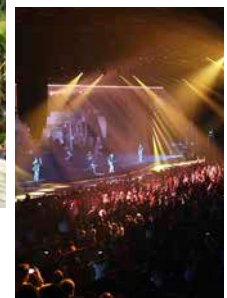
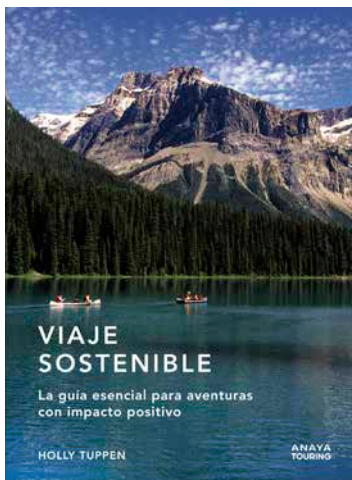

LA RSE CHEZ LAGARDÈRE

DONNER DU SENS / 2021-2022



Lagardère



SOMMAIRE

- 01** Donner du sens
- 02** Profil du groupe Lagardère
- 04** Stratégie et objectifs de la politique RSE
- 10** Enjeu 1 : limiter l'empreinte environnementale des produits et services
- 16** Enjeu 2 : placer l'humain au cœur de la stratégie
- 24** Enjeu 3 : partager la diversité sociale et culturelle des activités avec le plus grand nombre
- 30** Enjeu 4 : assurer une gouvernance éthique et responsable
- 32** Tableau d'indicateurs
- 33** Publications et contacts

DONNER DU SENS



Vécue comme un choc en 2020, la crise sanitaire, qui s'est prolongée en 2021, a permis à notre Groupe de s'ancrer solidement dans ses engagements en matière de responsabilité sociale, sociétale et environnementale.

Sur le plan environnemental, notre prise de conscience de l'urgence, croissante depuis ces dernières années, s'est structurée en plans d'actions sur tous les fronts. Sur celui du climat, notre Groupe a réalisé son bilan carbone consolidé en Scope 3, qui va lui servir de référence pour déployer sa feuille de route bas carbone dans chacune de ses activités. L'analyse des risques climatiques en cours de réalisation en 2022 permettra de compléter notre stratégie de transition et de nous mettre en ordre de marche pour répondre aux nouvelles obligations européennes, notamment en matière de reporting extra-financier.

Car la convergence progressive des univers financiers et extra-financiers, sous la double impulsion du Green Deal européen et de la communauté des investisseurs, est aussi l'un des marqueurs importants de l'année 2021, actant ainsi la contribution de la RSE à la performance globale de l'entreprise. Désormais inscrite comme fonction régaliennne au sein de notre Groupe, celle-ci se voit par ailleurs encadrée par des obligations réglementaires croissantes qui vont mener à une standardisation européenne des informations extra-financières.

Sur le plan social, alors que la poursuite de la crise sanitaire rendait essentiel le maintien de l'attention à la santé et à la sécurité de nos collaborateurs, les actions de promotion de la diversité (par le biais notamment de formations à la lutte contre les stéréotypes et au management inclusif) et

de l'égalité entre les femmes et les hommes se sont aussi poursuivies sur tous nos territoires d'implantation. Je me réjouis que nous ayons notamment continué à progresser sur la représentation équilibrée des femmes et des hommes au sein des instances dirigeantes de notre Groupe.

En organisant également, souvent lors de rencontres virtuelles, des rencontres pédagogiques sur les enjeux de RSE, notre Groupe a également répondu à une forte demande des salariés, de plus en plus soucieux de faire correspondre leurs engagements professionnels avec leur convictions personnelles.

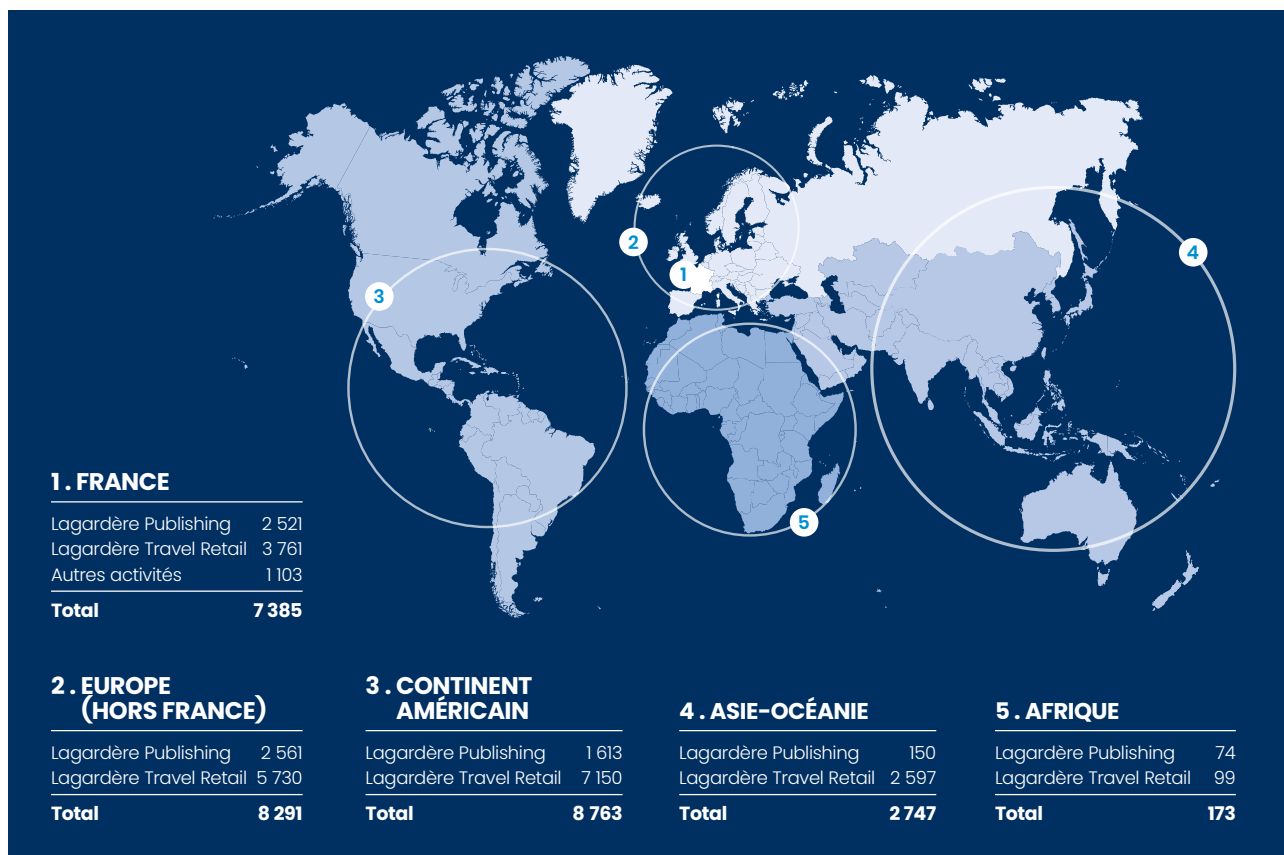
Sur le plan sociétal enfin, fidèle à ses valeurs, le Groupe a maintenu ses programmes et partenariats de solidarité, témoins de son engagement auprès de publics fragilisés, et a poursuivi le développement de ses contenus afin de favoriser l'accès de tous à la connaissance et au divertissement.

Grâce aux efforts fournis sans relâche par l'ensemble de nos équipes, je reste confiant dans la capacité d'adaptation de notre Groupe face aux multiples défis présents et à venir.

Arnaud Lagardère
Président-Directeur Général
de Lagardère SA

PROFIL DU GROUPE LAGARDÈRE

Répartition des effectifs permanents par zone géographique au 31 décembre 2021



Créé en 1992, Lagardère est un groupe de dimension mondiale présent dans plus de 40 pays, comptant environ 27 000 collaborateurs et ayant dégagé un chiffre d'affaires de 5 130 millions d'euros en 2021.

Le Groupe repose sur deux branches prioritaires :

Lagardère Publishing est le troisième éditeur de livres grand public et d'éducation dans le monde et le numéro un en France. Ses 6 919 collaborateurs participent à la création de 16 000 œuvres nouvelles par an et contribuent également à leur plus grande diffusion en innovant sur les usages numériques et mobiles de la lecture. Son activité s'étend également à des domaines connexes de l'édition tels que les jeux de société et les jeux sur mobiles.

Lagardère Travel Retail est le cinquième opérateur mondial du commerce en zone de transport et le numéro deux mondial dans les aéroports opérant sur trois segments d'activités : Travel Essentials, Duty Free et Mode, Restauration. Ses 19 337 collaborateurs s'appuient sur un réseau international de plus de 4 800 magasins implantés dans un millier d'aéroports, de gares et stations de métro.

Dans le périmètre du Groupe figurent également Lagardère News (*Paris Match*, *Le Journal du Dimanche*, Europe 1, RFM, Virgin Radio, la licence Elle) et Lagardère Live Entertainment (production de concerts et de spectacles, gestion de salles de spectacles).

MODÈLE D'AFFAIRES

Un modèle de création de valeur durable

RESSOURCES ⁽¹⁾

CAPITAL HUMAIN

27 359 collaborateurs
44% de femmes
top exécutifs⁽²⁾
46% des top exécutifs et
des managers ont dix ans
ou plus d'ancienneté

CAPITAL FINANCIER

415 M€ d'investissements
dans les activités
2 039 M€ de liquidités
disponibles
Un ratio de levier⁽³⁾ qui
s'établit à 3,6

CAPITAL ENVIRONNEMENTAL ET SOCIÉTAL

252 GWh de consommation
d'énergie tertiaire⁽⁴⁾
180 kilotonnes de papier
acheté et fourni
18 889 livres audio disponibles
dans le catalogue de Lagardère
Publishing à fin d'année

ACTIVITÉS

Lagardère est un groupe de dimension internationale présent dans plus de 40 pays.
Il figure parmi les leaders mondiaux de l'édition (Lagardère Publishing)
et du commerce en zone de transport (Lagardère Travel Retail).

LAGARDÈRE PUBLISHING

Livre
Livre numérique
Jeux de société et
Jeux sur mobiles

LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Travel Essentials
Duty Free & Fashion
Foodservice

AUTRES ACTIVITÉS ⁽⁵⁾

CRÉATION DE VALEUR ⁽¹⁾

VALEUR SOCIALE

9 609 recrutements en CDI
337 073 heures de formation
au sein du Groupe
40% des collaborateurs
ont une rémunération
comportant une part variable
71% des collaborateurs
disposent d'une
représentation du personnel

VALEUR FINANCIÈRE

5 130 M€
de chiffre d'affaires
249 M€ de Résop
456 M€ de free cash-flow
0,50 € de dividende
par action⁽⁶⁾

VALEUR ENVIRONNEMENTALE ET SOCIÉTALE

99% du papier acheté et
fourni est certifié ou recyclé
16,3 tonnes équivalent CO₂
par million d'euros
de chiffre d'affaires
Lagardère est membre
du S&P Global Sustainability
Yearbook 2022

(1) Données au 31 décembre 2021.

(2) Du fait de la progression ces dernières années de la proportion de femmes au sein des cadres exécutifs (environ 550 personnes au total), Lagardère concentre désormais ses efforts sur un effectif plus restreint de top exécutifs (environ 350 personnes au total) qui enregistre également une féminisation plus importante par rapport aux précédents exercices.

(3) Levier d'endettement : dette nette / EBITDA récurrent.

(4) Gaz, fioul, électricité et chauffage urbain.

(5) Comprend essentiellement les activités de Lagardère News (Paris Match, Le Journal du Dimanche, Europe 1, Virgin Radio, RFM, la licence Elle) et Lagardère Live Entertainment (production de concerts et de spectacles, gestion de salles de spectacles).

(6) Dividende soumis à l'approbation de l'Assemblée Générale des actionnaires du 22 avril 2022.

STRATÉGIE ET OBJECTIFS DE LA POLITIQUE RSE

La feuille de route RSE du groupe Lagardère, qui s'adapte à la fois à la montée des attentes de ses parties prenantes en matière de responsabilité et à l'accroissement des contraintes réglementaires nationales et européennes encadrant les données extra-financières, s'appuie sur quatre engagements principaux.

Limiter l'empreinte environnementale des produits et services. Au-delà de l'action commune à l'ensemble des entreprises afin de lutter contre le dérèglement climatique, le groupe Lagardère engage également des actions spécifiques à ses activités telles que la gestion responsable de ses ressources (papier et plastique notamment) et l'éco-responsabilité de la chaîne alimentaire en lien avec ses activités de restauration dans les zones de transport.

Placer l'humain au cœur de la stratégie, en faisant de l'attention portée à ses collaborateurs une priorité au-delà des questions essentielles de dialogue social,

de sécurité et de conditions de travail. Le groupe Lagardère entend s'engager dans une politique accrue de diversité et d'inclusion, et fait de la lutte contre le sexisme en entreprise un des leviers de sa politique d'égalité professionnelle. Par ailleurs, son implication quotidienne dans la montée en compétence de ses collaborateurs participe également à l'attraction et à la fidélisation de ses talents.

Partager la diversité sociale et culturelle de ses activités avec le plus grand nombre. À travers les contenus édités et distribués par le Groupe, ainsi que ses différents partenariats ou programmes culturels et solidaires, Lagardère promeut l'accès à l'éducation et à la connaissance tout en défendant la liberté d'expression, le pluralisme des idées et la diversité culturelle.

Assurer une gouvernance éthique et responsable, en visant à respecter les obligations de conformité concernant notamment la lutte anti-corruption, le devoir de vigilance et la protection des données personnelles.

Matrice de matérialité du groupe Lagardère

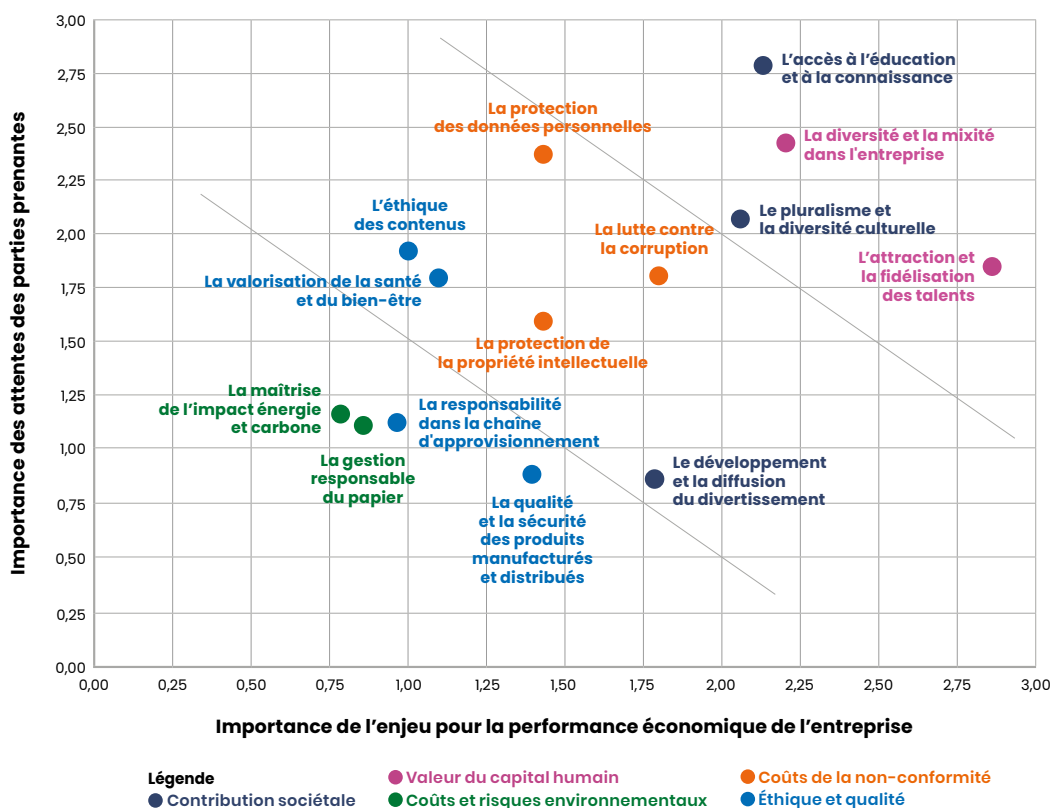


TABLEAU DE BORD DES ENGAGEMENTS RSE



ENVIRONNEMENT

Limiter l'empreinte environnementale des produits et services

Amélioration de la part de papier certifié et recyclé utilisée chez Lagardère Publishing et Lagardère News

Réduction de l'empreinte carbone du groupe Lagardère

Réduction du gaspillage alimentaire dans les points de vente de Lagardère Travel Retail

Abandon des consommables en plastique à usage unique chez Lagardère Travel Retail



SOCIAL

Placer l'humain au cœur de la stratégie

Progression de la place des femmes dans le top management du groupe Lagardère

Amélioration de l'engagement des salariés et de l'attraction des talents

Renforcement de la santé et de la sécurité des salariés

Accroissement du nombre de salariés formés au management de la diversité



SOCIÉTAL

Partager la diversité sociale et culturelle des activités avec le plus grand nombre

Amélioration de l'accessibilité des contenus numériques aux personnes en situation de handicap

Renforcement de l'engagement solidaire envers les communautés au sein desquelles le groupe Lagardère opère

Promotion de la diversité culturelle et de l'éducation au développement durable



GOVERNANCE ET ÉTHIQUE

Assurer une gouvernance éthique et responsable

Renforcement de la vigilance vis-à-vis des chaînes d'approvisionnement

Responsabilisation et formation des personnes cibles à la lutte anti-corruption

**ISABELLE JUPPÉ**

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

Une année de mobilisation sur tous les fronts de la RSE

L'adaptation de notre Groupe à la crise sanitaire en 2020 avait démontré la pertinence des leviers d'actions RSE pour accompagner le rebond de nos activités. L'année 2021 a permis de structurer notre démarche grâce à la mobilisation de chacune des branches (qui ont toutes renforcé leurs équipes RSE) et au rapprochement progressif des sphères financières et extra-financières, en réponse aux attentes croissantes du marché et des régulateurs européens. Notre démarche a notamment été saluée par des notations extra-financières en progrès.

L'élaboration d'un nouveau tableau de bord a également facilité l'identification des indicateurs à suivre en priorité au niveau du Groupe, sans empêcher chacune de nos branches d'accroître leur engagement sur les enjeux RSE propres à leurs métiers.

Sur le plan environnemental, les efforts se sont concentrés sur la réalisation d'un bilan carbone consolidé en Scope 3, doublé d'un bilan pour chacune des trois activités qui vont

désormais déployer les plans d'action de réduction de leurs émissions de gaz à effet de serre.

Les autres chantiers de réduction de notre impact environnemental, tels que la préservation des ressources naturelles, la promotion de l'éco-conception ou la réduction de l'usage du plastique, se sont aussi poursuivis en 2021.

L'instauration du télétravail, grâce à des accords d'entreprise dédiés, ainsi que la poursuite des actions de soutien liées à la crise sanitaire, ont été menées de front avec les différents programmes en faveur de la diversité, de l'inclusion, de l'engagement sociétal pour l'accès à la connaissance et de la liberté d'expression.

Enfin, la réunion annuelle avec notre panel des parties prenantes, qui réunit treize personnalités expertes de nos enjeux de RSE, nous a permis d'échanger sur le sujet de la finance durable dont le développement rapide est un signal très positif.

www.lagardere.com

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



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



Philippe Gallois⁽¹⁾
Secrétaire du Comité
de Groupe



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



Stéphane Jitiaux
Président/CEO de Cojean



Chantal Jouanno
Présidente de la
Commission Nationale
du Débat Public



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

Au regard de son engagement RSE, le groupe Lagardère est intégré au **S&P Sustainability Year Book 2022** et se classe **deuxième du secteur Publishing de Vigeo Eiris**. Il a également été incorporé au sein du **ESG Industry Top-Rated** et du **ESG Regional Top-Rated** de Sustainalytics.

(1) Membre du panel depuis 2022, en remplacement de Noëlle Genavre.



PIERRE LEROY

Président-Directeur Général de Hachette Livre

Lagardère
 PUBLISHING

Hachette Livre : un groupe mondial d'édition aux responsabilités multiples

En tant que troisième groupe mondial d'édition grand public, Hachette Livre assume et défend le rôle capital qui est le sien : celui de contribuer au monde de l'éducation, de la culture et de la démocratie. À ce titre, nos responsabilités sont multiples.

Convaincus que la diversité est une richesse, nous allons poursuivre nos initiatives dans ce domaine en diversifiant nos sources de recrutement, en faisant découvrir nos métiers à de nouveaux publics, en révélant de nouvelles voix et en imaginant de nouveaux formats qui sauront susciter l'intérêt de nouveaux lecteurs.

Notre responsabilité est également environnementale. En 2021, nous avons été le premier groupe d'édition à réaliser un bilan carbone en Scope 3 recouvrant l'ensemble de nos activités, en France et à l'international, et à nous doter d'une stratégie bas carbone. Nous allons continuer sur ce chemin afin d'imaginer des modèles de développement plus écologiques.

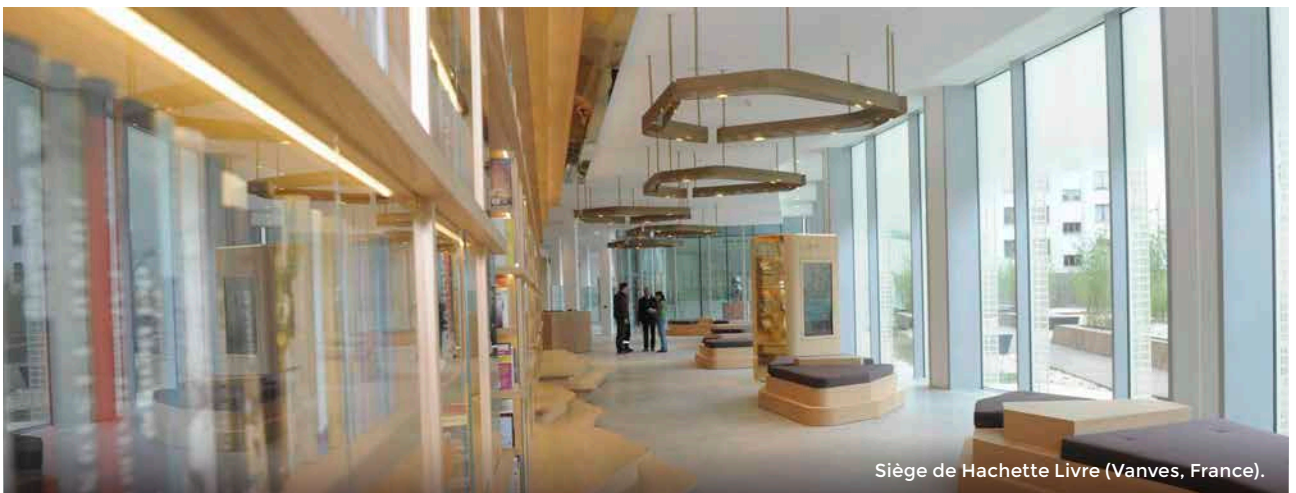
Notre troisième responsabilité, et non des moindres, est d'offrir à l'ensemble de nos équipes à travers le monde un cadre de travail accueillant, stimulant et inclusif. Nous nous y attachons en accordant une importance toute particulière à l'égalité des chances à travers les enjeux de l'égalité professionnelle femmes-hommes, du handicap et de la diversité, ou bien encore en repensant nos modes d'organisation avec l'essor du télétravail.

« HACHETTE LIVRE ASSUME ET DÉFEND LE RÔLE CAPITAL QUI EST LE SIEN : CELUI DE CONTRIBUER AU MONDE DE L'ÉDUCATION, DE LA CULTURE ET DE LA DÉMOCRATIE. »

Pierre Leroy

En parallèle de ces grands axes, qui structurent notre ambition en matière de RSE, nous avons décidé de créer la Fondation Hachette pour la lecture afin de pouvoir initier et soutenir différentes actions en faveur de la lecture et de l'écriture.

À l'heure où le secteur de l'édition poursuit sa consolidation, je suis convaincu que notre stratégie RSE ambitieuse est un des atouts sur lesquels le groupe saura compter pour poursuivre son développement.

www.hachette.com


Siège de Hachette Livre (Vanves, France).

**DAG RASMUSSEN**Président-Directeur Général
de Lagardère Travel Retail

Lagardère Travel Retail : une forte ambition RSE au service de la reprise

À l'heure où l'industrie du Travel Retail prépare la sortie de crise tant attendue, l'ensemble des parties prenantes s'accordent sur l'attention prioritaire que ces stratégies de reprise doivent porter aux enjeux environnementaux et sociétaux. Le retour de la croissance ne sera durable que si elle est plus responsable. Parce que nous y croyons et parce nos partenaires, nos clients et nos collaborateurs partagent cette vision, nous avons fait de la RSE l'une nos priorités stratégiques. L'objectif est clair : nous voulons jouer un rôle de leader dans la transition du Travel Retail vers un modèle plus responsable.

À ce titre, nous avons revu en 2021 notre stratégie RSE dénommée PEPS (Planet, Ethics, People, Social). Nous avons ainsi établi une feuille de route ambitieuse et exigeante qui nous permettra d'améliorer rapidement notre impact sur l'environnement et les communautés au sein desquelles nous opérons. Soutenu par douze engagements exigeants et concrets, ce nouveau plan d'action doit aussi nous permettre de devenir

le partenaire de choix pour une offre de produits responsables et créer des conditions de travail dans lesquelles chacun pourra s'épanouir et réaliser ses ambitions professionnelles. Ces engagements seront réalisés avant 2025 et nous avons mis en place des indicateurs précis afin de suivre au mieux nos progrès.

Nous avons d'ailleurs lancé en 2021 notre premier bilan carbone complet et nous développons une feuille de route spécifique, basée sur des trajectoires réalistes mais ambitieuses, pour piloter notre stratégie bas carbone.

Ce challenge est ambitieux mais il est à notre portée et nous savons qu'avec le soutien de nos partenaires, de nos fournisseurs et de nos collaborateurs, nous y parviendrons et permettrons à Lagardère Travel Retail, et plus largement à l'ensemble de notre secteur d'activité, de s'inscrire de nouveau dans une dynamique de croissance pérenne et vertueuse.

www.lagardere-tr.com



**« NOUS VOULONS
JOUER UN RÔLE
DE LEADER DANS
LA TRANSITION
DU TRAVEL
RETAIL VERS UN
MODÈLE PLUS
RESPONSABLE. »**

Dag Rasmussen



CONSTANCE BENQUÉ
Présidente de Lagardère News

Lagardère News : un acteur des médias au cœur de la révolution RSE

« L'ANNÉE 2021 FUT ÉGALEMENT MARQUÉE PAR LE LANCEMENT DE L'INITIATIVE FUR FREE QUI BANNIT LA PROMOTION DE LA FOURRURE ANIMALE SUR LE PLAN ÉDITORIAL ET PUBLICITAIRE. »

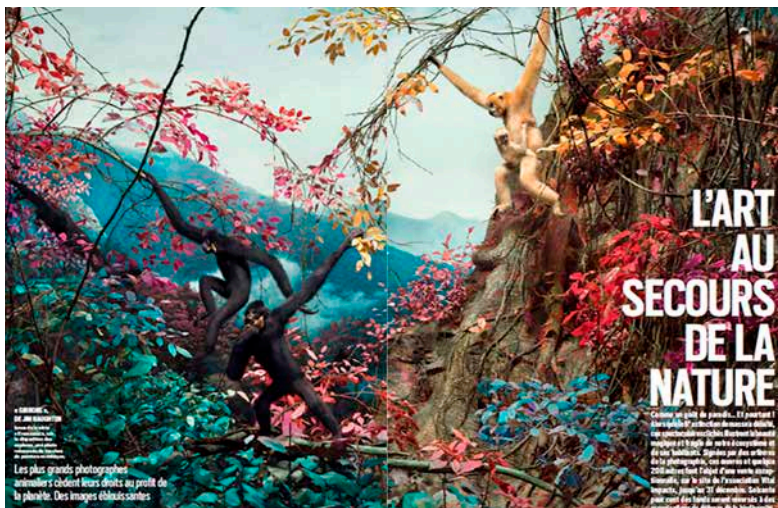
Constance Benqué

Ces deux dernières années ont été le témoin d'une accélération sans précédent et d'une réelle prise de conscience des enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux. Lagardère News, en tant qu'entreprise média, est au cœur de cette (r)évolution.

Nous avons ainsi mis en place une stratégie de réduction de notre empreinte environnementale à la suite de notre bilan carbone et instauré une politique d'achats plus responsable grâce à un service d'évaluation RSE de tous nos fournisseurs. Plus que jamais, nous soutenons la parité, la diversité et l'inclusion tout en renforçant le développement des compétences et nos actions en faveur d'une meilleure qualité de vie au travail. Aussi, nous avons à cœur de sensibiliser tous nos collaborateurs aux enjeux RSE et aux bonnes pratiques à adopter, tant au niveau professionnel que personnel.

Au-delà de ces actions qui font de Lagardère News une entreprise responsable, le contenu de nos

médias – qui rassemblent plus 5,6 millions d'auditeurs chaque jour, plus de 3,3 millions de lecteurs chaque semaine et 9,6 millions de visiteurs uniques sur ses plateformes digitales – a un vrai pouvoir d'influence sur nos concitoyens. Cette responsabilité sociétale s'inscrit désormais au cœur de nos deux missions que sont l'information et le divertissement, avec plusieurs initiatives telles que la série éditoriale Les Héros de la Planète de *Paris Match* qui met en avant des femmes et des hommes œuvrant pour trouver des réponses à la crise environnementale, ou encore l'émission *La France bouge* sur Europe 1, un véritable tour de France des initiatives engagées, positives et novatrices. Cette responsabilité s'étend également au-delà de nos frontières grâce aux 45 éditions internationales du réseau Elle qui publie chaque année plus de 1 000 pages éditoriales produites par les équipes de Elle International basées à Paris (France) et liées aux thématiques RSE.



La série éditoriale Les Héros de la Planète publiée par *Paris Match*.

L'année 2021 fut également marquée par le lancement de l'initiative Fur Free qui bannit la promotion de la fourrure animale sur le plan éditorial et publicitaire. Cette décision a été adoptée à l'unanimité par les rédactions internationales du réseau Elle.

Enfin, notre régie publicitaire a mis en place des offres spécifiques afin d'accompagner au mieux nos annonceurs dans leur communication engagée.

Ces adaptations sont nécessaires face aux défis qui s'imposent à nous. C'est tous ensemble que nous y parviendrons.

www.lagardere.com

ENJEU 1

Limiter l'empreinte environnementale des produits et services

Dans un contexte de prolongation de la crise sanitaire qui a renforcé la prise de conscience et les exigences de l'ensemble de la société, l'enjeu environnemental fut l'une des principales priorités du groupe Lagardère en 2021. Plus particulièrement, la thématique du climat a été incontournable du fait de l'accélération des catastrophes naturelles conjuguées aux exigences européennes en matière d'investissements verts.

Le Groupe a ainsi lancé un bilan carbone consolidé sur l'ensemble du périmètre international de ses activités, prélude à l'élaboration d'une stratégie bas carbone et à la fixation d'une trajectoire de réduction d'ici à 2030. Destiné à mesurer l'impact de nos activités sur le climat, ce bilan carbone sera complété en 2022 par une analyse des risques et opportunités climatiques qui permettra d'évaluer la capacité de Lagardère à s'adapter à la transition nécessaire pour faire face aux différents scénarios climatiques.

Tout en participant à cet exercice de mesure des émissions de gaz à effet de serre, afin de se lancer en 2022 dans leurs propres plans de réduction, les différentes entités du Groupe ont également entrepris des actions spécifiques en lien avec les enjeux RSE propres à leur activité.

Ainsi, Hachette Livre a poursuivi ses actions récurrentes en matière de gestion responsable du papier et a élaboré un plan d'action destiné à réduire son empreinte plastique d'ici à 2025. En outre, la branche a intégré les pratiques d'éco-conception dans la fabrication de ses ouvrages, coffrets et boîtes de jeux. Enfin, la formation de l'ensemble des collaborateurs a été renforcée afin de partager les bonnes pratiques et stimuler l'innovation.

Chez Lagardère Travail Retail, la mise à jour de la stratégie RSE dénommée PEPS (Planet, Ethics, People, Social) a permis d'accélérer la réduction du gaspillage alimentaire dans un plus grand nombre de pays. Par ailleurs, la branche a renforcé son offre de produits bios et d'origine locale dans ses points de vente restauration et a déployé au sein de son activité Duty Free en Suisse le label éco-responsable « We Care, We Do » développé en interne. Concernant la suppression des consommables en plastique, effective en France depuis juillet 2020, elle s'est progressivement étendue à la majorité du territoire européen et à d'autres pays tels que l'Australie ou la Nouvelle-Zélande. Cependant, la pénurie de certaines matières alternatives a rendu sa mise en œuvre plus difficile que prévue en 2021.

Enfin, Lagardère News a mobilisé ses différents supports médias afin de participer à l'éducation et à la sensibilisation de l'ensemble de ses publics aux enjeux de l'éco-responsabilité.



Point de vente Relais H, CHU de Rouen (France).

FINI LE GASPI :
programme de lutte anti-gaspillage testé dans environ 20 points de vente Relais H avec la mise en place d'une réduction de 50% sur le prix des sandwiches et des viennoiseries une heure avant la fermeture.

UN BILAN CARBONE CONSOLIDÉ EN 2021 : PREMIÈRE ÉTAPE D'UNE STRATÉGIE CLIMATIQUE



JEAN-SÉBASTIEN GUILLOU

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

Lagardère

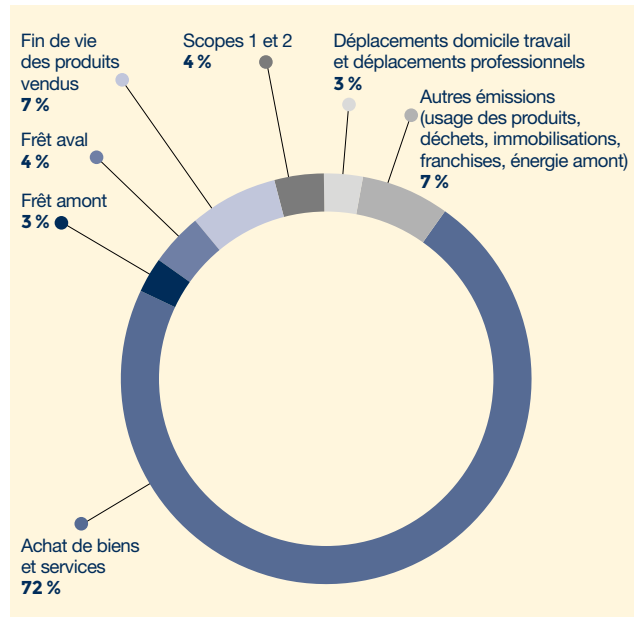
L'année 2021 a été l'occasion pour Lagardère de mettre à jour son empreinte carbone au niveau du Groupe, avec le soutien du cabinet Carbone 4, après s'être livré à une première approche en 2016. Le calcul de cette empreinte a concerné l'ensemble des émissions directes et indirectes, amont et aval, liées aux activités et aux implantations de Lagardère Publishing, Lagardère Travel Retail et Lagardère News qui ont été impliquées dans la démarche. En termes de méthodologie, l'analyse a été conduite selon les lignes directrices du GHG Protocol et l'ensemble des catégories du Scope 3 ont été analysées, bien que cela ait conduit pour certains postes à travailler sur la base d'estimations et de ratios monétaires. Enfin, les données observées ont concerné l'année 2019, l'année 2020 n'ayant pas été représentative du niveau d'activité habituel du Groupe du fait des conséquences de la pandémie de Covid-19.

Au final, le montant total des émissions du groupe Lagardère s'élève à un peu plus de 1 457 000 teq CO₂ qui se répartissent ainsi entre les différentes activités :

- 36% pour Lagardère Publishing;
- 59% pour Lagardère Travel Retail;
- 5% pour Lagardère News.

Les achats de biens et services représentent

72% du total des émissions de gaz à effet de serre du groupe Lagardère.



Comme attendu, le Scope 3 constitue l'essentiel du bilan avec 96% du total des émissions (contre 4% pour les Scopes 1 et 2). Au sein de ce Scope 3, les achats de biens et services (72% du total des émissions), le fret amont et aval (7% du total) ainsi que la fin de vie des produits vendus (7% du total) constituent les principaux postes.

L'année 2022 va désormais être consacrée à l'élaboration de la stratégie climat du Groupe ainsi qu'à la fixation d'une trajectoire de réduction conforme à la science et aux standards internationaux.

www.lagardere.com

HACHETTE LIVRE : TRAJECTOIRES ET MOBILISATION GÉNÉRALE À L'AGENDA DE LA RSE



GAËTAN RUFFAULT
 Directeur des Ressources humaines
 et de la RSE de Hachette Livre



« CONCERNANT LES ENJEUX LIÉS À LA LUTTE CONTRE LA POLLUTION, UNE TRAJECTOIRE DE RÉDUCTION DE NOTRE EMPREINTE PLASTIQUE ET UN PLAN D'ACTION À HORIZON 2030 ONT ÉTÉ ÉLABORÉS EN 2021. »

Gaëtan Ruffault

Créée en 2021, la nouvelle Direction de la RSE de Hachette Livre se structure autour de deux grandes ambitions.

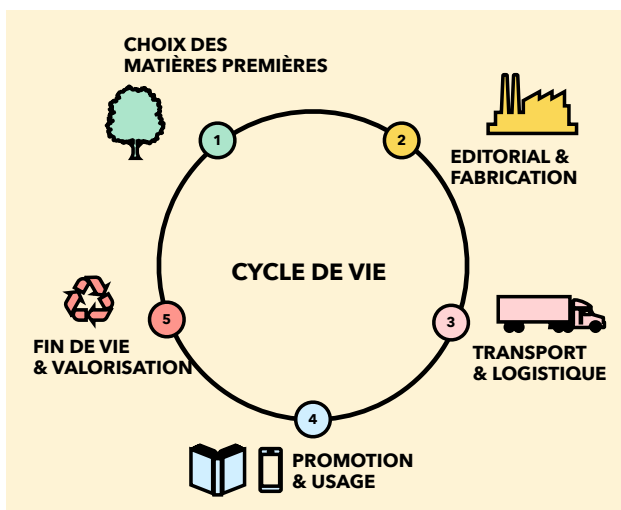
La première est de fixer des trajectoires dans tous les domaines de la RSE où Hachette Livre est engagé. Ainsi, dans le domaine environnemental, sur la base du bilan carbone international réalisé au niveau du groupe Lagardère en 2021, nous fixerons des objectifs pour continuer à réduire nos émissions sur les Scopes 1, 2 et 3 en lien avec l'initiative Science Based Targets. Concernant les enjeux liés à la lutte contre la pollution, une trajectoire de réduction de notre empreinte plastique et un plan d'action à horizon 2030 ont été élaborés en 2021. Il en va de même dans les domaines du social et du sociétal avec la poursuite ainsi que le suivi de nos actions en faveur de l'égalité des chances, de l'inclusion, de la diversité, de la diffusion de la connaissance, de la promotion de la liberté d'expression ou encore de l'accessibilité de nos contenus.

L'autre ambition de Hachette Livre est de rendre ces enjeux appropriables par le plus grand nombre de nos collaborateurs, afin qu'ils soient acteurs et forces de proposition dans ces domaines qui leur tiennent à cœur. C'est dans cet esprit que plusieurs initiatives concrètes ont été menées :

- création d'un réseau de référents Handicap de proximité en France;
- organisation de webinars de sensibilisation et d'ateliers ouverts à tous sur des thématiques telles que le handicap, le nettoyage des données informatiques ou encore l'éco-conception;
- soutien au développement de réseaux internes de salariés en faveur de l'inclusion et de la diversité tels que Employee Networks dans le cadre du programme Changing the Story de Hachette UK au Royaume-Uni.

Nous restons à l'écoute de toutes les bonnes idées et initiatives, d'où qu'elles viennent dans l'organisation, afin de partager et diffuser ces bonnes pratiques au sein de Hachette Livre.

www.hachette.com



UNE SEMAINE DE L'ÉCO-CONCEPTION POUR LES COLLABORATEURS DE HACHETTE LIVRE FRANCE



MARIE TRAUMAN

Directrice de projets RH et RSE de Hachette Livre

Lagardère
PUBLISHING

Persuadée que chacun, quel que soit son métier, a un rôle à jouer afin de contribuer à améliorer notre empreinte environnementale, la Direction du Développement durable de Hachette Livre a organisé en 2021 une première Semaine de l'éco-conception ouverte à tous les collaborateurs de Hachette Livre France.

L'objectif de cet événement, co-conçu avec le cabinet Standard Deviation spécialisé dans la transition écologique, était de lancer ou d'accélérer les pratiques d'éco-conception dans les équipes en proposant des pistes d'action concrètes.

À cet effet, plusieurs interventions ont été menées par des consultantes, les équipes corporate, des éditeurs, des fabricants et un auteur (Hugo Clément, publié

chez Fayard) lors de trois modules interactifs en ligne. Ils ont présenté les grands enjeux de l'éco-conception dans l'édition et mis en avant des projets réussis au sein de Hachette Livre (minimalisme, coffrets avant/après, éco-efficience).

Ces ateliers collaboratifs ont permis d'enrichir collectivement une bibliothèque de fiches-réflexes qui vont permettre aux collaborateurs de s'approprier des bonnes pratiques à chaque étape du cycle de vie des livres, des coffrets ou des boîtes de jeux : choix des matières premières, éditorial et fabrication, transport et diffusion, promotion, fin de vie et valorisation.

La forte mobilisation des collaborateurs, avec plus de 180 participants à cet événement, a révélé l'engagement des équipes de Hachette Livre sur ces questions.

En 2022, une nouvelle Semaine de l'éco-conception est prévue avec un focus sur le segment du scolaire et les bonnes pratiques pour l'utilisation du plastique.

www.hachette.com

PLUS DE 180 PARTICIPANTS
à la Semaine de l'éco-conception
chez Hachette Livre France.

LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL : UN PREMIER BILAN INTERNATIONAL POUR ACCÉLÉRER LA RÉDUCTION DE SON EMPREINTE ENVIRONNEMENTALE



MÉLANIE GUILLOÛ

Vice-Présidente Exécutive Restauration et RSE de Lagardère Travel Retail



Engagé dans la réduction de son empreinte environnementale, Lagardère Travel Retail place l'enjeu de la réduction de ses émissions de gaz à effet de serre (GES) au cœur de sa stratégie.

Nous avons ainsi mené en 2021 notre premier bilan carbone sous l'impulsion du groupe Lagardère et avec le soutien du cabinet Carbone 4 spécialisé dans l'accompagnement vers la décarbonation et l'adaptation au changement climatique. Ce bilan exhaustif – qui couvre les trois Scopes (1, 2 et 3) que sont les émissions directes, les émissions énergétiques indirectes et toutes les autres émissions – a été mené dans six pays représentant les trois quarts de nos activités en termes de valeur.

Les résultats de ce bilan ont permis le calcul de nos trajectoires bas carbone selon les principes de l'initiative Science Based Targets. Nous travaillons désormais à évaluer en détail nos capacités de réduction, au-delà des efforts que nous avons déjà entrepris depuis de nombreuses années afin de réduire notre consommation énergétique.

La vaste majorité (95%) de nos émissions étant indirectes, le défi est immense mais nous mettons en place

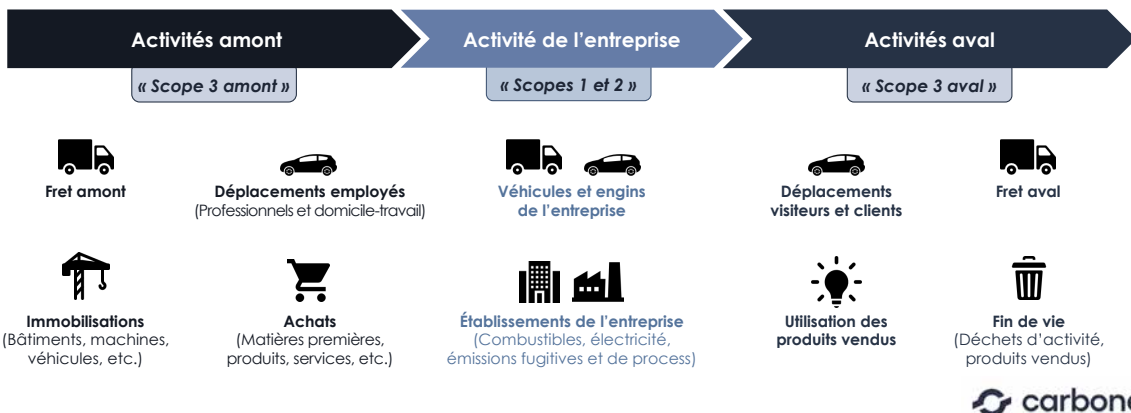
« 95 % DES ÉMISSIONS DE LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL ÉTANT DES ÉMISSIONS INDIRECTES, LE DÉFI EST IMMENSE. »

Mélanie Guilloù

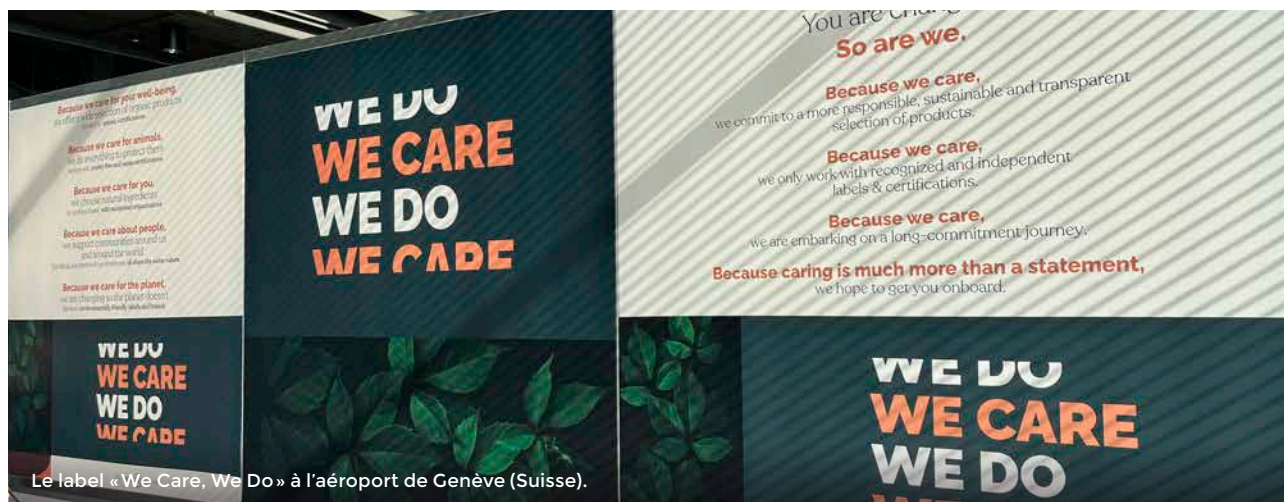
la gouvernance et les partenariats externes nécessaires pour atteindre nos objectifs.

Au cours de l'année 2022, nous annoncerons la façon dont nous prévoyons de les atteindre et de réaliser ainsi notre ambition de jouer un rôle de premier plan dans la transition de l'industrie du Travel Retail vers un modèle plus responsable et de participer activement à la lutte contre le réchauffement climatique.

www.lagardere-tr.com



AELIA DUTY FREE OUVRE SON PREMIER MAGASIN ÉCO-RESPONSABLE À L'AÉROPORT DE GENÈVE



Le label « We Care, We Do » à l'aéroport de Genève (Suisse).



PASCAL LE DROFF

Directeur Général
de Lagardère Travel Retail Suisse

Lagardère
TRAVEL RETAIL

Le premier magasin éco-responsable Aelia Duty Free a été inauguré le 3 mars 2022 à l'aéroport de Genève en Suisse. Cette évolution du concept Aelia Duty Free s'inscrit dans le cadre de l'ouverture du nouveau terminal à haute performance énergétique de l'aéroport genevois qui fait référence en matière de développement durable dans l'écosystème aéroportuaire.

Ce nouveau concept, imaginé par les équipes de Lagardère Travel Retail Suisse et de Duty Free Global, a été élaboré en parfaite collaboration et avec tout le soutien de la direction commerciale de l'aéroport.

Ce projet a été guidé par l'ambition d'intégrer la responsabilité environnementale dans l'ensemble des dimensions du concept Aelia Duty Free à travers :

- un agencement conçu pour améliorer l'empreinte carbone et le cycle de vie des mobiliers;
- des matériaux éco-responsables s'intégrant dans la ligne architecturale du nouveau terminal;
- une large gamme de produits portant le label éco-responsable « We Care, We Do » développé en interne et répondant à des critères éthiques et environnementaux exigeants.

En parallèle, un partenariat a été noué avec l'ONU dont les 17 Objectifs de Développement Durable (ODD) sont mis en avant au sein d'un pop-up interactif et ludique ouvert aux passagers et situé à côté de la nouvelle boutique éco-responsable.

Ce magasin pilote symbolise l'engagement de Lagardère Travel Retail dans les enjeux RSE et s'inscrit, grâce à Lagardère Travel Retail Suisse, dans un projet commercial innovant.

www.lagardere-tr.ch

WE CARE, WE DO : nouveau label éco-responsable développé en interne et répondant à des critères éthiques et environnementaux exigeants.

ENJEU 2

Placer l'humain au cœur de la stratégie

Dans un contexte sanitaire toujours incertain et source d'inquiétude pour l'ensemble des salariés du groupe Lagardère, l'attention au bien-être et à l'équilibre de vie des collaborateurs est restée un souci constant en 2021.

Après une première année placée sous l'angle de la contrainte, la mise en place du télétravail en 2021 là où elle était possible, réfléchi et adaptée à la diversité des métiers a permis d'instaurer de nouvelles méthodes de travail plus agiles, un mode de management de plus en plus basé sur la confiance et un meilleur équilibre de vie.

Bien qu'il ait démontré ces impacts positifs, ce nouveau mode de travail hybride a également mis en avant le besoin d'une meilleure communication avec les équipes. C'est pourquoi de nombreuses rencontres ont été organisées en ligne afin d'impliquer les collaborateurs dans les projets de relance des activités et de répondre à leurs attentes en termes d'information et de formation. Ainsi, en juin 2021, Lagardère Travel Retail a animé une Global Digital Week qui a permis à 500 managers implantés dans plus de 25 pays de partager les perspectives de rebond de l'activité.

En matière de RSE, le Réseau LL a utilisé son académie en ligne inaugurée à fin 2020 pour organiser sept nouvelles sessions en 2021. De plus, chez Hachette Livre, la première Semaine de l'éco-conception a permis de

sensibiliser les équipes françaises aux vertus de ces nouvelles pratiques. Enfin, Lagardère Travel Retail a lancé un PEPS Planet Bingo au sein de sa filiale singapourienne afin de mettre au défi ses collaborateurs de réaliser 25 actions éco-responsables.

Sur le plan de la diversité, le développement des initiatives s'est poursuivi sur les différents territoires avec par exemple la nomination d'une Directrice de la Diversité et de l'Inclusion chez Hachette Book Group ainsi que la progression de la représentation des personnes issues des minorités ethniques chez Hachette UK. Sur le sujet du handicap, l'obtention du label Disability Confident par Lagardère Travel Retail a récompensé les actions entreprises au Royaume-Uni, tandis que Hachette Livre France a restructuré sa mission Handicap en formant 45 de ses managers et en mettant en place un réseau de référents Handicap dans l'ensemble de ses activités.

Enfin, sur le plan de l'égalité entre les femmes et les hommes, les chiffres de 2021 attestent la plus grande représentativité des femmes au sein des différents comités exécutifs du Groupe. Par ailleurs, la poursuite des actions de sensibilisation à la lutte contre le sexisme, au travers notamment de l'adhésion du Groupe à l'initiative #StOpE contre le sexisme dit ordinaire en entreprise en France, a permis de maintenir la vigilance du management sur ce sujet crucial.

En 2021, le groupe Lagardère comptait

44%

DE FEMMES

parmi les 350 personnes qui composent ses top exécutifs.



Collaborateurs de Lagardère Travel Retail.

TÉLÉTRAVAIL : TROUVER LE BON RYTHME DE CROISIÈRE SELON LES ACTIVITÉS



PHILLIPE MENDIBURU

Directeur des Ressources humaines
de Lagardère Ressources

Lagardère

Deux ans déjà que le télétravail est entré brutalement dans nos vies ! Contraint dans un premier temps par une crise sanitaire durable, il s'installe désormais de façon volontariste et raisonnée dans nos organisations. S'il est largement plébiscité par les salariés et leurs managers, qui lui reconnaissent des vertus indéniables (flexibilité, autonomie, gain de temps, productivité accrue, meilleur équilibre entre vie professionnelle et personnelle), le télétravail nécessite néanmoins un dosage subtil lors de sa mise en place. En effet, son usage répété a révélé certains effets collatéraux dommageables (isolement, travail cloisonné, étiolement de l'esprit d'équipe, réduction des interactions, etc.).

Au sein du groupe Lagardère, le télétravail a trouvé sa place selon des rythmes appropriés aux différents métiers : deux à trois jours de télétravail par semaine au Corporate, deux jours en distanciel et trois jours sur site chez Lagardère Publishing afin de préserver les collectifs de travail et de maintenir un niveau élevé de créativité. Chez Lagardère Travel Retail, la grande majorité des collaborateurs (hormis les fonctions transverses) occupant des emplois de commerce de détail peu éligibles au travail à distance, il est impératif de veiller aux équilibres entre ceux qui en bénéficient et les autres.

Le télétravail fait dorénavant partie intégrante de notre quotidien professionnel. Gageons qu'il soit, au fil du temps, une source d'amélioration des conditions de travail de chacun, de performance collective des équipes et qu'il permette d'inscrire le travail du XXI^e siècle dans une dynamique à même de concilier, sans les opposer, les enjeux environnementaux, économiques et sociaux !

www.lagardere.com

**« AU SEIN DU GROUPE
LAGARDÈRE, LE TÉLÉTRAVAIL
A TROUVÉ SA PLACE SELON
DES RYTHMES APPROPRIÉS
AUX DIFFÉRENTS MÉTIERS. »**

Philippe Mendiburu



Égalité femmes-hommes

En 2021, le groupe Lagardère continue de compter parmi ses collaborateurs une très grande majorité de femmes qui représentent 65% de l'ensemble de ses effectifs, 58% des managers et 44% des top exécutifs. L'attention particulière que le groupe Lagardère attache à la représentation équilibrée des femmes et des hommes parmi ses cadres dirigeants et dans les postes à hautes responsabilités s'est traduite en 2021 par l'intégration de plusieurs femmes dans ses différents comités exécutifs, ainsi que par l'ajout d'un indicateur dédié dans son tableau de bord RSE. Ce sont ainsi 44% de femmes (contre 42% en 2020) qui sont incluses dans le nouveau panel de top exécutifs, l'ancien panel de cadres exécutifs en comptant pour sa part 54% (contre 51% en 2020)⁽¹⁾.

Afin d'améliorer encore la mixité et l'égalité, le Groupe poursuit la mise en place de différentes actions à destination de l'ensemble de ses collaborateurs, telles que :

- la formation et la sensibilisation de tous les acteurs impliqués dans le recrutement par des formations au management de la diversité;
- les actions du Réseau LL avec notamment son programme de mentorat interne qui a permis depuis 2018 à une quarantaine de femmes (et quelques hommes) d'être mentorées par des femmes ou des hommes senior managers au sein du Groupe;
- le suivi de la politique d'égalité salariale, via notamment la publication de l'index d'égalité professionnelle en France;

- la préparation de plans de succession intégrant une meilleure mixité femmes-hommes dans le cadre du processus de revue des talents.

Cet engagement pour l'égalité professionnelle s'appuie également sur l'adhésion du Groupe aux Women's Empowerment Principles de l'ONU à l'échelle internationale et à l'initiative #StOpE contre le sexisme dit ordinaire en entreprise en France. C'est dans le cadre de ce dernier engagement que Lagardère a formé dans un premier temps l'ensemble des équipes de ressources humaines en France puis, conformément à la loi, l'ensemble de ses « référents sexisme entreprises et salariés ».

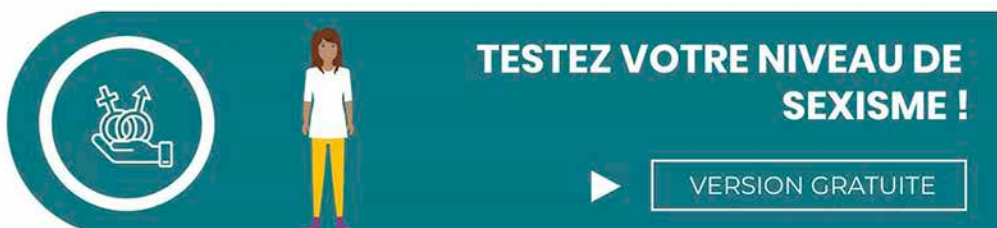
Par ailleurs, un outil interactif de sensibilisation a été mis à disposition de l'ensemble des collaborateurs du Corporate et de Lagardère News, qui a de son côté organisé un atelier spécifique à destination des managers hommes des rédactions de Europe 1, Paris Match et du Journal du Dimanche.

Enfin, Hachette Livre va déployer à l'international un nouvel autodiagnostic sur le sexisme en 2022 après avoir été le premier éditeur en France à proposer à ses salariés une application web d'autodiagnostic, en partenariat avec la startup MeandYoutoo, qui a comptabilisé plus de 1 000 participations en 2021.



#Me and youtoo

ÊTES-VOUS UN-E COLLÈGUE
SEXISTE ?



Extrait de la plateforme Me and You Too, déployée en partenariat avec Hachette Livre.

PLUS DE 1000 PARTICIPATIONS sur la plateforme de sensibilisation à la lutte contre le sexisme chez Hachette Livre France en 2021.

(1) Le panel des top exécutifs comporte environ 350 personnes, contre environ 550 pour celui des cadres exécutifs.

DIVERSITÉ, ÉQUITÉ ET INCLUSION (DEI) : HACHETTE BOOK GROUP MULTIPLIE LES INITIATIVES



CARRIE BLOXSON

Directrice de la Diversité et de l'Inclusion de Hachette Book Group

Lagardère
PUBLISHING

La diversité au sein des équipes de Hachette Book Group a augmenté de **7,9%** en 2021, par rapport aux trois premiers trimestres de 2020.



Représenter la diversité des voix dans toutes les dimensions de nos métiers est fondamental pour Hachette Book Group (HBG).

Nos actions et améliorations dans le domaine de la DEI (Diversité, Équité et Inclusion) se concentrent sur plusieurs points clés :

- poursuite par l'équipe de direction de HBG des initiatives visant à éliminer l'inéquité et réduire les barrières à l'inclusion, notamment en mettant en œuvre des politiques pour attirer et retenir les talents dans leur diversité (en particulier à des postes seniors) et promouvoir une culture d'inclusion et d'appartenance à travers des formations et des ateliers pour les managers;
- augmentation de la diversité de nos équipes de 7,9% en 2021, par rapport aux trois premiers trimestres de 2020, et élargissement de notre bassin de recrutement afin que les candidats issus de la diversité aient davantage accès à nos offres d'emploi;
- mise en place d'une politique Respect et Inclusion, qui définit notre engagement pour la santé mentale, et adoption d'une politique Transidentité qui explique comment nous épaulons et travaillons avec nos salariés en transition de genre;

- promotion d'une culture de travail plus équitable et plus inclusive chez HBG à travers un nouveau Comité Consultatif Diversité, Équité et Inclusion, composé de collaborateurs de toutes entités et de tous niveaux hiérarchiques;
- réalisation d'un audit annuel de nos indicateurs d'acquisition afin d'assurer la représentativité des auteurs et des illustrateurs dans nos publications : hausse de 7% des acquisitions de titres par des créateurs BIPOC (Black, Indigenous and People of Colour) qui ont rejoint HBG en 2020;
- lancement de partenariats avec quatre organismes d'alphabétisation afin d'étendre en 2022 nos actions philanthropiques à une communauté plus large d'auteurs et de professionnels de l'édition qui s'identifient comme LGBTQIA+, amérindiens, personnes de couleur, personnes transgenres, personnes handicapées et autres populations sous-représentées.

www.hachettebookgroup.com

LA MISSION HANDICAP DE HACHETTE LIVRE FRANCE S'ÉTEND ET CRÉE SON RÉSEAU DE PROXIMITÉ



DANIEL JEUNG

Directeur Droit social et
environnemental de Hachette Livre

Lagardère
PUBLISHING

En 2021, le Conseil d'Administration de la mission Handicap de Hachette Livre France a souhaité renforcer la visibilité, les actions et les services de cette association loi 1901, créée en 2014 et à laquelle adhèrent les différentes entités du groupe Hachette Livre.

À cet effet, quatre grands engagements accompagnés d'actions concrètes ont été affirmés :

- changer le regard que nous portons sur le handicap en sensibilisant nos équipes et en formant nos managers;
- accompagner les salariés dans la reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé et dans la mise en place des aménagements de postes nécessaires au maintien dans l'emploi;
- favoriser le recrutement de personnes en situation de handicap en développant des partenariats avec des associations, des organismes spécialisés, des écoles, des centres de formation, etc.;
- garantir l'accessibilité de nos contenus au plus grand nombre en faisant évoluer nos pratiques et nos outils.

La mission Handicap de Hachette Livre France crée un réseau de
SEPT RÉFÉRENTS HANDICAP DE PROXIMITÉ
en France.

Le Conseil d'Administration a également souhaité se rapprocher des collaborateurs en créant un réseau de référents Handicap de proximité. Il s'agit de sept interlocuteurs RH formés sur les questions du handicap. Tout salarié peut désormais saisir le référent de son périmètre s'il souhaite instruire un dossier de reconnaissance de la qualité de travailleur handicapé, trouver un dispositif ou une aide financière, mettre en place un aménagement de poste ou encore identifier des actions de formation.

www.hachette.com

LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL UK : UN LABEL POUR L'INCLUSION DES COLLABORATEURS EN SITUATION DE HANDICAP



MARION ENGELHARD

Directrice Générale de
Lagardère Travel Retail UK

Lagardère
TRAVEL RETAIL

Le programme Disability Confident avec lequel Lagardère Travel Retail UK a commencé à travailler dès 2019 vise à encourager les employeurs à penser différemment au handicap et à prendre des mesures pour améliorer la façon dont ils recrutent, fidélisent et développent le talent des personnes handicapées. La certification Disability Confident est une opportunité unique de montrer l'exemple dans notre communauté. Ce label démontre également aux personnes handicapées que nous valorisons leur contribution à la réussite de notre entreprise et soutient notre attractivité auprès des talents.

Dans ce cadre, nous procédons en cinq étapes :

- assurer un processus de recrutement inclusif et accessible;
- communiquer le dispositif dans nos offres d'emploi;
- proposer des entretiens aux personnes handicapées;
- anticiper et apporter des ajustements raisonnables selon les besoins;
- soutenir les collaborateurs existants qui feraient face à une situation de handicap pour les maintenir dans l'emploi.



Pour obtenir la certification Disability Confident de premier niveau, nous nous sommes engagés à offrir l'un des éléments suivants : expérience professionnelle, stages, emplois rémunérés, apprentissages, missions d'observation.

À l'aéroport de Luton, nous travaillons également avec l'association Mencap qui œuvre en faveur de l'insertion professionnelle de jeunes présentant un handicap mental. Avec cet organisme, nous avons accueilli huit personnes pendant 12 semaines. L'une d'elle a obtenu un emploi à temps plein et fait toujours partie de l'équipe aujourd'hui.

www.lagardere-tr.uk

« HUIT PERSONNES ONT ÉTÉ ACCUEILLIES À L'AÉROPORT DE LUTON PENDANT 12 SEMAINES GRÂCE AU PARTENARIAT AVEC L'ASSOCIATION MENCAP. »

Marion Engelhard

LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL SINGAPOUR : UN BINGO POUR SENSIBILISER AUX ENJEUX ENVIRONNEMENTAUX



JACKLLYN CHAU

Directrice des Ressources humaines de Lagardère Travel Retail Singapour



Afin de mieux sensibiliser nos collaborateurs aux enjeux environnementaux, nous avons lancé au sein de Lagardère Travel Retail Singapour la campagne PEPS Planet Bingo en référence à notre stratégie RSE. Cette initiative met au défi chacun de nos salariés d'entreprendre 25 actions responsables dans sa vie de tous les jours telles que le recyclage de différents matériaux ou l'adoption de produits réutilisables (pailles, sacs, etc.). D'autres actions, comme une utilisation limitée de la climatisation ou l'usage des transports en commun, ont aussi permis de montrer qu'il est facile de réduire ses émissions dans sa vie quotidienne.

Nos collaborateurs ont également participé aux efforts de protection de la planète initiés par nos parties prenantes locales. De la plantation d'un jardin d'herbes jusqu'au bénévolat dans des associations, ils ont aussi soutenu l'utilisation du moteur de recherche Ecosia qui assure la plante d'un arbre toutes les 45 recherches effectuées. Des dons ont également été effectués pour réduire le gaspillage de nourriture, de jouets ou de livres.

Enfin, ils ont collaboré avec des marques de mode et de luxe pour comprendre les actions mises en place en boutique pour préserver la planète, telles que la création de produits fabriqués avec des matériaux recyclés ou l'utilisation de sacs utilisant la technologie oxo-biodégradable.

En deux mois, nos collaborateurs ont relevé 1 350 défis et marqué de nombreux «Bingos PEPS» dans leurs efforts pour créer un avenir plus respectueux de l'environnement.

www.lagardere-tr.com



En deux mois, les collaborateurs de Lagardère Travel Retail Singapour ont relevé **1 350 DÉFIS ENVIRONNEMENTAUX** et marqué de nombreux «Bingos PEPS».

RÉSEAU LL : UNE FORTE ACTIVITÉ EN LIGNE SUR LES ENGAGEMENTS RSE



MANON RAYNAL

Chargée de mission RSE
du groupe Lagardère

Lagardère

Depuis la création en 2020 de l'Académie développement durable et RSE du Réseau LL, de nouvelles thématiques en lien avec les enjeux de RSE du Groupe ont pu être abordées lors de sessions virtuelles :

- le rôle de la publicité dans la transition écologique;
- les enjeux d'éco-responsabilité liés à l'alimentation et à la restauration;
- les enjeux de la biodiversité et de la préservation des forêts primaires;
- les enjeux d'éco-responsabilité liés au cycle de vie du livre;
- les enjeux sociétaux de l'engagement solidaire;
- les enjeux d'éco-responsabilité liés au secteur de la mode;
- le handicap et la maladie au travail.

Le Réseau LL a aussi assuré son rôle de sensibilisation sur les sujets de RSE avec notamment la création d'un fil d'actualité quotidien sur l'intranet du Groupe tout au long de la COP26 pour informer les collaborateurs sur les discussions en cours et leur permettre de gagner des livres sur la thématique de l'écologie en répondant à un quiz en ligne.

En 2022, le Réseau LL entend poursuivre ses actions auprès des collaborateurs du Groupe afin d'enrichir leurs connaissances sur les grands enjeux de la RSE, de les informer sur les actions du Groupe et de leur permettre de s'engager au quotidien dans leur métier et/ou dans leur vie personnelle. Sans oublier notre vocation première de promotion de l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes qui reste un des enjeux sociaux majeurs de la politique RSE de Lagardère!

www.lagardere.com

500 :

nombre de membres du Réseau LL, réseau interne de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes et laboratoire d'idées sur les sujets de développement durable.

Réseau LL
by Lagardère

Académie développement durable et RSE
Social - Sociétal - Environnemental

SESSION N°9 **Les enjeux d'éco-responsabilité liés au secteur de la mode**
Avec des invitées, expertes du sujet :

| | | | |
|--|--|--|---|
|  Sylvie BENARD Experte en environnement et transition écologique et Présidente de La Dame à la Licorne |  Mélanie GUILDOU Group EVP Foodservice & CSR Lagardère Travel Retail |  Catherine LABORIE Head of Fashion Purchasing Department Lagardère Travel Retail |  Valéria BESSOLO LLOPIZ SVP / International Director of ELLE ELLE International |
|--|--|--|---|

#ACADEMIEDDRSE

Académie développement durable et RSE sur les enjeux d'éco-responsabilité liés au secteur de la mode (octobre 2021, France).

ENJEU 3

Partager la diversité sociale et culturelle des activités avec le plus grand nombre

En 2021,

89%

DES LIVRES NUMÉRIQUES

édités par Hachette Livre ont été rendus accessibles aux personnes en situation de handicap grâce au format ePub 3.

L'un des programmes les plus emblématiques de la promotion de la diversité culturelle est Changing the Story, de Hachette UK, qui a fêté ses cinq ans en 2021. Il illustre parfaitement la cohérence qui doit exister entre, d'une part, des équipes incluant toutes les diversités et minorités et, d'autre part, des contenus éditoriaux reflétant le pluralisme

des idées, des voix et des cultures et, finalement, un lectorat le plus étendu et le plus divers possible. Lagardère Travel Retail participe également à cette promotion à travers différentes initiatives telles que l'organisation de son prix littéraire Relay des voyageurs ou la distribution de plus de 150 titres de presse régionaux.

Partager la diversité avec le plus grand nombre passe également par un effort soutenu en matière d'accessibilité. À cet égard, Hachette Livre s'investit particulièrement en France, au Royaume-Uni et aux États-Unis en s'appuyant notamment sur les technologies numériques pour rendre ses livres accessibles aux personnes présentant des difficultés de lecture.

Le monde d'aujourd'hui est un monde dans lequel les publics et les consommateurs sont de plus en plus avides d'information et d'éducation en matière de développement durable afin de nourrir leur engagement. La multiplication, chez Hachette Livre, de contenus éditoriaux « engageants » en la matière répond à cette attente, tout comme les différentes rencontres

organisées sur ces thématiques à destination des collaborateurs du Groupe afin d'assouvir leur curiosité et leur envie de progresser.

Avides d'information et d'éducation, les consommateurs sont aussi demandeurs de produits responsables et sont de plus en plus exigeants vis-à-vis des marques que la régie publicitaire du Groupe accompagne. Confortée dans ses convictions par une étude menée auprès de ses audiences sur leur appétence en matière de RSE, Lagardère Publicité News a ainsi conçu différents programmes et outils pour aider les annonceurs à avancer sur ce chemin, en partenariat avec les médias de Lagardère News.

Par ailleurs, le monde qui change est un monde où la solidarité prend toute sa place dans une société de plus en plus fragilisée. L'engagement du groupe Lagardère se déploie sur tous ses territoires d'implantation par le biais de multiples actions et initiatives au service de causes qui lui sont chères telles que l'éducation, le soutien à l'enfance et la promotion de la lecture. Ainsi, 30 000 livres ont été donnés en 2021 par Hachette Book Group à des familles en grande précarité aux États-Unis.

Enfin, c'est aussi grâce à la Fondation Jean-Luc Lagardère, qui soutient la création, l'éducation et la diversité culturelle à travers de nombreux partenariats et l'octroi de bourses à de jeunes talents, que l'engagement du Groupe s'exprime depuis plus de vingt ans.



Sélection de livres sur le développement durable publiés par Hachette Livre.

CHANGING THE STORY : UN BILAN PROMETTEUR POUR SON CINQUIÈME ANNIVERSAIRE



MELANIE TANSEY

Directrice des Ressources humaines de Hachette UK

Lagardère
PUBLISHING

Afin de célébrer le cinquième anniversaire de son programme Changing the Story dédié à la diversité et à l'inclusion, Hachette UK a publié les résultats du recensement 2021 de ses collaborateurs et auteurs : *Changing the Story: People and Publishing Transparency Report*.

Ce rapport détaillé sur la représentativité actuelle fait le bilan des progrès réalisés jusqu'à présent et dévoile plusieurs initiatives nouvelles qui permettront de remédier aux zones de sous-représentation et de façonner les cinq prochaines années de Changing the Story. En 2021, la représentation des collaborateurs issus des minorités BAME (Black, Asian and Minority Ethnic) chez Hachette UK a atteint 11,5%, pour un objectif quinquennal de 15% à horizon 2024.

En 2021, Hachette UK a lancé plusieurs initiatives afin d'améliorer la diversité et l'inclusion :

- relance de son programme de stages, en partenariat pour la première fois avec l'agence littéraire Curtis Brown et les librairies Waterstones;
- organisation d'une série d'événements virtuels gratuits, dénommés Opening the Book et suivis par près d'un millier de personnes, afin de démystifier l'édition en rendant cet univers plus transparent et accessible aux groupes sous-représentés;
- poursuite des programmes de développement pour les auteurs issus de milieux sous-représentés;
- inauguration d'un nouveau partenariat d'une durée de trois ans avec le National Literacy Trust (NLT) pour concevoir ensemble des programmes qui aideront enfants, jeunes et adultes des communautés défavorisées à acquérir des compétences en lecture et écriture qui pourront changer leur vie.

www.hachette.co.uk



OPENING THE BOOK :

dénomination des conférences suivies par près d'un millier de personnes afin de démystifier l'édition en rendant cet univers plus transparent et accessible aux groupes sous-représentés.

CHEZ LAGARDÈRE NEWS, LA RSE EST L'AFFAIRE DE TOUS



VALÉRIA BESSOLO LLOPIZ

Directrice de Elle International,
Responsable RSE de Lagardère News



Convaincus que l'engagement des collaborateurs est un élément essentiel à la réussite de notre stratégie RSE et encouragés par les résultats de notre enquête interne « La RSE et vous » mettant en lumière la volonté de nos salariés d'être informés et impliqués, nous avons organisé notre première Semaine du Développement Durable lors de la European Sustainable Development Week (ESDW) en septembre 2021. L'ensemble des collaborateurs ont ainsi pu participer à des conférences, rencontres, ateliers et tables rondes au sein de nos locaux parisiens ou à distance.

L'objectif était multiple :

- informer sur la politique RSE de l'entreprise, ses enjeux, ses actions et chantiers en cours, tant au niveau social qu'environnemental;
- échanger sur l'approche éditoriale des sujets sociétaux de nos magazines, journaux et programmes radios ainsi que sur les attentes du marché, de nos audiences et de nos annonceurs;

- sensibiliser aussi bien aux grands défis planétaires avec l'intervention d'experts, comme Jean-Marc Jancovici sur le défi énergie-climat, qu'aux écogestes et aux bonnes pratiques à adopter au quotidien;
- mobiliser au travers d'initiatives simples telle que #ramènetatasse, qui marquait la fin définitive des gobelets plastiques sur site, ou de rencontres avec des associations qui agissent pour la diversité dans les médias ou contre le harcèlement de rue.

Cette semaine riche d'échanges et d'enseignements a renforcé notre conviction qu'une politique RSE ne peut se faire sans l'implication et l'engagement de tous. Une communication régulière sur les objectifs et les avancées ainsi qu'une stratégie de formation et de mobilisation sur des projets communs, internes ou externes, permettront à chacun d'apporter sa pierre à l'édifice.

www.lagardere.com



« LES QUATRE OBJECTIFS RETENUS À L'OCCASION DE LA SEMAINE DU DÉVELOPPEMENT DURABLE CHEZ LAGARDÈRE NEWS ÉTAIENT D'INFORMER, DE SENSIBILISER, D'ÉCHANGER ET DE MOBILISER. »

Valéria Bessolo Llopiz

LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS ACCÉLÈRE SUR LA RSE AVEC SES PARTENAIRES



FRÉDÉRIQUE VACQUIER

Directrice de publicité du *Journal du Dimanche*,
Coordinatrice RSE de Lagardère Publicité News



« 58 % DE NOS LECTEURS ET AUDITEURS AFFIRMENT S'INTÉRESSER DAVANTAGE À LA RSE CES DERNIÈRES ANNÉES (+ 9 POINTS PAR RAPPORT À L'ENSEMBLE DES FRANÇAIS), SELON L'ÉTUDE DE LAGARDÈRE PUBLICITÉ NEWS EN 2021. »

Frédérique Vacquier



Extrait de l'étude RSE réalisée par Lagardère Publicité News en 2021.

La crise sanitaire a accéléré le besoin des marques de prendre la parole sur leurs engagements et a renforcé leur responsabilité vis-à-vis de leurs clients, fournisseurs ou collaborateurs qui sont de plus en plus attentifs et exigeants en termes de RSE.

Un constat en cohérence avec une étude lancée en 2021 par Lagardère Publicité News qui confirme que nos audiences (auditeurs, lecteurs, internautes) sont plus sensibles que la moyenne des Français aux enjeux RSE. Ainsi, 58% de nos lecteurs et auditeurs affirment s'intéresser davantage à la RSE aujourd'hui (+9 points par rapport à l'ensemble des Français). Et surtout, 39% d'entre eux pensent que le consommateur fait partie

des acteurs les plus décisifs dans cette transition. Conscients de l'impact de leurs choix de consommation, 66% d'entre eux déclarent privilégier des produits de marques engagées au niveau social et environnemental.

Nos convictions, profondes et ancrées, nous ont donc poussés à structurer notre démarche et à mieux la partager avec nos parties prenantes grâce à la mobilisation de nos rédactions sur différents sujets : environnementaux avec par exemple les rubriques ou conférences Les Héros de la Planète, sociétaux avec la création de Europe 1 Solidaire en faveur des jeunes

durant la crise sanitaire et la poursuite des Trophées Europe 1 de l'Avenir ou les tables rondes Demain portées par *Le Journal du Dimanche*.

Nous allons encore accélérer en 2022 avec la mise en place d'offres publicitaires responsables et la création d'une calculatrice carbone qui va nous permettre de mesurer le poids carbone des publicités diffusées afin d'en réduire l'impact.

Rendez-vous donc tout au long de l'année pour partager nos avancées !

www.lagardere.com

LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL EN RÉPUBLIQUE TCHÈQUE : UN ENGAGEMENT CONSTANT EN FAVEUR DE L'ENFANCE DÉFAVORISÉE



RICHARD PROCHAZKA

Directeur Général de Lagardère Travel Retail
République tchèque



Le soutien à l'enfance défavorisée est au cœur des engagements sociétaux de nos équipes en République tchèque. Trois partenariats associatifs ont ainsi été noués pour venir en aide aux enfants en situation de précarité dans le pays ou à l'étranger :

- au profit de l'association Teribear, une centaine de collaborateurs participent à une course annuelle qui, avec la contribution d'autres entreprises partenaires, permet de récolter autour de 300 000 euros. Ceux-ci sont reversés à des organismes qui s'occupent d'enfants victimes d'abandon ou de maltraitance;

- avec le projet caritatif Help the Children, nous contribuons à aider une trentaine d'organismes qui viennent en aide aux enfants. À l'occasion de la campagne Feathers Week, le réseau Costa Coffee que nous opérons met en vente une Charity Feather, symbole de cette initiative, ainsi qu'un Charity Capuccino. Une partie du bénéfice de ces ventes est reversée au projet;
- grâce à notre statut de franchisé exclusif de soixante magasins Costa Coffee, les équipes s'impliquent également dans la Costa Coffee Foundation qui construit des écoles dans les pays producteurs de café. La moitié du bénéfice des ventes d'une boisson dédiée sont ainsi reversés à l'association.

L'engagement de nos collaborateurs dans ces partenariats est la clé de la réussite de la mise en œuvre de notre stratégie RSE dénommée PEPS (Planet, Ethics, People, Social). Nous sommes fiers et heureux de les voir si nombreux à s'impliquer!

www.lagardere-tr.com

« LE SOUTIEN À L'ENFANCE DÉFAVORISÉE EST AU CŒUR DES ENGAGEMENTS SOCIÉTAUX DE NOS ÉQUIPES EN RÉPUBLIQUE TCHÈQUE. »

Richard Prochazka



Collaborateurs de Lagardère Travel Retail participant à une course au profit de l'association Teribear (Prague, République tchèque).

LA CULTURE ET LA JEUNESSE AU CŒUR DES ENGAGEMENTS DE LA FONDATION JEAN-LUC LAGARDÈRE



Les lauréats des bourses 2021 de la Fondation Jean-Luc Lagardère (France).



QUITERIE CAMUS

Directrice déléguée de la Fondation Jean-Luc Lagardère

Lagardère

342 LAURÉATS ont été primés par la Fondation Jean-Luc Lagardère depuis 1990.

En cette période inédite, la Fondation Jean-Luc Lagardère a maintenu son engagement important auprès de la jeune création francophone en attribuant ses bourses à des professionnels de moins de 30 ans⁽¹⁾ dans les domaines de l'écrit, de l'audiovisuel

et de la musique. Ainsi, neuf projets audacieux portés par de jeunes talents ont été récompensés en 2021 : un long métrage documentaire en Chine, une série d'animation musicale, un reportage photographique dans la Corne de l'Afrique, une reprise de librairie en Gironde, etc. Ces derniers viennent rejoindre les nombreux lauréats primés par la Fondation depuis 1990. Nous constatons

chaque année avec fierté et admiration combien ils ont su transformer cette première main tendue en belle réussite. À l'image de Mohamed Mbougar Sarr dont le roman *La plus secrète mémoire des hommes* (Philippe Rey / Jimsaan), écrit grâce à la bourse Écrivain qu'il a reçue en 2018, a été couronné par le prix Goncourt en 2021.

La Fondation apporte aussi son soutien à des associations et institutions qui favorisent la diversité culturelle et encouragent la création, comme celle des adolescents participant à la programmation du Studio 13/16 au Centre Pompidou. En 2021, Carolina Arantes, lauréate de la bourse Photographe en 2015, a rencontré treize d'entre eux pour mieux comprendre leur expérience vécue pendant le confinement et construire un portrait photographique de la jeunesse. L'occasion de mettre au premier plan cette génération citoyenne, créative et engagée.

www.fondation-jeanlucagardere.com

(1) Moins de 35 ans pour certaines bourses.

ENJEU 4

Assurer une gouvernance éthique et responsable

Lagardère place l'éthique et la conformité au cœur de ses priorités. Pour ce faire, le Groupe s'appuie sur le respect de nombreux textes : chartes, codes, référentiels, normes, règlements, lois françaises, européennes et internationales, etc.

Si la dimension européenne se renforce beaucoup avec l'élaboration de textes liés au Green Deal de la Commission européenne et à la finance durable, le cadre de référence des Objectifs de Développement Durable de l'ONU continue à inspirer la plupart des entreprises, dans la continuité des dix principes du Global Compact dont Lagardère est signataire depuis 2003.

Au-delà, le Groupe s'engage aussi à respecter l'ensemble de ses obligations de conformité, notamment dans trois domaines majeurs.

Celui du **devoir de vigilance**, en déployant année après année le plan de vigilance issu de la loi relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre. Entamé par une cartographie des risques de sa chaîne de valeur en 2017, ce plan intègre depuis fin 2020 une plateforme d'alerte éthique accessible à l'ensemble de ses parties prenantes depuis un site Internet dédié. La vigilance du groupe Lagardère vis-à-vis de ses fournisseurs se traduit également depuis 2021 par l'évaluation RSE de ses fournisseurs les plus à risque par Ecovadis et l'inscription dans le tableau de bord RSE d'un indicateur dédié à ce suivi.

Celui de la **protection des données personnelles**, pour lequel Lagardère se mobilise depuis l'adoption du règlement général sur la protection des données (RGPD) en 2018. En effet, le Groupe détient dans ses systèmes d'information des données à caractère personnel portant notamment sur ses salariés ou sur des tiers, qu'il s'agisse par exemple d'abonnés (magazines, fascicules), de voyageurs (duty free) ou d'internautes (médias, éducation).

La mise en place d'un comité de pilotage avec les branches, sous la responsabilité du Délégué à la protection des données Groupe, ainsi que la création d'un réseau de délégués dans les branches ont permis de valider divers outils, méthodes et politiques destinés au recensement des traitements, à leur encadrement juridique et à la protection technique des données

à caractère personnel. Le Responsable de la sécurité des systèmes d'information Groupe assure également une surveillance proactive d'Internet afin d'identifier des fuites de contenus, notamment celles liées aux données personnelles.

Celui de la **lutte contre la corruption et du respect des sanctions économiques internationales**, pour lequel le groupe Lagardère a également mis en place des procédures ainsi que des programmes de formation et de sensibilisation à tous les niveaux hiérarchiques auprès des populations les plus exposées.

Si la dimension européenne se renforce beaucoup, le cadre international

des **17** OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE DE L'ONU continue à inspirer les entreprises.



Collaboratrices de Hachette Livre (Vanves, France).

LA FORMATION AU CŒUR DE LA LUTTE ANTI-CORRUPTION



SEYNA WADE

Responsable Compliance
du groupe Lagardère

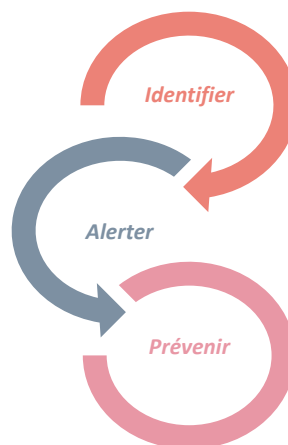
Lagardère

La réussite du groupe Lagardère repose sur un ensemble de principes et de valeurs qui forment le socle de son identité et qui ont toujours guidé son action.

Ainsi, en matière de lutte contre la corruption, le Groupe applique une politique de « tolérance zéro » réaffirmée au sein de son Code d'éthique. La mise en œuvre de ce principe se traduit par le déploiement d'un dispositif global, conforme aux exigences légales et s'inspirant des bonnes pratiques de place.

Cependant, un dispositif de conformité efficace nécessite une sensibilisation des collaborateurs du Groupe face à cet enjeu crucial. Pilier central de tout dispositif de compliance, la formation constitue l'une des transitions indispensables entre l'énoncé des valeurs ou procédures et les différentes formes de contrôle et de sanction.

En 2022, le groupe Lagardère va poursuivre l'accompagnement de ses collaborateurs les plus exposés au risque de corruption dans l'appropriation de ces principes éthiques. Il a ainsi été demandé aux différentes entités du Groupe de définir un programme de formation périodique tenant compte de la diversité de leurs activités et mettant l'accent sur le dispositif compliance ainsi que les rôles et les responsabilités des collaborateurs dans son exécution.



Le programme de formation couvre l'ensemble des niveaux de responsabilités de Lagardère. L'intégrité des femmes et des hommes qui composent le Groupe constitue un des atouts les plus précieux dans la conduite de ses activités, il vise donc à assurer la formation régulière de l'ensemble des collaborateurs exposés.

www.lagardere.com

**« UN DISPOSITIF DE CONFORMITÉ EFFICACE NÉCESSITE
UNE SENSIBILISATION DES COLLABORATEURS DU GROUPE
FACE À CET ENJEU CRUCIAL. »**

Seyna Wade

TABLEAU D'INDICATEURS

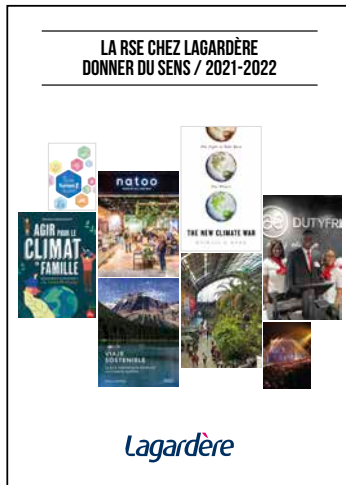


Collaborateurs de Lagardère Travel Retail participant à la campagne PEPS Planet Bingo (Singapour).

| | 2021 | 2020 | 2019 |
|--|--------|--------|--------|
| Part des femmes parmi les top exécutifs du groupe Lagardère | 44% | 42% | N/A |
| Nombre de livres audio édités par Lagardère Publishing | 18 889 | 16 453 | 14 203 |
| Part des livres numériques édités par Lagardère Publishing en 2021 et rendus accessibles aux personnes en situation de handicap | 89% | 72% | N/A |
| Part du papier (livres et magazines) acheté et fourni d'origine certifié et/ou recyclé | 99% | 98% | 97% |
| Poids (en teq CO_2) des émissions de gaz à effet de serre (Scopes 1 et 2) au niveau mondial par M€ de chiffre d'affaires | 16,3% | 15,8% | 13% |
| Part du chiffre d'affaires restauration des pays d'implantation de Lagardère Travel Retail qui mesurent et mettent en place des initiatives de réduction du gaspillage alimentaire | 49% | 26% | 4% |

Nota bene : les données communiquées d'une année sur l'autre sont à périmètre comparable. Ainsi, pour 2021, les données des exercices 2020 et 2019 ont été recalculées en prenant comme référence le périmètre arrêté de l'exercice 2021.

PUBLICATIONS



La RSE chez Lagardère en 2021-2022



Document d'enregistrement universel

contenant un Rapport financier annuel
Exercice 2021

Ces publications sont également disponibles en version accessible et en anglais.

www.lagardere.com

CONTACTS

SIÈGE SOCIAL

Lagardère SA

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

DIRECTION DU DÉVELOPPEMENT DURABLE ET DE LA RSE

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

Crédits photographiques : Gilles Bassignac / Lagardère; Benjamin Boccas; Capa Pictures / Lagardère News; Arnaud Carroué / Lagardère; Arthur Delloye; DR; Sébastien Dubois-Didcock / Grabuge / Lagardère; Sébastien Duhamel; Aleksandrs Dunasovs; Fanny Duprés / Lagardère; 2021, Éditions La Plage; Michael E. Mann; Olivier Ezratty; Frédéric Froument / Lagardère; Jacques Grison / Lagardère; A Guédon; Hachette Book Group; Hachette Livre; Hachette UK; Wolfgang Kaehler / Gettyimages; Lagardère Live Entertainment; Lagardère News; Lagardère Travel Retail; Lagardère Travel Retail Singapour; Lagardère Travel Retail Suisse; Lagardère Travel Retail UK; Thierry Lewenberg-Sturm; Vincent Macher; Mauduit; Stéphane Morsli; Paris Match; Réseau LL; Anna Shvets / Pexels.

Document rédigé par la Direction du Développement durable et de la RSE, et réalisé par la Direction de la Communication institutionnelle.
Direction artistique : Sugar, Pepper & Salt – Réalisation : BRIEF

© Lagardère – Mars 2022.

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).



Lagardère

Lagardère
PUBLISHING

Lagardère
TRAVEL RETAIL



Lagardère
NEWS

Lagardère
LIVE ENTERTAINMENT

