

LA RSE CHEZ LAGARDÈRE DONNER DU SENS / 2019-2020



Lagardère



SOMMAIRE

01	Donner du sens
02	Profil du Groupe
03	Modèle d'affaires
04	Stratégie et objectifs de la politique RSE
08	Enjeu 1: placer l'humain au cœur de la stratégie
18	Enjeu 2: limiter l'empreinte environnementale des produits et services
26	Enjeu 3: partager la diversité sociale et culturelle des activités
36	Tableau d'indicateurs
37	Publications et contacts

DONNER DU SENS



Assemblée Générale
des actionnaires de Lagardère SCA,
mai 2019 (Paris, France).

Touché en ce début d'année 2020, comme l'ensemble des entreprises et de la société toute entière, par les effets de l'épidémie de Covid-19 sur ses activités, notre Groupe va devoir puiser dans les valeurs qui font sa force depuis des décennies pour rebondir.

Notre première priorité pour faire face à cette crise inédite a été la protection de nos salariés. Parallèlement, notre Groupe a créé un « fonds solidaire Covid » afin de soutenir ceux de nos salariés les plus touchés et, dans la mesure du possible, nos partenaires, qui tous subissent les effets importants de cette crise. L'incertitude liée à l'issue de celle-ci ne peut que nous amener à nous recentrer aujourd'hui sur ce que nous sommes profondément et voulons continuer à être.

D'abord un Groupe qui, grâce à son esprit entrepreneurial, son agilité et sa créativité, sait s'adapter aux révolutions et soubresauts d'un monde qui change parfois brutalement, et dont la diversité et la complémentarité des activités, au croisement de la connaissance et du voyage, assurent la pérennité.

Ensuite un Groupe plus que tout attaché à l'engagement de ses collaborateurs partout dans le monde, et pour lesquels il entend défendre les valeurs d'égalité entre les femmes et les hommes, de promotion de la diversité et d'inclusion, qui renforceront son attractivité. Son engagement en la matière s'est notamment traduit en 2019 par la formation en France de toutes ses équipes en charge des ressources humaines à la lutte contre le sexisme et par la croissance au Royaume-Uni de son programme Changing the Story.

Puis un Groupe protecteur et diffuseur du patrimoine culturel et local de ses pays d'implantation, que ce patrimoine soit la littérature ou l'éducation, le divertissement ou la restauration.

Le développement des concepts locaux des boutiques de Lagardère Travel Retail est ainsi un des leviers de la promotion de la diversité culturelle de notre Groupe.

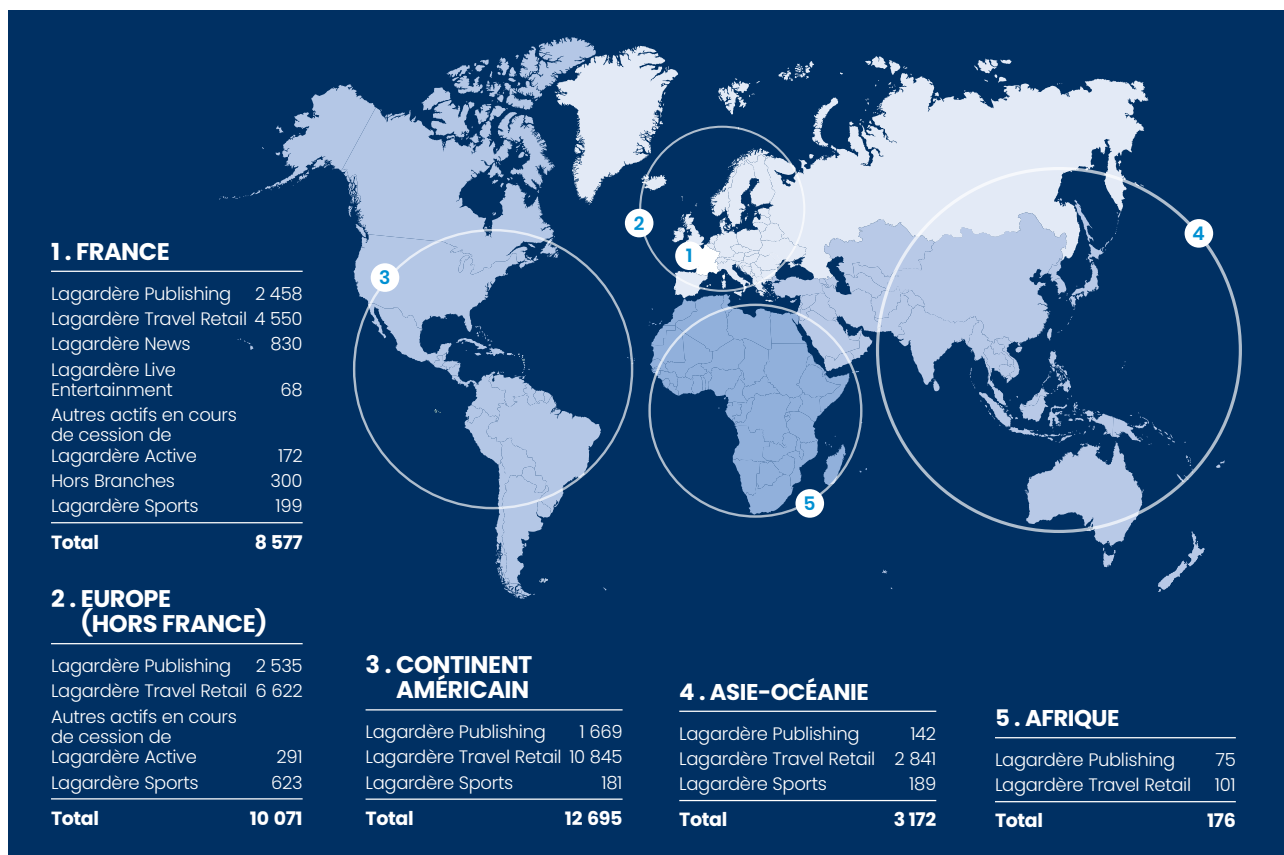
Enfin un Groupe qui entend contribuer à un meilleur environnement. L'année 2019 avait déjà marqué un point de bascule de l'opinion dans la prise de conscience collective du changement climatique, notamment sous la pression des jeunes générations. Celle-ci s'est traduite chez Lagardère Publishing par un quatrième bilan carbone francophone et chez Lagardère Travel Retail par le lancement de la stratégie PEPS (*Planet, Ethics, People, Social*) qui irrigue désormais ses trois domaines d'activités. L'année 2020 devrait renforcer cet élan, animé en interne par notre Réseau LL, qui développe son ouverture aux débats sociétaux chers à nos collaborateurs de plus en plus en quête de sens.

Fort de ces valeurs qui constituent les fondements de sa « raison d'être », notre Groupe est donc prêt pour amorcer une nouvelle étape de son développement. Le dialogue ouvert en 2019 avec notre panel des parties prenantes va se poursuivre au sein de notre Groupe en 2020 afin de placer cette « raison d'être » au cœur de notre stratégie.

Arnaud Lagardère

PROFIL DU GROUPE

Répartition des effectifs permanents par zone géographique au 31 décembre 2019



Créé en 1992, Lagardère est un groupe de dimension mondiale présent dans plus de 40 pays, comptant plus de 30 000 collaborateurs et dégagant un chiffre d'affaires de 7 211 millions d'euros en 2019.

Sous l'impulsion de son Gérant-Associé Commandité Arnaud Lagardère, le Groupe s'est engagé dans un recentrage stratégique 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 6 900 collaborateurs participent à la création de 17 000 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 : les jeux sur mobiles et les jeux de société.

Lagardère Travel Retail, quatrième opérateur mondial du commerce en zone de transport opère sur trois segments de ce secteur très dynamique : Travel Essentials, Duty Free et Mode, Restauration. Ses 25 000 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.

Par ailleurs, Lagardère Studios fait l'objet d'un processus de cession.

MODÈLE D'AFFAIRES

Un modèle de création de valeur durable

RESSOURCES ⁽¹⁾

CAPITAL HUMAIN

34 691 collaborateurs
44% de femmes cadres exécutifs
43% des cadres exécutifs et des cadres ont dix ans ou plus d'ancienneté

CAPITAL FINANCIER

502 M€ d'investissements dans les activités
2 163 M€ de liquidités disponibles
Un ratio de levier⁽²⁾ qui s'établit à 2,1

CAPITAL ENVIRONNEMENTAL ET SOCIÉTAL

319 GWh de consommation d'énergie tertiaire⁽³⁾
153 kilotonnes de papier acheté et fourni
14 203 livres audios 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 sur mobiles et
Jeux de société

LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Travel Essentials
Duty Free & Fashion
Foodservice

AUTRES ACTIVITÉS ⁽⁴⁾

CRÉATION DE VALEUR ⁽¹⁾

VALEUR SOCIALE

15 142 recrutements en CDI
291 994 heures de formation au sein du Groupe
36% des collaborateurs ont une rémunération comportant une part variable
70% des collaborateurs disposent d'une représentation du personnel

VALEUR FINANCIÈRE

7 211 M€ de chiffre d'affaires
378 M€ de Résop
294 M€ de free cash-flow

VALEUR ENVIRONNEMENTALE ET SOCIÉTALE

97% du papier acheté et fourni est certifié ou recyclé
15,6 tonnes équivalent CO₂ par million d'euros de chiffre d'affaires
Lagardère est présent dans 6 indices ESG

(1) Données au 31 décembre 2019.

(2) Ratio de levier: Dette nette / EBITDA récurrent.

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

(4) 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.

STRATÉGIE ET OBJECTIFS DE LA POLITIQUE RSE

La construction de la stratégie RSE du groupe Lagardère s'adapte progressivement au périmètre et à la spécificité de ses activités, ainsi qu'à l'environnement de la société autour d'elle. Celui-ci est marqué par deux fortes tendances qui n'ont fait que se renforcer au fil des dernières années :

- une prise de conscience croissante de la société vis-à-vis des enjeux de responsabilité, particulièrement ceux liés au changement climatique, qui se traduit par une plus forte exigence en matière de pratiques éco-responsables et de sens particulièrement exprimée par les jeunes générations ;
- un renforcement des contraintes réglementaires nationales et européennes, que ce soit sur des sujets sociaux comme l'égalité entre les femmes et les hommes ou sur des sujets environnementaux tels que l'économie circulaire et la lutte contre le gaspillage.

Afin d'anticiper et de répondre à ces attentes et contraintes, la stratégie RSE de Lagardère s'articule autour de trois piliers.

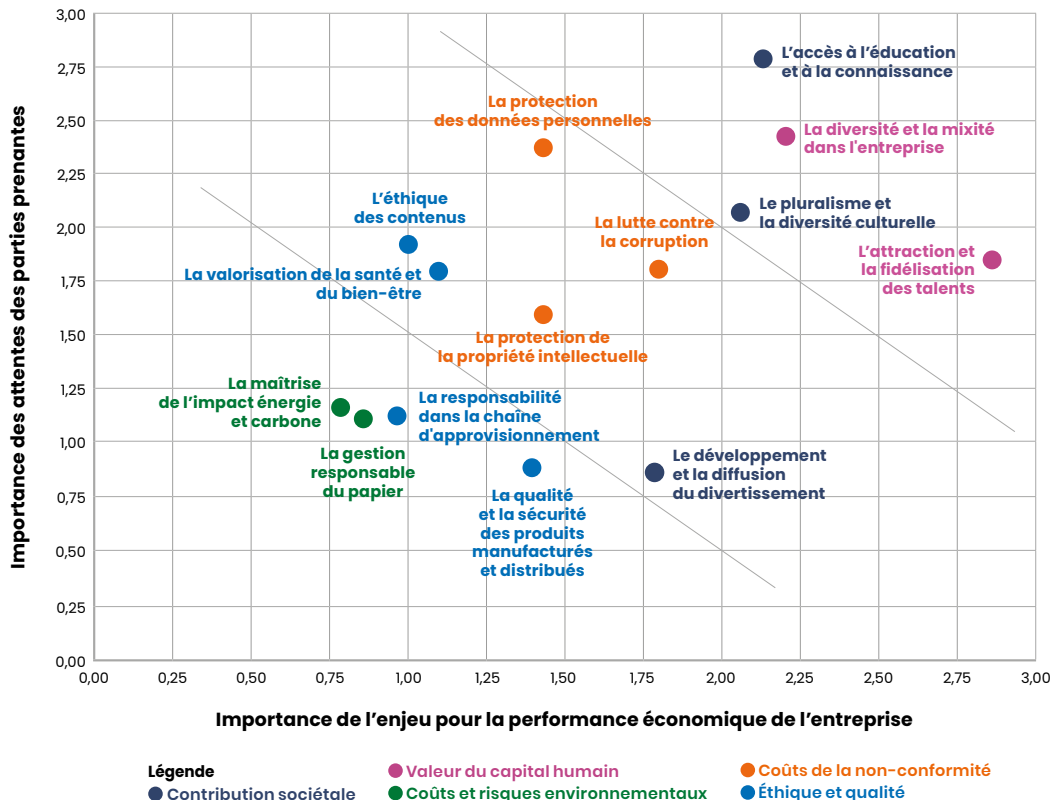
Un pilier social : placer l'humain au cœur de la stratégie en s'attachant à faire de l'attention à ses collaborateurs,

de plus en plus en quête de sens, un levier essentiel de sa performance. Ainsi, la promotion de la diversité au sein de ses équipes et l'égalité femmes-hommes sont des domaines essentiels d'engagement. De plus, le Groupe déploie des efforts constants afin de renforcer les compétences, la motivation et la capacité d'innovation de ses collaborateurs.

Un pilier environnemental : limiter l'impact environnemental de ses produits et services à travers trois enjeux : la lutte contre le changement climatique, la gestion responsable du papier dans les activités d'édition et l'économie circulaire (notamment dans le secteur de l'alimentation, en lien avec les activités de restauration dans les zones de transport).

Un pilier sociétal enfin, inscrit dans l'ADN de Lagardère : **partager la diversité sociale et culturelle de ses activités**. Les contenus édités et distribués par le Groupe, vecteurs d'éducation, de liberté d'expression et de diversité culturelle, ainsi que les partenariats et les initiatives prises par ses entités dans le cadre d'un dialogue constant avec nos parties prenantes sont à la base de cet engagement sociétal.

Matrice de matérialité du groupe Lagardère





JEAN-SÉBASTIEN GUILLOU

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

Faire de la vigilance un levier de performance

La gouvernance responsable, ou encore l'éthique des affaires, que le groupe Lagardère entend respecter dans toutes ses activités et sur tous les territoires, est aussi le socle sur lequel repose sa feuille de route en matière de RSE.

Elle conduit d'abord le Groupe à appliquer des réglementations nationales ou européennes, comme la publication pour la deuxième année de la Déclaration de performance extra-financière qui met en avant la gestion des risques RSE, ou encore le devoir de vigilance qui impose aux entreprises la mise en œuvre d'un plan de vigilance, publié lui aussi, étape par étape.

C'est notamment dans le cadre de la deuxième étape de ce plan de vigilance et de la lutte anticorruption, que le Groupe a conçu son mécanisme d'alerte et de recueil de signalement, Ethics Line, qui sera ouvert à l'ensemble de ses parties prenantes au cours de l'année 2020.

Le Code de Déontologie du Groupe, qui fait l'objet d'une mise à jour en 2020, en expliquera le fonctionnement à l'ensemble de ses salariés.

La lutte contre la corruption a été à nouveau au centre de l'attention de la Compliance Groupe qui a poursuivi ses programmes de formation et de sensibilisation à destination des salariés.

Enfin, en matière de protection des données personnelles, le groupe Lagardère a conçu un pack Compliance sur les données personnelles à destination de tous les salariés qui présente les enjeux liés à chaque stade du cycle de vie des données personnelles, les principales règles à respecter et les réflexes à adopter.

L'ensemble de ces mesures, ainsi que le respect des textes internationaux en matière d'éthique, avec son adhésion renouvelée au Global Compact, attestent de la vigilance constante du groupe Lagardère en matière de gouvernance responsable, qui est également un gage de sa performance.

www.lagardere.com



FTSE4Good



2019 Constituent
MSCI ESG
Leaders Indexes

6 INDICES EXTRA-FINANCIERS

dans lesquels le groupe Lagardère est présent en 2019.



PIERRE LEROY
Co-gérant du groupe Lagardère

Un Conseil de Surveillance attentif à la politique RSE



Assemblée Générale
des actionnaires de Lagardère SCA,
mai 2019 (Paris, France).

Le dialogue constructif ouvert depuis plusieurs années entre la Direction du Développement durable et de la RSE de notre Groupe et le Comité des Nominations, des Rémunérations et de la Gouvernance de notre Conseil de Surveillance s'est principalement nourri en 2019 de trois évolutions.

- La montée des attentes de l'ensemble de la société vis-à-vis des engagements éco-responsables des entreprises. Largement exprimées par les jeunes générations et relayées par les agences de notation extra-financières, ces attentes sont aussi celles des jeunes collaborateurs que nous recrutons et plus généralement des salariés qui s'investissent dans nos différentes activités en recherchant de plus en plus de sens à leur travail.
- La croissance des exigences réglementaires en matière de RSE, que cela soit en matière d'égalité entre les femmes et les hommes (avec par exemple le calcul d'un index d'égalité salariale) ou en matière d'information sur les politiques RSE des entreprises (ce qui nous a conduit à publier notre première Déclaration de performance extra-financière en 2019).
- L'accession de la RSE elle-même au cœur de la vie des entreprises, consacrée par l'adoption de la loi PACTE qui introduit deux innovations: la redéfinition, via le Code civil, de l'objet social de l'entreprise, qui doit désormais prendre en considération les enjeux sociaux et environnementaux de ses activités; et la possibilité offerte aux entreprises d'identifier leur «raison d'être».

Nul doute que le comité sera attentif au chantier ouvert par notre Groupe sur cette nouvelle opportunité.

www.lagardere.com

ARTICLE 1833 DU CODE CIVIL

qui redéfinit l'objet social de l'entreprise, qui doit prendre «*en considération les enjeux sociaux et environnementaux de ses activités.*»

**THIERRY FUNCK-BRENTANO**

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

Raison d'être : ouverture du dialogue avec notre panel

Cela fait maintenant plus de quatre ans que le groupe Lagardère entretient un dialogue régulier avec son panel des parties prenantes, constitué de douze experts de nos métiers et de nos enjeux qui accompagnent ainsi sa réflexion sur sa responsabilité sociétale.

Au fil de ces quatre années, le périmètre des activités de notre Groupe a évolué, pour se recentrer désormais sur deux activités stratégiques : l'édition et le commerce dans les zones de transport. Notre stratégie RSE s'est également peu à peu adaptée, à la fois à la transformation de nos activités, mais également aux profondes mutations de la société. À chaque étape, notre panel a su nous écouter, mais aussi nous guider, nous aider à identifier nos enjeux sociétaux majeurs, que ce soit en matière d'éducation, de diversité culturelle, d'innovation, d'attraction des talents ou encore d'éco-responsabilité.

La quête de sens croissante, à la fois de nos salariés et de nos différents clients et publics, ainsi que la montée en puissance de la conscience écologique de l'ensemble de la société ont aussi fortement impacté la feuille de route RSE qui a été progressivement construite avec notre panel.

En 2019, ces tendances sociétales de fond, conjuguées avec les évolutions réglementaires et notamment la loi PACTE, nous ont amenés à ouvrir avec notre panel des parties prenantes le chantier de la « raison d'être » de l'entreprise. Nul doute que le dialogue nourri avec notre panel autour de la mission sociétale de notre Groupe va nous aider à avancer sur ce nouveau chemin de responsabilité.

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



Noëlle Genavre
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
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

« IL FAUT FAIRE VIVRE CETTE RAISON D'ÊTRE ET DONC LA LIER
AVEC LA STRATÉGIE. »

Réunion du panel des parties prenantes, 23 octobre 2019.

ENJEU 1

Placer l'humain au cœur de la stratégie



Journée annuelle du Réseau LL, juin 2019 (Paris, France).

Ses ressources humaines étant sa plus grande richesse, le groupe Lagardère s'engage sur le volet social de sa RSE (tout en laissant une grande autonomie à ses branches dans leur gestion RH) dans deux directions : la promotion de la diversité et de la mixité femmes-hommes, l'attraction et la fidélisation de ses talents.

La promotion de la diversité et de la mixité, que le Groupe traduit par l'égalité des chances, se déploie dans trois domaines :

- la lutte contre les stéréotypes avec des formations régulièrement organisées pour les managers et des diagnostics de procédure de recrutement ;
- la promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes, dont le Réseau LL est l'un des leviers opérationnels ;
- la sensibilisation au handicap via les actions organisées par les différentes missions handicap du Groupe.

L'année 2019 a été riche dans l'ensemble des entités du groupe Lagardère. À titre d'exemple, Hachette Livre a signé un partenariat en France avec l'association Nos Quartiers ont des Talents et a déjà identifié une cinquantaine de parrains en interne, tout en renforçant son engagement dans son programme de promotion de la diversité au Royaume-Uni (Changing the Story). En matière de handicap, la branche s'est également engagée en faveur du Manifeste pour l'inclusion des personnes handicapées dans la vie économique et

a signé la Charte ABC (Accessible Books Consortium Charter) qui promeut l'édition nativement accessible à destination des personnes présentant des difficultés de lecture.

L'attraction et la fidélisation des talents est un enjeu de plus en plus crucial à l'heure où le Groupe, comme toutes les grandes entreprises, est bousculé par les nouvelles générations qui le rejoignent. Trois leviers permettent de répondre aux attentes de ces collaborateurs qui sont de plus en plus en quête de sens et de nouvelles méthodes de travail :

- le développement des compétences avec des formations organisées pour tous les métiers dans toutes les branches ;
- la stimulation de l'innovation qui permet aux équipes de se frotter à des modes d'action plus disruptifs et de renforcer leur créativité ;
- l'accompagnement de l'engagement qui offre aux collaborateurs la possibilité de s'investir pour des causes qui leur tiennent à cœur.

239
CADRES À HAUT
POTENTIEL

ont été formés par
la Lagardère Travel
Retail Academy
depuis sa création.

Les actions dans ses domaines se sont multipliées en 2019. Que ce soit en matière de formation, avec l'extension du forum destiné aux nouveaux arrivés chez Hachette Livre ou le développement de l'académie à destination des cadres

à haut potentiel chez Lagardère Travel Retail, ou en matière d'innovation avec les actions menées par les deux réseaux d'innovation du Groupe (Hachette Innovation Program et le Innovation Booster de Lagardère Travel Retail).

LA DIVERSITÉ EST SOURCE DE RICHESSE



ARNAUD NOURRY

Président-Directeur Général
de Hachette Livre

Lagardère
PUBLISHING

Les livres diffusent les savoirs, l'information et les idées. Les éditeurs sont aux avant-postes pour connaître les défis auxquels sont confrontés nos sociétés en matière de responsabilité sociale et environnementale et Hachette Livre est donc particulièrement sensible à l'importance de ces engagements.

La première responsabilité est environnementale : pour relever le défi climatique, Hachette Livre a choisi depuis plusieurs années de s'engager dans la voie d'une maîtrise de ses émissions de GES (gaz à effet de serre) en s'efforçant de réduire son empreinte carbone sur chacun de ses marchés de présence. Après avoir été le premier groupe d'édition en France à adopter une démarche de bilan carbone triennal en Scope 3, Hachette Livre va continuer de mettre en place diverses initiatives pour maîtriser son empreinte environnementale, en particulier son usage du plastique.

Quant à notre responsabilité sociale, elle repose sur un principe essentiel, celui du respect de chaque personne et de sa singularité. Favoriser l'inclusion et encourager la diversité sous toutes ses formes est un des objectifs que nous nous sommes fixés. De nombreuses initiatives sont déployées dans les différentes régions du monde. Par exemple, aux États-Unis chez Hachette Book Group, la moitié des stagiaires sont issus de minorités ethniques. Au Royaume-Uni, Hachette UK a créé le programme Changing the Story et vient d'implanter un bureau à Manchester pour attirer de nouveaux talents. En France, Hachette Livre a marqué son engagement en faveur de l'insertion des personnes handicapées en participant à la journée nationale DuoDay le 16 mai 2019 et a figuré parmi les premières entreprises signataires du Manifeste pour l'inclusion des personnes handicapées dans la vie économique.

Parce que Hachette Livre est plus que jamais convaincu que la diversité est une richesse et doit être encouragée, de nouvelles initiatives verront le jour en 2020. Une diversité mieux représentée est un atout essentiel pour accroître la richesse, l'implication et la créativité de nos équipes. Que nos équipes reflètent mieux notre société dans sa pluralité relève d'une responsabilité sociétale mais aussi de la nécessité de savoir proposer aux lecteurs de demain des livres dans lesquels ils se retrouveront.

www.hachette.com



Signature d'un partenariat sur l'égalité des chances entre Hachette Livre et l'association Nos Quartiers ont des Talents, février 2019 (Paris, France).

17 160 NOUVELLES ŒUVRES
ont été éditées par Hachette Livre en 2019.

PROMOTION DE LA DIVERSITÉ



SASKIA BEWLEY

Directrice de la Diversité
et de l'Inclusion de Hachette UK

Lagardère
PUBLISHING

Le programme Changing the Story de Hachette UK passe à la vitesse supérieure



Atelier de discussion lors du premier Changing the Story Day au siège social de Hachette UK, décembre 2019 (Londres, Royaume-Uni).

500
COLLABORATEURS
DE HACHETTE UK
ont participé aux débats
du premier Changing
the Story Day.

Refléter le monde tel qu'il est, à travers les équipes et à travers la production éditoriale: telle est la vocation de Changing the Story, le programme volontariste dans lequel Hachette UK s'est engagé en 2016.

L'année 2019 a permis de grandes avancées: en avril, Hachette UK est devenu la première maison d'édition à publier son Ethnicity Pay Gap Report et s'est engagé à ce que d'ici cinq ans ses équipes comprennent 15% de collaborateurs issus des minorités ethniques. Elle a également publié son troisième Gender Pay Gap Report qui a mis en évidence une amélioration de la parité salariale et une augmentation de la catégorie des «highly paid women».

Par ailleurs, afin de créer les conditions d'une production éditoriale socialement diversifiée et d'aller à la rencontre de regards régionaux, Hachette UK a annoncé l'ouverture en 2020 d'une antenne éditoriale à Manchester.

Enfin, le 3 décembre, une grande opération Changing the Story a été organisée au siège social à Londres et dans les bureaux de Hachette UK dans le monde entier. Tous les salariés étaient conviés au Changing the Story Day qui avait pour objectif de célébrer et d'encourager la diversité et l'inclusion dans le secteur de l'édition. Cinq cents collaborateurs ont ainsi participé à des ateliers de discussion animés par les groupes de salariés engagés sur de nombreux sujets, notamment la parité femmes-hommes, l'insertion professionnelle des personnes LGBT, le handicap au travail, l'accessibilité des contenus ou encore l'emploi des salariés de plus de cinquante ans.

www.hachette.co.uk



Participants de l'opération DuoDay accompagnés d'Arnaud Nourry, Président-Directeur Général de Hachette Livre (4^e en partant de la gauche) et de Sophie Cluzel, secrétaire d'État auprès du Premier ministre chargée des personnes handicapées (3^e en partant de la gauche), mai 2019 (Vanves, France).

Handicap : une année riche en engagements

L'accessibilité des contenus étant au cœur des engagements du groupe Lagardère, l'année 2019 a été marquée par plusieurs initiatives dans les différentes entités du Groupe afin de renforcer l'accessibilité des personnes en situation de handicap ainsi que leur insertion dans le monde professionnel.

Ainsi, près de 180 collaborateurs du Groupe se sont portés candidats pour accueillir une personne en situation de handicap et faire découvrir leur métier lors du DuoDay organisé en mai 2019. Ce fut l'occasion de faire naître des vocations ou des opportunités de collaboration future tout en dépassant ses préjugés.

En outre, Hachette Livre a signé en novembre 2019 le Manifeste pour l'inclusion des personnes handicapées dans la vie économique aux côtés d'une centaine d'autres entreprises. Cette charte rassemble dix engagements opérationnels pour inciter les entreprises à contribuer à l'insertion et au maintien dans l'emploi des personnes handicapées. Par ailleurs, Lagardère News, aux côtés de nombreux autres médias français,

a signé en décembre 2019 la Charte relative à la représentation des personnes handicapées et du handicap dans les médias audiovisuels. Cette charte vise notamment à permettre une meilleure exposition des personnes handicapées à l'antenne.

Enfin, Hachette Livre s'est également engagé à rendre ses livres électroniques accessibles au plus grand nombre, y compris les lecteurs aveugles et malvoyants. Ainsi, la signature en septembre 2019 de la Charte ABC fait suite à l'Accessible Books Consortium International Excellence Award remporté en 2018. Par ailleurs, une conférence intitulée « Comment lit-on quand on est déficient visuel ? » a été organisée en partenariat avec la Fédération des aveugles de France et la mission Handicap de Hachette Livre dans les locaux du siège social de la branche à Vanves (France) en février 2020. Cet événement a permis une première sensibilisation des collaborateurs à la lecture inclusive.

Une seconde étape devrait permettre de poursuivre cette sensibilisation par des ateliers pratiques.

180 COLLABORATEURS DU GROUPE LAGARDÈRE
se sont portés volontaires pour le DuoDay en 2019.

Égalité femmes-hommes : une année de progrès



Conférence sur l'égalité entre les femmes et les hommes lors de la journée annuelle du Réseau LL, juin 2019 (Paris, France).

44%
DE FEMMES
parmi les cadres
exécutifs du groupe
Lagardère en 2019.

Avec plus de 64% de femmes dans ses effectifs en 2019, le groupe Lagardère exerce ses deux activités majeures dans des environnements professionnels fortement féminisés.

Cette large place des femmes se retrouve également au niveau des managers qui regroupent 55% de femmes et dans le très bon pourcentage de femmes cadres exécutifs (44% en 2019, contre 42% en 2018).

Ces bons résultats n'exonèrent pas de ses responsabilités en matière d'égalité le groupe Lagardère qui a poursuivi en 2019 son engagement dans quatre directions.

L'accompagnement des femmes dans la progression de leur carrière. Faire accéder les femmes à des postes à responsabilité est l'un des défis du Groupe et s'est traduit par la promotion de plusieurs femmes au sein du corporate et des branches d'activité en 2019. Globalement, la répartition des promotions entre les femmes et les hommes a été à l'avantage des premières (62% des promotions), tout comme les augmentations de salaire dont 64% ont été attribuées à des femmes en 2019.

La transparence en matière d'égalité salariale. Si le sujet de l'égalité salariale est un point obligé de tous les accords d'égalité au sein du Groupe, les branches ont également publié, en conformité avec la loi pour la liberté de choisir son avenir professionnel, l'index d'égalité qui repose sur cinq critères. Les premières sociétés concernées au sein de Lagardère Publishing et de Lagardère Travel Retail ont respectivement obtenu une note de 89 et 86 sur 100 en moyenne.

La lutte contre le sexisme. L'année 2019 a été celle de la mise en œuvre des premiers engagements pris lors de la signature en décembre 2018 de la charte #StOpE de lutte contre le sexisme dit ordinaire en entreprise. Les premières mesures prises ont concerné la formation des équipes RH et la sensibilisation des collaborateurs.

Le développement du Réseau LL, qui entame en 2020 sa troisième année d'existence avec plus de 500 membres, a poursuivi sa mission primordiale de promotion de l'égalité entre les femmes et les hommes. Cette promotion passe à la fois par les rencontres avec des femmes inspirantes ou modèles, des ateliers de développement personnel et professionnel, mais aussi par son programme de mentorat qui a permis à plusieurs dizaines de femmes de bénéficier de l'expérience d'un ou d'une mentor depuis le lancement du programme.

ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES



CHRISTIAN GUET

Adjoint au Directeur des Relations humaines
du groupe Lagardère

Lagardère

Lutte contre le sexisme : concrétiser notre engagement dans #StOpE



Présentation de la charte #StOpE par Christian Guet lors de la journée annuelle du Réseau LL, juin 2019 (Paris, France).

56
ENTREPRISES
ont rejoint l'initiative
#StOpE en 2019.

La lutte contre le sexisme dit ordinaire en entreprise a été l'un des fils conducteurs de nos actions en matière d'égalité entre les femmes et les hommes en 2019. Après avoir signé aux côtés de 29 autres entreprises la Charte d'engagement #StOpE de lutte contre le sexisme dit ordinaire en entreprise, nous avons mis en place plusieurs opérations de formation et de sensibilisation de nos collaborateurs.

Nous avons d'abord choisi de former l'ensemble des équipes RH du Groupe qui sont en première ligne dans la prise en charge des situations de sexisme. Leur apprendre à détecter, à prévenir et à prendre les sanctions nécessaires a été notre première priorité.

Nous avons également mis en place des actions de sensibilisation qui doivent s'étendre en 2020 à destination des autres collaborateurs. Cette sensibilisation s'est notamment faite au cours de deux conférences organisées par le Réseau LL de promotion de la mixité

femmes-hommes. La première conférence a été organisée en partenariat avec Lagardère Travel Retail, à l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes le 8 mars 2019. La seconde, organisée lors de la journée annuelle du Réseau LL, nous a aussi permis de présenter la charte #StOpE à l'ensemble des salariés présents.

Parallèlement à ces actions, notre Code de Déontologie, dont nous sommes en train de finaliser la mise à jour en 2020, s'enrichira désormais d'un chapitre consacré à notre système d'alerte, Ethics Line. Celui-ci, destiné à l'ensemble des salariés et parties prenantes du Groupe, intègre le sexisme parmi ses thématiques d'alerte.

Ainsi, après la signature de la charte #StOpE, nous avons agi rapidement sur trois dimensions clés : l'engagement, la formation et la mise en place d'un système de remontée des informations.

www.lagardere.com

Le Réseau LL, un laboratoire sur l'égalité et les innovations sociétales

Ce sont désormais plus de 500 collaborateurs, issus de toutes les activités du groupe Lagardère, qui ont rejoint le Réseau LL depuis 2019 et contribué ainsi à renforcer ses trois missions.

Promouvoir la mixité et l'égalité entre les femmes et les hommes, à travers des conférences, comme lors de la Journée internationale des droits des femmes (sur la place des hommes dans l'égalité) ou lors de la journée annuelle du Réseau LL (sur la lutte contre le sexisme), et des ateliers de développement personnel (coaching vocal, marketing de soi ou encore apprentissage du code informatique). Le programme de mentorat croisé a permis à 18 nouveaux managers de bénéficier en 2019 de l'expérience de managers plus expérimentés. En 2020, une troisième session de ce mentorat a été ouverte à 21 nouveaux binômes, en intégrant un tiers d'hommes parmi les mentoré.e.s.

Renforcer le networking entre les métiers. Les petits déjeuners « À la découverte des métiers » ont permis à plusieurs personnalités, choisies à la fois pour la curiosité que suscite leur métier et la passion avec laquelle elles l'exercent, d'échanger avec les membres

du réseau. Celui-ci a notamment reçu en 2019 Sophie de Closets (PDG des éditions Fayard), Mélanie Guillardou (Vice-présidente exécutive Restauration à l'international de Lagardère Travel Retail), Thierry Auger (Directeur adjoint des Systèmes d'information et Responsable de la Sécurité de l'information du groupe Lagardère) ou encore Constance Benqué (Directrice Générale de Lagardère News).

Développer son rôle de laboratoire d'idées.

Des échanges autour des nouvelles méthodes de travail plébiscitées par les millennials ou les attentes croissantes en matière d'éco-responsabilité ont notamment été l'occasion de partager aussi les bonnes pratiques des collaborateurs lors d'un green afterwork et d'un petit déjeuner zéro déchet.

Enfin, le Réseau LL a choisi en 2019 de s'investir plus particulièrement dans deux enjeux: celui de la promotion des femmes dans le domaine du numérique avec notamment la création d'une académie de code, et celui de l'engagement avec une première rencontre organisée en partenariat avec la Fondation Jean-Luc Lagardère lors de la remise des bourses de l'Engagement.



Atelier sur les réseaux sociaux lors de la journée annuelle du Réseau LL, juin 2019 (Paris, France).

PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ FEMMES-HOMMES



Atelier d'initiation au code informatique organisé par le Réseau LL, octobre 2019 (Paris, France).



ISABELLE JUPPÉ

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

Lagardère

Le Réseau LL lance une académie de code et promeut les femmes dans le numérique

Si de multiples initiatives ont vu le jour depuis une dizaine d'années pour renforcer la place des femmes dans le numérique et encourager les jeunes filles à s'orienter vers les carrières du digital, la sous-représentation féminine dans ce domaine reste encore abyssale. À l'heure où l'intelligence artificielle irrigue chaque jour davantage toutes les dimensions de la société, cette sous-représentation devient un enjeu préoccupant pour tous.

C'est la raison pour laquelle, en cohérence avec son soutien à l'association Digital Ladies & Allies, le groupe Lagardère et son Réseau LL ont décidé de s'investir particulièrement dans cette mission de promotion des femmes dans le numérique.

La journée annuelle du réseau en juin 2019 a notamment permis de donner la parole à plusieurs « Digital Ladies » du groupe Lagardère, à l'issue d'une conférence donnée par la mathématicienne numérique Aurélie Jean,

sur les biais, notamment de genre, qui peuvent exister dans les algorithmes.

Le réseau a aussi créé en son sein un comité réunissant différents experts des métiers du Groupe afin d'accompagner, grâce à leur écoute et à leurs conseils, quelques membres du Club Génération #Startuppeuse créé par Viviane de Beaufort, professeure à l'ESSEC.

Enfin, le Réseau LL a également décidé de lancer pour ses membres, avec le support de la start-up IT4Girls, une académie de code pour apprendre les rudiments du code informatique. Ces sessions ont notamment permis de découvrir le langage Python, après une initiation sur le logiciel Scratch. L'ensemble des participantes (et du participant!) ont largement plébiscité cet apprentissage et souhaité se lancer dans un nouveau cycle autour de la démystification de l'intelligence artificielle en 2020.

www.lagardere.com

PLUS DE 40 FEMMES

ont suivi une initiation au code et au langage Python grâce au Réseau LL en 2019.

STIMULER L'INNOVATION



ROMÉE LAMIELLE

Responsable de l'Innovation
de Lagardère Travel Retail



Stimuler l'innovation des collaborateurs de Lagardère Travel Retail au service de l'éco-responsabilité

Les collaborateurs de Lagardère Travel Retail sont encouragés à proposer des idées qui feront progresser l'innovation au sein de l'entreprise et accéléreront sa transformation, particulièrement en matière de développement durable. Cet engagement s'inscrit dans notre stratégie d'innovation, en ligne avec les objectifs PEPS (*Planet, Ethics, People, Social*), définis en 2019. C'est donc dans cet objectif qu'a été lancé en 2019 le Idea BoostR Challenge.

a récompensé, entre autres, un projet qui propose de permettre aux voyageurs de prolonger en gare et en aéroport les habitudes de consommation éco-responsables que beaucoup ont adoptées en ville. Ainsi, ce projet vise à proposer aux clients des magasins Duty Free et Relay en France des snacks sucrés et salés « en vrac » dans des sachets recyclables. Cette initiative vise à réduire l'utilisation d'emballages individuels à usage unique.

**50
MAGASINS
RELAY**
expérimentent la
solution « Box à dons »
avec le paiement
sans contact.

À cette occasion, les collaborateurs de cinq filiales ont été invités à imaginer des solutions innovantes pour changer l'expérience de nos clients en magasins et mieux répondre à leurs attentes. La première édition de ce challenge

Au-delà de ce challenge, Lagardère Travel Retail mobilise des start-up pour mettre la technologie au service de l'éco-responsabilité. C'est ainsi que les équipes ont récemment lancé un partenariat en France avec l'application mobile *Too Good To Go* qui lutte contre le gaspillage alimentaire, ou ont mis en place la possibilité pour les clients de 50 magasins Relay en France de faire un don à une association par le paiement sans contact avec la solution « Box à dons ».

www.lagardere-tr.com



Challenge Idea BoostR organisé par les équipes innovation de Lagardère Travel Retail novembre 2019 (Paris, France)

SENSIBILISATION À LA CYBERSÉCURITÉ



Présentation du dispositif Cyber et moi lors du Digital Afterwork organisé par le Réseau LL, janvier 2020 (Paris, France).



THIERRY AUGER

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

Lagardère

Le facteur humain au cœur de la sensibilisation à la cybersécurité en entreprise

Dans un contexte marqué par la multiplication des attaques ciblées malgré la mise en place de mesures de sécurité de plus en plus strictes, la cybersécurité est devenue un enjeu majeur pour les entreprises qui sont notamment poussées par les nouvelles réglementations comme le RGPD.

Les salariés, qui sont considérés par les cybercriminels comme un possible point d'entrée dans les systèmes informatiques, doivent être sensibilisés et formés contre ces attaques. Aujourd'hui, l'erreur humaine est impliquée dans plus de 90% des incidents de sécurité (clic sur un lien de phishing, consultation d'un site Internet suspect, activation de virus ou autres menaces persistantes avancées).

C'est pourquoi, dans la continuité de la démarche amorcée en 2017 avec un premier jeu pédagogique sur le sujet, *Keep an eye out*, la Direction de la Sécurité des systèmes d'information du groupe Lagardère a souhaité déployer en 2020 un nouveau dispositif de formation

à la cybersécurité, simple et adaptatif, destiné à sensibiliser l'ensemble des collaborateurs quel que soit leur niveau d'exposition aux risques.

L'objectif de ce dispositif intitulé Cyber et moi est de transformer chaque utilisateur, de cible potentielle en utilisateur averti du numérique, avec pour ambition de permettre à chacun de :

- comprendre son implication dans la sécurité de l'entreprise ;
- connaître les principales menaces et leurs conséquences ;
- reconnaître les signes d'une menace ;
- savoir comment se protéger à travers des astuces et des précautions ;
- prendre conscience que le manque de vigilance est souvent ce qui permet à une attaque de réussir.

www.lagardere.com

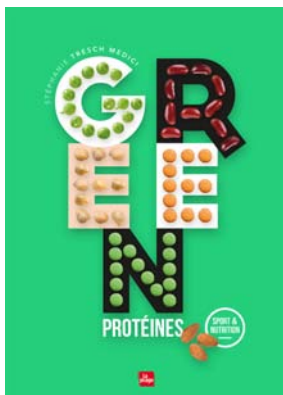
90 % DES INCIDENTS DE SÉCURITÉ INFORMATIQUE
sont dus à une erreur humaine.

ENJEU 2

Limiter l'empreinte environnementale des produits et services



Alors que la prise de conscience des enjeux climatiques n'a cessé de se renforcer en 2019, le groupe Lagardère a poursuivi son engagement éco-responsable à travers trois priorités : la lutte contre le changement climatique, la gestion responsable du papier en lien avec l'édition des livres et la presse, et l'éco-responsabilité des activités de restauration dans les zones de transport.



Une nouvelle thématique a fait son apparition en 2019-2020 : l'économie circulaire et la lutte contre le gaspillage. En effet, la diminution de l'usage plastique devient un enjeu important, que cela soit pour Hachette Livre qui a ouvert ce nouveau chantier en 2020, ou pour Lagardère

Travel Retail qui a commencé à supprimer les contenants et les couverts en plastique dans certains de ses points de vente en restauration. Pour les deux branches du Groupe, qui possèdent plusieurs entrepôts, l'enjeu va nécessiter des efforts importants dans les années à venir.

Indépendamment des sujets de réflexion autour de l'économie circulaire dans le Travel Retail, qui ont mobilisé par exemple les équipes de Lagardère Travel Retail à Singapour lors d'un *workshop* dédié au sujet en janvier 2019, les équipes de l'activité Restauration ont aussi décidé de s'engager dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. Cet engagement s'est

concrétisé via des actions telles que le partenariat passé entre certains points de vente en France et la start-up Too Good To Go, les donations d'inventus alimentaires à différentes associations en Roumanie, ou encore l'intégration de la diminution du gaspillage dans les critères des bonus mensuels de certains collaborateurs en République tchèque.

Chez Hachette Livre, la gestion responsable du papier est l'enjeu environnemental majeur piloté avec minutie depuis plus de dix ans, à la fois sous l'angle de la préservation des ressources naturelles avec d'excellents taux de certification (PEFC ou FSC) de papier acheté, et sous celui de la réduction des émissions de gaz à effet de serre avec des bilans carbone effectués tous les quatre ans en Scope 3 sur le périmètre francophone. Ces actions ont permis de réduire significativement l'empreinte carbone de l'activité.

Par ailleurs, à travers l'ensemble de ses contenus éditoriaux sur les sujets d'éco-responsabilité, le groupe Lagardère contribue à la prise de conscience de ses lecteurs, auditeurs et internautes qui disposent de l'ensemble des clés de compréhension sur les enjeux climatiques et sociaux, et qui peuvent ainsi décider ou non d'agir. Ainsi, après le rachat en 2018 des éditions La Plage spécialisées dans l'écologie pratique, plusieurs maisons d'édition telles que Hachette Pratique, Marabout ou Larousse ont publié des ouvrages destinés à des publics en quête de conseils, comme par exemple la collection Les Cahiers du consomm'acteur (Larousse).

Un dernier point mérite d'être souligné : celui de l'engagement des collaborateurs qui sont de plus en plus actifs et sensibles à ces sujets d'éco-responsabilité dans leur vie personnelle et souhaitent s'investir également dans leur vie professionnelle. Le Réseau LL s'est saisi de cette attente et organise régulièrement des rencontres destinées à promouvoir les bonnes pratiques en la matière.

120 000 TONNES DE GAZ À EFFET DE SERRE
(scope 1 et scope 2) ont été émises par le groupe Lagardère en 2019.

LE RESPECT DE L'ENVIRONNEMENT REQUIERT LA MOBILISATION DE TOUTE L'ENTREPRISE



Collaborateurs de Lagardère Travel Retail participant à l'événement sportif caritatif Teribear (Prague, République tchèque).



DAG RASMUSSEN

Président-Directeur Général
de Lagardère Travel Retail

Lagardère
TRAVEL RETAIL

L'amélioration de l'impact environnemental et sociétal de nos activités est au cœur de notre stratégie.

Si nous en avons fait une priorité, c'est avant tout parce que l'urgence écologique requiert notre mobilisation immédiate. Convaincus en outre qu'une attention permanente à la RSE crée de la valeur dans le temps et favorise l'innovation, nous souhaitons mobiliser toute l'entreprise vers ce but.

La reconnaissance du rôle important que nous avons à jouer pour accompagner la transformation responsable du secteur du Travel Retail nous a conduit à concevoir PEPS, notre stratégie RSE qui adresse l'ensemble des thématiques du développement durable autour de quatre piliers: *Planet, Ethics, People* et *Social*.

Pour chacun, nous prenons des engagements forts et mesurables. Pour la protection de l'environnement par exemple, nos objectifs sont une réduction du gaspillage alimentaire de 50% d'ici 2025 et l'élimination rapide du plastique à usage unique en restauration.

Pour le volet social, de nombreuses filiales travaillent avec des associations locales, à l'instar de Paradies Lagardère qui s'est associée à des banques alimentaires. Enfin, nous soutenons le tissu économique local et

50%
OBJECTIF DE RÉDUCTION
du gaspillage alimentaire en 2025.

réduisons notre empreinte environnementale en favorisant les offres de produits locaux et artisanaux dans nos magasins.

Avec PEPS, ce sont d'abord nos collaborateurs, puis bien sûr tous nos clients et nos partenaires que nous invitons à partager nos objectifs et nos valeurs. C'est l'exécution collective de PEPS qui nous permettra d'avoir un impact significatif et durable. Dans son histoire, Lagardère Travel Retail a démontré sa capacité à se transformer et à faire preuve d'innovation pour challenger les modèles établis et relever les défis qui se sont présentés. J'ai confiance en chacun d'entre nous pour répondre au mieux aux enjeux environnementaux et sociétaux majeurs auxquels nous sommes confrontés.

www.lagardere-tr.com

Assurer un cycle de vie responsable du papier

De l'approvisionnement à la gestion des invendus en passant par les différentes phases de production, le groupe Lagardère s'engage sur toutes les étapes du cycle de vie du papier en travaillant avec l'ensemble des partenaires commerciaux concernés.

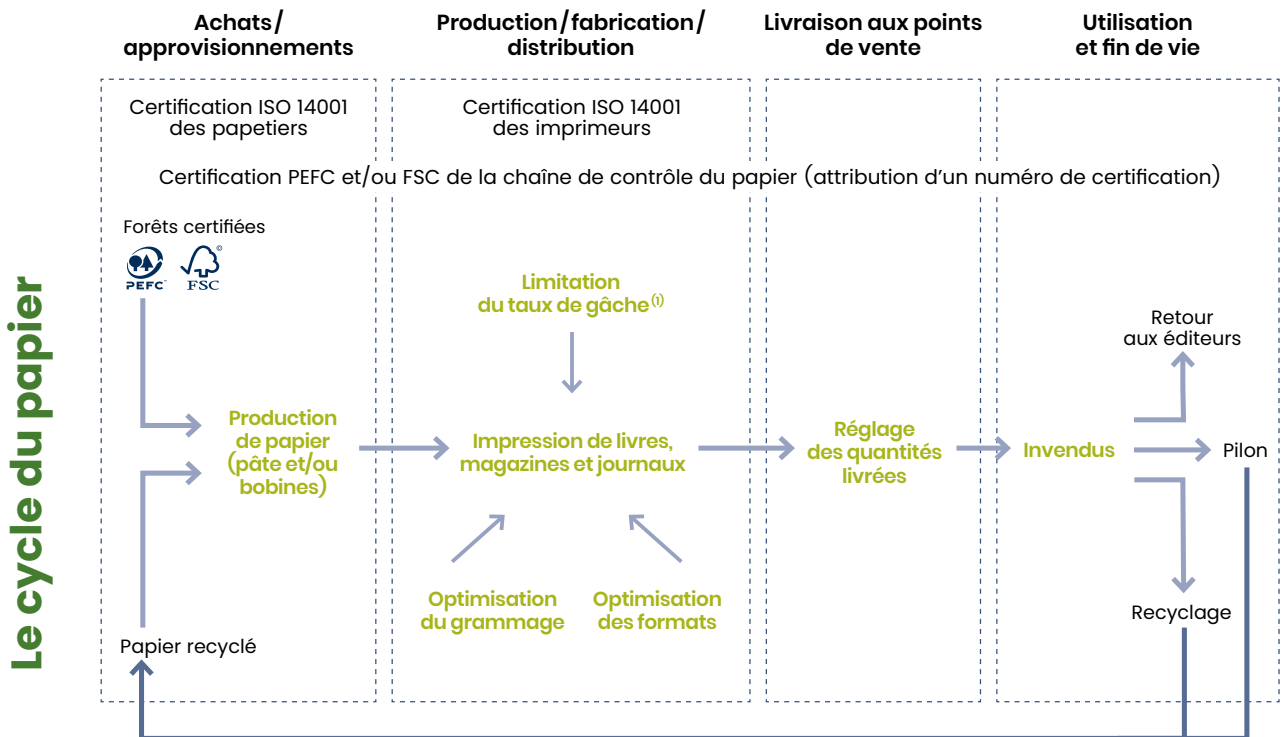
Les actions de traçabilité et de suivi des qualités de papiers achetés par les imprimeurs ont permis, au fil des ans, de réduire significativement la part des fibres rentrant dans les publications dont l'origine ne pouvait pas être tracée et/ou de garantir l'absence de fibres issues de la déforestation. Depuis 2016, un programme de vérification des fibres asiatiques a été lancé d'abord aux États-Unis avant d'être étendu à l'ensemble des entités en France, au Royaume-Uni et en Espagne.

L'optimisation de la consommation de papier est également un enjeu central. Ainsi, Lagardère Publishing met en œuvre un certain nombre d'actions pour limiter le taux de gâche au cours de la fabrication.

Les ajustements de format des publications constituent également un moyen d'optimiser la production de livres.

Par ailleurs, la technologie d'impression à la demande 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 étendu en 2019.

La gestion des invendus constitue un des enjeux environnementaux 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 automatisé des ouvrages, permettant ainsi aux éditeurs de disposer, à terme, du juste stock de façon permanente.



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

337 385 TITRES DISPONIBLES
 en impression numérique à la demande chez Hachette Livre.

ASSURER UN CYCLE DE VIE RESPONSABLE DU PAPIER



GAËTAN RUFFAULT

Directeur des Ressources humaines France et de la Responsabilité environnementale de Hachette Livre

Lagardère
PUBLISHING

Hachette Livre veille à son impact environnemental

En tant qu'éditeur de livres, Hachette Livre est impliqué depuis plusieurs années sur les enjeux de développement durable et de lutte contre le réchauffement climatique. À ce titre, nous avons pris plusieurs engagements afin d'améliorer sa performance environnementale.

Le premier consiste à réduire notre empreinte carbone. Pour ce faire, Hachette Livre mesure depuis 2008 son bilan carbone en France (que nous sommes parvenus à réduire de 4% par an) et est également capable de déterminer en détail l'empreinte carbone de chaque livre en France.

Le second engagement consiste à éliminer tout impact négatif de nos activités sur les forêts menacées et à faire un usage responsable des ressources naturelles.

Pour ce faire, Hachette Livre veille à pratiquer une politique d'achats responsables en s'approvisionnant quasi exclusivement avec des papiers certifiés et, dans une moindre mesure, avec des papiers recyclés dont la ressource est plus faible. Pour aller plus loin, la branche

réalise aléatoirement des tests en laboratoire sur des livres imprimés issus de sa production pour vérifier l'origine des fibres.

Afin de continuer à améliorer notre performance environnementale en 2020, Hachette Livre va démarrer, avec l'aide d'un conseil, une étude concernant l'utilisation des matières plastiques dans sa chaîne de valeur et de production. L'objectif de ce projet sera de cartographier, d'analyser et à terme de réduire l'utilisation des matières plastiques via des stratégies de substituabilité, d'identification du juste matériau, de solution de recyclabilité ou bien encore d'adaptation de process pour repenser le packaging.

ENVIRON
97%
DU PAPIER
(acheté ou fourni)
est certifié ou recyclé.

www.hachette.com

PEPS, LA STRATÉGIE RSE DE LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL



Présentation de la stratégie PEPS à l'occasion du séminaire annuel des top managers de Lagardère Travel Retail, juin 2019 (Paris-La Défense, France).



AMBROISE FONDEUR

Directeur Général Métiers
de Lagardère Travel Retail



Un réseau de « Heroes » pour mieux intégrer les enjeux locaux de l'éco-responsabilité

Lagardère Travel Retail, à travers sa stratégie PEPS (*Planet, Ethics, People, Social*), s'est fixé des objectifs ambitieux pour améliorer l'impact de l'entreprise sur l'environnement et les communautés. Parce que nous avons la conviction que le succès de cette stratégie repose sur nos collaborateurs, leur ancrage local et la diversité de leurs points de vue, nous avons développé un réseau international de « Local Heroes ». Véritables relais de notre engagement, plus de 30 collaborateurs font ainsi concrètement progresser la responsabilité de toute notre entreprise en articulant la stratégie PEPS dans leur marché et en l'adaptant aux enjeux spécifiques de celui-ci.

La mission qui est confiée à ces « Local Heroes » est d'être de véritables accélérateurs du changement, via l'activation d'initiatives visant à améliorer nos pratiques éco-responsables. Ils sont également invités à promouvoir leur engagement au sein des filiales

pour favoriser l'adhésion de toute l'entreprise à notre projet. Enfin, une banque en ligne de bonnes pratiques a été mise à leur disposition afin de leur permettre de faire connaître et d'évaluer l'impact des projets dont ils ont la responsabilité.

La motivation de ce réseau, que j'ai le privilège d'animer, est remarquable. Lancé en 2019 avec le soutien du Comité Exécutif de Lagardère Travel Retail, l'émulation de la communauté des « Local Heroes » a permis de faire émerger plus de 120 initiatives en 2019 qui englobent l'ensemble des problématiques liées au développement durable, qu'il s'agisse de renforcer notre offre de produits écologiques ou éthiques en magasins, d'étendre notre action associative ou encore de réduire la consommation énergétique de nos opérations.

www.lagardere-tr.com

120 INITIATIVES PEPS ont été lancées par les « Local Heroes » de Lagardère Travel Retail en 2019.

LA GESTION RESPONSABLE DES ACTIVITÉS DE RESTAURATION



RAMONA SARBU

Chargée de la RSE
et de la Communication
de Lagardère Travel Retail Roumanie

Lagardère
TRAVEL RETAIL

Lutte contre le gaspillage alimentaire en Roumanie

4 092
PRODUITS

ont été donnés par
Lagardère Travel
Retail Roumanie
pour lutter contre
le gaspillage
alimentaire en
août 2019.

Face au défi du gaspillage alimentaire, les équipes de Lagardère Travel Retail en Roumanie se sont engagées par le biais d'initiatives RSE et d'actions commerciales ciblées.

Au travers de partenariats avec l'association Caritas, et les fondations Life and Light et Metropolis, nos équipes ont fourni des

repas à des personnes en difficulté en donnant le surplus de produits ultra-frais issu d'une quinzaine de nos points de vente. Cette initiative a aussi permis l'implication directe de 15 collaborateurs qui pendant quinze jours au mois d'août 2019 ont assisté bénévolement Caritas

en collectant directement le surplus alimentaire de quatre de nos boutiques. Grâce à l'engagement de ces équipes, plus de 4 092 produits frais, en limite de péremption, ont pu être donnés.

Une offre promotionnelle a aussi été développée dans le même objectif. Elle propose, dans une dizaine de magasins 1Minute et deux boutiques Hub Convenience, une remise de 40% après 16 heures sur une sélection de sandwiches, de viennoiseries et de salades proches de leur terme de péremption. Ainsi, tous nos clients peuvent contribuer à limiter le gaspillage alimentaire et à soutenir le développement durable tout en bénéficiant de réductions importantes sur des produits frais.

Dans la continuité de ces initiatives réussies en 2019, nos équipes projettent d'étendre leur engagement auprès d'autres partenaires associatifs et de développer plus largement les offres promotionnelles de fin de journée.

www.lagardere-tr.ro



Point de vente 1minute géré
par Lagardère Travel Retail
(Roumanie).

DES COLLABORATEURS ÉCO-RESPONSABLES



VANINA POQUET

Responsable de l'offre Duty Free Inflight
de Duty Free Global

Lagardère
TRAVEL RETAIL

Go Green : une équipe de collaborateurs engagés chez Lagardère Travel Retail

Début 2019, plus de vingt collaborateurs particulièrement engagés du siège des activités Duty Free de Lagardère Travel Retail ont formé l'équipe Go Green pour mettre en place des actions éco-responsables au sein de l'entreprise.

Leur première mission de réduction de l'impact environnemental du siège s'est matérialisée par des actions concrètes telles que la promotion de deux moteurs de recherche éco-responsables, le référencement de deux prestataires éco-responsables de plateaux-repas ou encore l'organisation d'ateliers participatifs sur le zéro déchet.

De plus, la seconde vocation de Go Green est de sensibiliser les collaborateurs aux enjeux du développement durable à travers l'organisation

d'événements internes, notamment par le biais d'un petit-déjeuner d'information dédié au cours duquel des marques engagées ont été présentées et les collaborateurs invités à participer à des ateliers pratiques.

Go Green a aussi organisé une vente de plantes dépolluantes à petits prix avec l'ESAT de la Mare Savin. Un second marché a été organisé en décembre 2019 à l'occasion des fêtes de fin d'année.

Après ces premiers succès, l'objectif est de continuer à promouvoir des initiatives qui permettront au siège des activités Duty Free de devenir encore plus éco-responsables avec la mise en place du tri sélectif par exemple.

www.lagardere-tr.com

Vente de plantes dépolluantes organisée par l'équipe Go Green au siège de Duty Free Global, décembre 2019 (Paris-La Défense, France).



20
COLLABORATEURS

constituent l'équipe
Go Green qui anime
les actions
d'éco-responsabilité
chez Duty Free Global
en France.

DES COLLABORATEURS ÉCO-RESPONSABLES



Mise à disposition des récoltes du potager pour les collaborateurs du siège de Hachette Livre (Vanves, France).



MANON RAYNAL

Chargée de mission RSE du groupe Lagardère

Lagardère

Green afterwork et zéro déchet au menu des collaborateurs du Réseau LL

Devenu aujourd'hui un vrai «laboratoire d'idées», le Réseau LL propose à ses membres d'échanger autour de sujets d'actualité, à impact sociétal, comme le développement durable.

Le réseau a commencé par donner la parole lors d'un green afterwork aux collaborateurs du Groupe engagés depuis longtemps sur le sujet, tant dans leur vie personnelle que dans leur vie professionnelle.

Deux collaborateurs de Hachette Livre à Vanves ont présenté la mise en place dans leur bâtiment de bacs de culture accueillant des fleurs, des plantes aromatiques ainsi que des fruits et des légumes. Ces deux fervents défenseurs de la biodiversité ont pu ainsi sensibiliser les collaborateurs du site en leur faisant (re)découvrir des espèces oubliées. L'équipe Go Green de Lagardère Travel Retail, constituée à l'initiative

de Vanina Poquet (cf. focus en page 24) chez Duty Free Global à La Défense est également venue présenter ses actions de sensibilisation sur le terrain.

Après le succès de cet afterwork, le Réseau LL a proposé deux autres ateliers en lien avec le sujet:

- un atelier au cours de la journée annuelle 2019 qui a permis une sensibilisation à l'économie circulaire et à l'intégration de cette notion dans les métiers par le biais de cas pratiques;
- un petit-déjeuner zéro déchet avec les auteurs de la nouvelle collection Larousse intitulée Les Cahiers du consomm'acteur et la Recyclerie, partenaire du premier ouvrage, qui ont animé un atelier de fabrication d'éponges tawashis conçues avec des chaussettes orphelines ramenées par les participants!

www.lagardere.com

26 744 kg

DE DÉCHETS DE BUREAU

triés, collectés et recyclés chez Lagardère Travel Retail France en partenariat avec l'entreprise adaptée Cèdre en 2019.

ENJEU 3

Partager la diversité sociale et culturelle des activités



Partager la diversité sociale et culturelle, c'est faire en sorte de diffuser au plus grand nombre, grâce aux talents, aux activités et aux partenariats divers et variés du Groupe, le supplément d'éducation, de culture et de liberté qui fonde le vivre-ensemble de notre société.

Cette diversité se traduit de multiples façons. Ainsi, la diversité des maisons d'édition (plus de 150 marques différentes) qui forment une constellation de plumes, de langues et de contenus (littérature, éducation, pratique, etc.) est au cœur du modèle de Hachette Livre. Une diversité qui se traduit par exemple à travers les programmes Changing the Story au Royaume-Uni et Read our World aux États-Unis, ou par la collection Feminismos en Espagne. C'est cette diversité qui nourrit les autres engagements du Groupe, tels que celui envers la liberté d'expression et le pluralisme des idées symbolisé par le soutien constant de Hachette Livre au Publishers' Circle de Pen International (qui défend la libre opinion et la liberté de publier, là où elles sont menacées) ou le partenariat de l'enseigne Relay avec l'association Reporters sans frontières. L'engagement du Groupe s'étend également au domaine de l'accès à l'éducation, à la connaissance et au divertissement qui s'est notamment renforcé avec la montée en puissance de l'activité de Jeux sur mobiles et de Jeux de société, la forte croissance du livre audio, ou encore

l'adoption de formats spécifiques renforçant la lisibilité des contenus numériques pour les personnes présentant des difficultés de lecture.

Mais l'accès à l'éducation, c'est aussi la promotion de la lecture – via de nombreuses initiatives comme celle du Camion qui livre lancée par Le Livre de Poche – et la sensibilisation aux grands enjeux de société avec par exemple les Trophées Europe 1 de l'avenir qui récompensent les acteurs innovants au service de la société durable et harmonieuse de demain.

Par ailleurs, la diversité des pays d'implantation du Groupe permet de mettre en avant des offres spécifiques à chaque territoire. Ainsi, dans plus de 4 800 boutiques de Lagardère Travel Retail présentes dans 39 pays et un millier d'aéroports, gares et stations de métro, cette diversité s'exprime notamment à travers l'offre de produits locaux proposée dans les points de vente de restauration et les magasins Discover.

Enfin, cette diversité culturelle et sociale, qui est propre aux activités du Groupe, concerne aussi l'impact que, comme toutes les entreprises, le groupe Lagardère a sur le plan local dans les différents territoires où il opère, ainsi que dans les relations qu'il entretient avec ses partenaires et fournisseurs.

150 MARQUES D'ÉDITION

illustrent la diversité éditoriale de Hachette Livre à l'international.

ÊTRE LES CHRONIQUEURS DU MONDE QUI CHANGE



CONSTANCE BENQUÉ

Directrice Générale de Lagardère News

Lagardère

« Les entreprises ont une responsabilité sociale qui va bien au-delà de leur simple rôle économique. » : c'est par ces mots que Nicolas Barré, éditorialiste de la matinale d'Europe 1, a résumé le thème dominant de l'édition 2020 du Forum économique mondial de Davos.

Penser la manière dont Lagardère News participe à cet élan collectif, c'est bien sûr évoquer nos engagements en matière de diversité, de formation et d'insertion, d'impact environnemental ou d'égalité entre les femmes et les hommes. Des engagements dont s'emparent aujourd'hui directement nos collaborateurs.

Mais plus largement, cette responsabilité est l'objet même de l'activité de Lagardère News. À travers nos marques médias emblématiques, nous sommes au quotidien les chroniqueurs de cette prise de conscience. À l'heure des réseaux sociaux, des fake news, alors que les institutions font face à une sérieuse crise de confiance, nos projets éditoriaux, solides et singuliers, répondent à cette exigence de responsabilité.

C'est la vocation du *Journal du Dimanche*, qui porte haut la conviction que la politique est notre grande affaire à tous. Chaque semaine, notre titre donne le tempo de la vie politique, fait émerger les thèmes majeurs et, s'il le faut, révèle les contrevérités qui abîment le débat public.

Au poids des mots, s'ajoute bien sûr le choc des photos: des ravages environnementaux du tourisme de masse aux précaires embarcations des migrants en Méditerranée, *Paris Match* excelle dans le storytelling par l'image pour éveiller les consciences et révéler les transformations de l'époque.

Écoutez le monde changer, la promesse d'Europe 1, qui raconte chaque jour ce monde qui change, sans jugement, mais avec l'enthousiasme et l'esprit qui caractérisent notre radio. Raconter, mais aussi s'engager en mettant en lumière les réussites françaises, les entreprises innovantes qui apportent des solutions à l'urgence environnementale, au défi du vivre-ensemble et à l'exigence de vivre mieux.

« FACE À UNE SÉRIEUSE CRISE DE CONFIANCE, NOS PROJETS ÉDITORIAUX, SOLIDES ET SINGULIERS, RÉPONDENT À CETTE EXIGENCE DE RESPONSABILITÉ. »

Constance Benqué

Fake news, complotisme, bashing, déclinisme, sont autant de contre-valeurs, à rebours de ce sens de la responsabilité. La vocation de Lagardère News est de conforter l'avenir et le rôle de nos belles marques médias, d'inventer chaque jour des formats éditoriaux plus séduisants, plus puissants, plus convaincants, car plus responsables.

www.lagardere.com



PROMOTION DE LA DIVERSITÉ



JC Lattès

Prix Voix d'Afriques

Un prix littéraire pour révéler
les nouvelles plumes
du roman africain en langue française



VÉRONIQUE CARDI

Présidente des éditions JC Lattès

Lagardère
PUBLISHING

Diversité culturelle : une explosion de pépites littéraires

Soutenir la diversité du catalogue est au cœur de mes ambitions pour les éditions JC Lattès.

La maison défend avec ferveur depuis longtemps les écritures venues d'Afrique, à travers des auteurs majeurs tels que Sami Tchak, Henri Lopes, Patrice Nganang, Kangni Alem ou encore Abdourahman Waberi, finaliste du prix Renaudot en 2019 pour *Pourquoi tu danses quand tu marches?*

Pour faire rayonner encore davantage la diversité culturelle de nos publications, nous avons lancé le prix Voix d'Afriques en partenariat avec RFI et la Cité internationale des arts. Ce prix littéraire est destiné à faire émerger les nouvelles voix du continent africain. L'appel à manuscrits s'inscrit dans la promotion de la saison Africa 2020, avec une publication du roman lauréat prévue en juin 2020, qui sera accueilli en résidence à la Cité internationale des arts.

Refléter la diversité qui nous entoure a aussi guidé la création du nouveau label, La Grenade, dirigé par Mahir Guven, lauréat du prix Goncourt du premier roman pour *Grand frère*. Au rythme d'une dizaine de parutions par an, La Grenade a pour vocation de publier des textes à la fois explosifs et exotiques, des nouvelles voix qui saisissent quelque chose de puissant de notre époque et qui puissent réconcilier les grands lecteurs exigeants et ceux qui se sont détournés de la lecture, faute de s'estimer représentés par une certaine production littéraire française actuelle. La Grenade sera ainsi une explosion de premiers romans, de récits, de milliers de pépites issues de la diversité culturelle de la France et du monde francophone.

www.editions-jclattes.fr

AFRICA 2020

LANCEMENT DU PRIX VOIX D'AFRIQUES

pour faire rayonner la diversité culturelle.

ACCÈS À L'ÉDUCATION



RACHEL DUC

Directrice du Parascolaire, Jeunesse et Parenting de Hatier

Lagardère
PUBLISHING

Un trophée RSE pour le Tremplin Prépabac de Hatier

Finaliste du concours Tremplin Prépabac 2019 présentant un projet lié à son avenir professionnel (Paris, France).



Quel est le point commun entre Marine, future chercheuse en mathématiques, Thomas souhaitant devenir herpétologiste, Arthur percussionniste ou Quentin souhaitant se lancer dans l'Esport ? Tous font partie des gagnants du Tremplin Prépabac, un concours organisé chaque année depuis 2013 par les éditions Hatier, filiale scolaire et parascolaire de Lagardère Publishing. Un concours qui a valu à l'éditeur d'être récompensé en décembre 2019 par un Trophée de l'édition, dans la catégorie RSE.

Depuis huit ans, le Tremplin Prépabac, fortement relayé sur les réseaux sociaux et par les partenaires Phosphore et EF (Education First), permet à des lycéens de présenter un projet qui leur tient à cœur pour construire leur avenir professionnel. Le premier prix de 5 000€, décerné par un jury, leur permet de financer un stage, un loyer, une inscription à une école, du matériel professionnel, etc. Le concours est également doté d'un second prix, un voyage en Europe, réservé à des projets plus internationaux et d'un troisième prix de 1 000€ décerné par les internautes.

Le millésime 2020 espère bien battre le record établi par l'édition 2019 qui avait vu l'inscription de 790 élèves, en progression de 39% par rapport à 2018, et 119 projets publiés sur le site Tremplinprepabac.fr.

Pour Hatier, leader de la préparation aux examens, il s'agit de la jolie conclusion de l'accompagnement réalisé auprès des élèves afin qu'ils aient leur bac et démarrent bien leurs années post-lycée.

www.editions-hatier.fr

790
ÉLÈVES

se sont inscrits au Tremplin Prépabac en 2019.

PLURALISME DES IDÉES



CYRIL PETIT

Directeur adjoint de la rédaction
du *Journal du Dimanche*

Lagardère

Le Journal du Dimanche: parler aussi du monde qui va bien !

**Vous connaissez une initiative positive ?
Vous voulez lui donner de la visibilité ? Partagez-la avec nous !**

**LA FRANCE
DES SOLUTIONS**
Des initiatives qui nous rassemblent

JE PARTAGE UNE INITIATIVE

Reporters d'Espoirs avec **TF1** **ouest france** **LADEPECHE.fr** **EBRA** **Le Journal du Dimanche** **Europe 1**

La responsabilité sociétale, c'est aussi de parler des trains qui arrivent à l'heure, voire en avance. *Le Journal du Dimanche* en a fait un objectif : parler aussi du monde qui va bien et des citoyens qui bougent. À rebours du pessimisme ambiant, du clash et des bad buzz.

Trois exemples de cet optimisme en 2019 :

- **Ça nous réjouit** : dans « Le Journal de Demain », le mini-journal numérique envoyé chaque soir par mail depuis mai 2019, les 100 000 inscrits reçoivent une bonne nouvelle. La rubrique Ça nous réjouit permet de valoriser des initiatives locales, nationales ou internationales pour la lutte contre le changement climatique, l'égalité femmes-hommes, l'inclusion, la réussite économique, etc. Il en va de même chaque dimanche avec la rubrique Signe positif.
- **La France des solutions** : avec cinq autres médias, *Le Journal du Dimanche* a participé à l'opération

qui consistait à raconter chaque semaine de l'été une action de terrain visant à rassembler plutôt qu'à diviser. Une initiative qui recrée du lien entre villes et campagnes, entre banlieues et métropoles, entre générations, entre producteurs et consommateurs, entre épargnants et entreprises, entre élus et citoyens, entre acteurs d'un même territoire.

- **Le partenariat avec les écoles de journalisme** : chaque dimanche, entre janvier et juin 2019, *Le Journal du Dimanche* a publié un sujet positif local, proposé par un étudiant d'une école de journalisme reconnue en province. Triple objectif : raconter la France qui bouge, favoriser l'insertion professionnelle des apprentis journalistes et offrir à nos lecteurs des points de vue différents.

www.lejdd.fr

100 000 INSCRITS AU « JOURNAL DE DEMAIN »
en 2019 ont reçu quotidiennement une bonne nouvelle.

ACCESSIBILITÉ DES CONTENUS



**ENTRE 1,8
ET 2 MILLIONS
DE PERSONNES**
non-voyantes
en France.



SOPHIE NICOLET

Directrice de la Communication
de Hachette Livre

Lagardère
PUBLISHING

Rendre nos livres accessibles, une exigence éthique

Hachette Livre s'appuie sur les technologies numériques pour rendre les livres accessibles aux personnes présentant des difficultés de lecture.

Depuis 2018, un roman ou un essai édité par une maison d'édition de Hachette Livre en France est, au moment de sa parution, disponible en version numérique « nativement accessible », ce qui le rend immédiatement utilisable par un lecteur recourant à un clavier braille ou à la fonction transcription audio sur un terminal (smartphone, ordinateur ou liseuse).

Afin d'étendre le plus largement possible ce protocole de conception des livres numériques, Hachette Livre, avec ses filiales Hachette UK et Hachette Book Group, a signé en 2019 la Charte de l'édition en format accessible élaborée par le Accessible Books Consortium.

Par ailleurs, les initiatives naissent aussi au sein de nos maisons d'édition et permettent d'enrichir l'offre de

contenus accessibles: Hachette UK s'est ainsi associé en novembre 2019 avec le Royal National Institute of Blind People (RNIB) pour rendre 33 000 titres de son catalogue accessibles via la plateforme RNIB Bookshare. Ce service gratuit met à disposition des personnes empêchées de lire une bibliothèque de manuels scolaires conçus pour être lus de manière électronique ou adaptés aux besoins particuliers des personnes aveugles, malvoyantes ou dyslexiques.

Enfin, Hachette Romans (éditeur pour les collégiens francophones d'œuvres classiques et de fictions originales) a signé un partenariat avec Mobidys afin de convertir en format FROG une trentaine de titres de son catalogue et de les rendre accessibles aux lecteurs dyslexiques en version audio, numérique ou print.

www.hachette.com

Une volonté croissante d'engagement solidaire

Représentation de l'orchestre Divertimento, soutenu par la Fondation Jean-Luc Lagardère, à la Philharmonie de Paris avec les chorales de Hachette et Hatier, juin 2019 (Paris, France).



922
COLLABORATEURS
DE HACHETTE
BOOK GROUP
se sont engagés dans des actions caritatives en 2019.

Si les attentes éco-responsables sont en croissance constante depuis plusieurs années, la quête de sens est également de plus en plus forte, notamment au sein même de l'entreprise dont on questionne de plus en plus la mission sociétale. C'est pourquoi l'engagement de l'entreprise vis-à-vis de la société via des actions cohérentes avec le cœur des activités, ou celui des salariés qui apprécient alors d'être encouragés et accompagnés, est l'une des dimensions fortes de la RSE du groupe Lagardère. Cette volonté de s'engager s'exprime à tous les niveaux.

Celui de sa Fondation Jean-Luc Lagardère en premier lieu qui, indépendamment des bourses qu'elle remet depuis trente ans à des jeunes talents de l'univers de la culture, décerne également depuis six ans des bourses de l'Engagement à des associations soutenues par les salariés des différentes entités du Groupe.

Chez Hachette Livre, une initiative comparable existe en France depuis plus longtemps encore, celle du Comité d'action associative qui soutient financièrement des projets associatifs promus par les collaborateurs.

En 2019, une dizaine de projets associatifs ont ainsi été récompensés, allant de la démocratisation de la lecture et de l'écriture au développement des énergies renouvelables, en passant par l'aide à la scolarisation et à l'alphabétisation.

Chez Lagardère Travel Retail, où la dimension philanthropique est également très développée,

notamment dans les pays anglo-saxons, les salariés sont associés à de multiples projets d'engagement sur tous les territoires. En France, par exemple, la branche soutient depuis des années l'association Action contre la Faim, en organisant de nombreuses actions pour récolter des fonds. Outre-Atlantique, c'est en mobilisant également les salariés et les voyageurs présents dans les aéroports américains et canadiens, que Paradies Lagardère s'investit aussi dans la lutte contre la faim.

L'engagement du groupe Lagardère a également une dimension culturelle. Si les concours, prix, dons de livres, ou programmes de tutorat pour encourager la lecture (comme par exemple le mentorat Read Ahead de Hachette Book Group) se multiplient au sein du Groupe, les témoignages d'engagement peuvent aussi être liés à des événements conjoncturels. Ainsi, en 2019, plusieurs initiatives ont été prises en France pour soutenir la reconstruction de la cathédrale Notre-Dame de Paris. Plusieurs maisons d'édition, telles que E/P/A ou Le Livre de Poche, ont réédité des ouvrages en reversant une partie des bénéfices à la collecte nationale. De leur côté, les équipes de Lagardère Travel Retail en France ont organisé des opérations de collectes de dons pour Notre-Dame de Paris dans 200 points de vente.

Dans un autre registre, musical celui-là, les choristes de Hachette et de Hatier ont participé au concert organisé à la Philharmonie de Paris pour célébrer les 20 ans de l'orchestre Divertimento, soutenu par la Fondation Jean-Luc Lagardère.

ENCOURAGER LA SOLIDARITÉ



GREGG PARADIES

Président-Directeur Général
de Paradies Lagardère

Lagardère
TRAVEL RETAIL

L'engagement associatif : une valeur fondamentale pour Lagardère Travel Retail



L'engagement associatif est dans l'ADN de Lagardère Travel Retail et de ses collaborateurs qui souhaitent s'investir positivement dans leur communauté.

C'est notamment le cas en Amérique du Nord, où Paradies Lagardère a mis la lutte contre la faim au cœur de plusieurs de ses actions philanthropiques. L'entreprise soutient ainsi la campagne «No Kid Hungry®», menée par l'association Share Our Strength et qui œuvre pour améliorer l'accès à l'alimentation aux États-Unis et dans le monde. Pour l'aider, les restaurants gérés par Paradies Lagardère lui reversent une partie du prix de chaque café vendu au cours du mois de septembre, à l'occasion de sa campagne «Dine Out for No Kid Hungry®». Tout au long de l'année, ce sont aussi 25% des recettes sur chaque repas enfant vendu dans ses restaurants qui sont reversés à l'association.

Le succès du travail entrepris durant cette campagne a aussi inspiré des initiatives visant à pallier les problèmes de faim dans les communautés moyennes des aéroports canadiens. Les magasins gérés par Paradies Lagardère dans les aéroports du pays permettent désormais à leurs clients de faire don de denrées alimentaires qui seront ensuite distribuées aux populations locales par des banques alimentaires. Parmi ces partenariats comptent celui qui unit l'aéroport d'Edmonton avec la Leduc & District Food Bank, ou encore celui passé par l'aéroport de Calgary avec la Airdrie Food Bank.

Paradies Lagardère s'engage pour faire la différence et avoir un impact positif sur ses collaborateurs, ses clients et ses fournisseurs.

www.paradieslagardere.com

La Fondation Jean-Luc Lagardère engagée dans les domaines de la culture, de la diversité et de l'éducation

Pour la 30^e année consécutive, la Fondation Jean-Luc Lagardère, sous l'égide de la Fondation de France, a remis en 2019 onze bourses à des jeunes créateurs des métiers de l'écrit, du numérique, de l'audiovisuel et de la musique.

Les treize lauréats de cette promotion anniversaire viennent rejoindre les 307 talents déjà primés par la Fondation. Depuis 30 ans, de nombreux projets innovants ont vu le jour grâce à la détermination et à l'audace des lauréats. Beaucoup d'entre eux ont connu de belles réussites en 2019, à l'image d'**Éric Baudelaire** (lauréat Photographe 2003) qui a remporté le prix Marcel Duchamp, distinction la plus prestigieuse de l'art contemporain en France, et de **Christophe Barral** (lauréat Producteur cinéma 2011) producteur du film *Les Misérables* qui a séduit près de 2 millions de spectateurs en France en 2019 et a représenté la France aux Oscars.

La Fondation continue d'affirmer son engagement profond pour la promotion de la diversité culturelle en soutenant des institutions comme l'**Institut**

du monde arabe avec qui elle décerne chaque année le Prix de la littérature arabe ou l'**Orchestre Symphonique Divertimento**, qui permet depuis 20 ans à tous les publics d'accéder à la musique symphonique.

Parce que le soutien à la création et à l'éducation reste au cœur de ses missions, la Fondation est un fidèle partenaire de l'**Académie de France à Rome – Villa Médicis** et de son programme de résidences courtes destiné à des lauréats issus des établissements d'enseignement supérieur de la création, de la théorie et de l'histoire des arts, mais aussi du Centre Pompidou et de son espace exclusivement réservé aux adolescents, le Studio 13/16. Depuis son ouverture il y a dix ans, ce lieu a déjà accueilli près de 80 000 jeunes et donné à voir les travaux de plus d'une centaine d'artistes et collectifs.

En 2019, la Fondation a également apporté son soutien au dispositif Place aux jeunes! de l'**Abbaye aux Dames**, la cité musicale (Saintes), qui accompagne les enfants dans l'épanouissement de leur pratique musicale et l'acquisition de repères culturels.

320
JEUNES
TALENTS

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



Pierre Leroy entouré
des lauréats
des bourses 2019,
janvier 2020
(Paris, France).

LES BOURSES DE L'ENGAGEMENT



Soirée de remise des bourses de l'Engagement de la Fondation Jean-Luc Lagardère organisée avec le Réseau LL, novembre 2019 (Paris, France).



QUITERIE CAMUS

Directrice déléguée
à la Fondation Jean-Luc Lagardère

Lagardère

Soutenir les initiatives solidaires portées par les salariés

Depuis 2014, la Fondation Jean-Luc Lagardère attribue des bourses de l'Engagement à des associations parrainées par des collaborateurs du groupe Lagardère. Notre objectif : accompagner et encourager les collaborateurs qui s'impliquent dans des causes solidaires en lien avec les champs d'action de la Fondation (culture et sport, diversité, éducation et recherche médicale). C'est aussi une façon pour nous de faire connaître les terrains d'engagement de la Fondation auprès des salariés !

En 2019, trois associations ont été récompensées après un vote en interne (qui suscite d'ailleurs chaque année un vif intérêt de la part des collaborateurs !) : l'École à l'hôpital, présentée par Caroline Minguez-Cunningham (Kwyk) ; Gribouilli, parrainée par Mélanie Ogier (Duty Free Global) ; et Des jeunes et des lettres, soutenue par Naïma Timzouert (Hachette Jeunesse).

Les bourses ont été remises, pour la première fois, à l'occasion d'un afterwork consacré à l'engagement et organisé avec le Réseau LL. Nous voulions mettre en lumière les actions menées par ces associations en conviant une personnalité au parcours inspirant.

Avec Martin Hirsch (Directeur général de l'Assistance publique – Hôpitaux de Paris et Président de l'Institut de l'Engagement) comme invité d'honneur, la soirée de remise des bourses a été placée sous le signe du partage d'expérience et de la générosité.

www.fondation-jeanlucagardere.com

« L'ENGAGEMENT, C'EST APPRENDRE À FAIRE DON DE SON TEMPS ET DON DE SOI POUR FAIRE AVANCER LES CHOSES. »

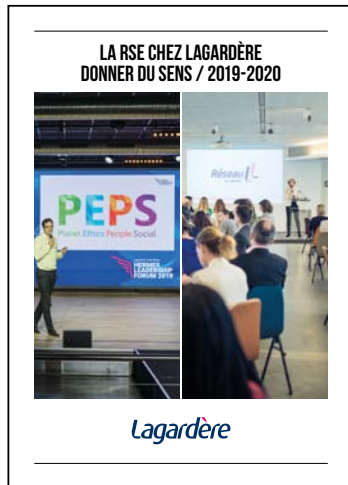
Caroline Minguez-Cunningham, lauréate 2019 des bourses de l'Engagement.

TABLEAU D'INDICATEURS

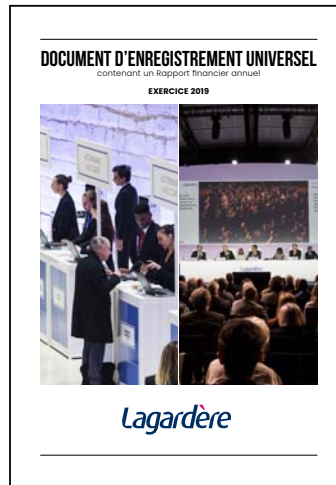


	2019	2018	2017
Pourcentage de femmes dans les cadres exécutifs du Groupe	44%	42%	43%
Nombre de membres du Réseau LL	500	450	270
Pourcentage des effectifs couverts par une représentation du personnel	70%	68%	71%
Nombres de livres audio édités par Hachette Livre	14 203	12 363	-
Part du papier (livres et magazines) d'origine certifiée (issu de forêts gérées durablement)	>87%	87%	87%
Part de papier d'origine recyclée	<10%	10%	10%
Poids (en teq CO₂) des émissions de gaz à effet de serre (scope 1 et scope 2) au niveau mondial par M€ de chiffres d'affaires	15,6	14,6	15,6

PUBLICATIONS



La RSE chez Lagardère en 2019-2020



Document d'enregistrement universel

contenant un Rapport financier annuel
Exercice 2019



Repères 2019-2020

Brochure institutionnelle

Ces publications sont également disponibles en version accessible et 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 ET DE LA RSE

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

Crédits photographiques: Sylvain Bardin; Gilles Bassignac / Lagardère; Benjamin Boccas; Frédéric Bukajlo / Capa Pictures / Europe 1; Émilie Buzyn / Lagardère; Karina Campineanu; Arnaud Carroué / Lagardère; Olivier Corsan; Éric Couderc / Hachette Livre; Dahmane / Lagardère; Arthur Delloye; Éric Dessons / *Le JDD*; DR; Sébastien Duhamel; Aleksandrs Dunasovs; Fanny Duprès / Lagardère; Olivier Ezratty; Christophe Fillieule; Jacques Grison / Lagardère; A Guédon; Lagardère Travel Retail; Lagardère Travel Retail France; Thierry Lewenberg-Sturm / Lagardère Travel Retail; Vincent Macher; Jean-Christophe Marmara / Figaro photo; Mauduit; Stéphane Morsli; Julien Philippy / Lagardère Travel Retail; Manon Raynal / Lagardère; Blandine Remy; Louise Rivet; Alexandre Surre / Lagardère; Anna Stoeckel / Lagardère; Studio Falour.

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

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

© Lagardère – Avril 2020.

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.

Lagardère

Lagardère
PUBLISHING

Lagardère
TRAVEL RETAIL

