés sur différents projets de la Fondation. Citons, entre autres, les Master Classes de la Fondation Elle, des après-midi de formation pour les associations, animées par des collaborateurs de Lagardère Active dans leur domaine d'expertise : communication, campagnes digitales, réseaux sociaux, création de sites Internet, etc.



85
projets
ont été menés dans 30 pays depuis la création de la Fondation Elle en 2004.

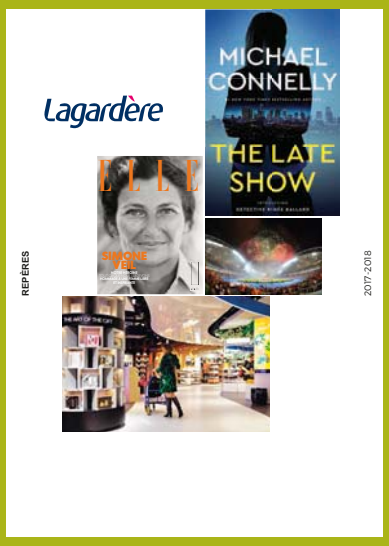
Tableau d'indicateurs

Participants à la journée d'intégration du groupe Lagardère, juin 2017 – Paris (France).

	2017	2016	2015
Pourcentage de femmes dans les cadres exécutifs du Groupe	43 %	42 %	39 %
Nombre de collaborateurs (femmes et hommes) membres du Réseau LL	270	–	–
Nombre d'heures de programmes de lutte contre l'obésité diffusés sur les chaînes jeunesse en France pendant l'année	505	553	536
Nombres de titres Audiolib	623	531	458
Part du papier (livres et magazines) d'origine certifiée (issu de forêts gérées durablement)	87	93	91
Part de papier d'origine recyclée	10	5	5
Poids (en geq CO_2) des émissions de gaz à effet de serre en France par euro de chiffre d'affaires	5,48	5,46	4,77
Nombres de chartes fournisseur responsable actives au 31/12 au sein du Groupe	409	378	248
Nombre de fournisseurs du Groupe évalués par la plate-forme Ecovadis	288	238	164

Publications

La RSE chez Lagardère en 2017-2018



Repères 2017-2018

Brochure institutionnelle

Document de référence

contenant un Rapport financier annuel
Exercice 2017

Clé USB

contenant ces publications
en français et en anglais

Ces publications sont également disponibles en anglais.

www.lagardere.com

Contacts

SIÈGE SOCIAL

Lagardère SCA
4, rue de Presbourg – 75116 Paris
Tél : 01 40 69 16 00

DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE GROUPE

4, rue de Presbourg – 75116 Paris
Tél : 01 40 69 16 00

Crédits photographiques : 2015©Pressphotos.biz / Geirix ; 4ventsgroup ; Richard Aujard ; Gilles Bassignac / Lagardère ; Benjamin Boccas ; Émilie Buzyn / Lagardère ; Arnaud Carroué / Lagardère ; Éric Couderc ; Béatrice Courtot / Lagardère ; Dahmane / Lagardère ; Arthur Delloye ; Éric Dessons / JDD ; Augustin Detienne / Capa Pictures pour Europe 1 ; DR ; Sébastien Duhamel ; Aleksandrs Dunasovs ; Fanny Duprés / Lagardère ; Olivier Ezratty ; Éric Frotier de Bagneux / Capa Pictures pour Europe 1 ; Frédérik Froument / Lagardère ; Futur au Présent ; Joffrey Gagnol / Lagardère ; Jacques Grison / Lagardère ; Alain Guédon ; Nicolas Heron ; Vincent Hoel ; IMA / photo Thierry Rambaud ; Xavier Imbert ; Julien Knaub ; Lagardère Sports ; Lagardère Travel Retail ; Adam Lawrence © Hodder Children's Books ; Thierry Lewenberg-Sturm ; Vincent Macher ; Made in PM ; Cécil Mathieu ; Nathalie Maucourt / Lagardère ; Mauduit ; Stéphane Morsli ; nxsh 2015 ; Jérôme Prébois ; Alexandre Surre / Lagardère ; Ville de Paris ; Andrew Watson.

Direction artistique : Sugar, Pepper & Salt – Réalisation : BRIEF

© Lagardère - Avril 2018

WWW.LAGARDERE.COM

Document rédigé par la Direction du Développement durable Groupe et réalisé par la Direction de la Communication Groupe.

Ce document est imprimé sur du papier 100 % recyclé, fabriqué à partir de matières recyclées (dont un minimum de 85 % est issu de la post-consommation).

Avec Ecofolio tous les papiers se recyclent.

10-31-1222 / Certifié PEFC / pefc-france.org