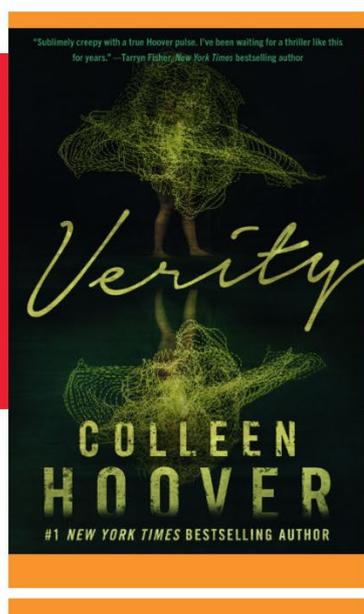


La RSE au sein du groupe Lagardère

2022-2023



Lagardère

Bilan des actions RSE 2022-2023

Tableau de bord des engagements RSE

En tant qu'acteur international classé parmi les leaders de l'édition et du commerce en zone de transport, le groupe Lagardère a un rôle à jouer pour parvenir à un avenir meilleur et plus durable pour tous. Cette ambition se traduit par 4 engagements, en lien avec les Objectifs

de Développement Durable des Nations unies. En 2022, les résultats accomplis sur ces 4 piliers témoignent de l'efficacité de la stratégie mise en œuvre par le Groupe et font état de larges progrès sur de nombreux items.

Engagements

Réalisations 2022



1. Limiter l'empreinte environnementale des produits et services

- Réduction de l'empreinte carbone
- Approvisionnement responsable du papier
- Lutte contre le gaspillage alimentaire
- Réduction du plastique, éco-conception

99 % du papier acheté ou fourni d'origine certifié et/ou recyclé
4,2 tonnes équivalents CO₂/ETP (scopes 1, 2 et 3 partiel)
65% : part du chiffre d'affaires Foodservice des pays disposant d'un système de mesure des déchets et menant des initiatives de réduction de gaspillage alimentaire
95% : part du chiffre d'affaires Foodservice des pays ayant adopté des consommables responsables (et supprimé le plastique à usage unique)

ENVIRONNEMENT



2. Placer l'humain au cœur de la stratégie

- Égalité femmes-hommes
- Engagement et fidélisation des talents
- Promotion de la diversité et de l'inclusion

45% de femmes parmi les Top exécutifs
31% des managers ont suivi une formation diversité
+ 300 000 heures de formation dispensées au sein du Groupe
Près de 15 000 recrutements en CDI

SOCIAL



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

- Accès à la connaissance et au divertissement
- Sensibilisation au développement durable
- Engagement solidaire

99% des livres numériques accessibles aux personnes en situation de handicap
 Création de la **Fondation Hachette pour la lecture**
 Signature du **contrat média climat** par Lagardère News
+ 300 pages de contenus verts (*Paris Match* et *Journal du Dimanche*)
351 lauréats primés par la Fondation Jean-Luc Lagardère depuis 1990

SOCIÉTAL



4. Assurer une gouvernance éthique et responsable

- Vigilance sur la chaîne de valeur
- Lutte contre la corruption
- Protection des données personnelles

Rédaction d'un **code de conduite anti-corrupcion**
50% de la dépense fournisseurs à risques élevés évalués par Ecovadis

ÉTHIQUE

1. Limiter l'empreinte environnementale des produits et services

99%



du papier acheté ou fourni d'origine certifié et/ou recyclé

4,2

tonnes équi
CO₂/ETP



du chiffre d'affaires Foodservice des pays qui disposent d'un système de mesure des déchets et mènent des initiatives de réduction des déchets



65%



95%

du chiffre d'affaires Foodservice des pays qui ont adopté des consommables responsables (et interdit le plastique à usage unique)

1.1 Fixer une trajectoire climatique ambitieuse

Engagements

- Le groupe Lagardère s'engage à **réduire d'environ 30% d'ici 2030 ses émissions de GES par rapport à 2019**:
 - ✓ Objectif de **réduction de 46%** des scopes 1&2 + une partie du scope 3 (postes domicile-travail et voyages professionnels)
 - ✓ Objectif de **réduction de 28%** du reste des émissions du scope 3 sur un périmètre de 80% des émissions
- Une trajectoire ambitieuse et cohérente avec les accords de Paris, scénario 1,5° et Wellbelow 2°
- **Le groupe Lagardère entend aussi contribuer à l'atteinte du net zéro émission en 2050.**

Plans d'action

- **Leviers d'action transverses sur les scopes 1 et 2 et les postes déplacements salariés :**
 - efficacité énergétique des bâtiments, réduction des consommations, électrification des parcs automobiles, formation à l'écoconduite...
 - recours à l'électricité renouvelable (100% d'ici 2025)
 - forfaits mobilité durable, co-voiturage, télétravail...
- **Leviers d'action des branches sur le scope 3 :**
 - Hachette Livre : Achats de papier, impression et reliure, fret amont et aval
 - Lagardère Travel Retail : achats produits (80% des émissions) + actions indirectes avec les fournisseurs

Résultats 2022

Intensité carbone : 4,24 T_{eq}CO₂/ ETP*
(Tonnes équivalent CO₂ par Equivalent Temps Plein)

* Scopes 1 et 2 + déplacement salariés

Les émissions du groupe Lagardère sont de 1457 ktCO₂e (en 2019)

Répartition des émissions du Groupe par grands postes d'émissions :



1.2 Assurer un cycle responsable du papier

Engagements

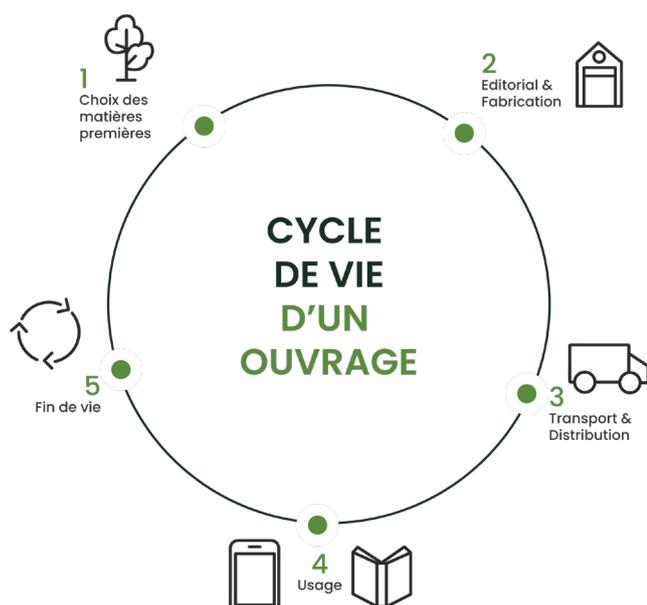
- Limiter la déforestation
- Préserver les ressources naturelles
- S'assurer de la traçabilité des fibres de bois utilisées
- Objectif 2030 : 30% de réduction du taux de pilon

Plans d'action

- Approvisionnement en papier certifié et/ou recyclé des livres et magazines
- Programme de vérification spécifique des fibres des papiers achetés en Asie
- Certification ISO 14001 de la majorité des papetiers
- Optimisation du taux de gâche, et choix de grammage plus fin
- Développement de l'impression à la demande

Résultats 2022

- 99% du papier acheté ou fourni sont d'origine certifiée et/ou recyclés
- Accroissement du catalogue de livres pour l'impression à la demande (123 938 livres en France)



hachette s'engage pour l'environnement en réduisant l'empreinte carbone de ses livres. Celle de cet exemplaire est de : 300 g éq. CO₂
Rendez-vous sur www.hachette-durable.com



PAPIERS CERTIFIÉS PAR DE GRANDS LABELS

1.3 Lutter contre le gaspillage alimentaire

Engagements

- Optimiser la production
- Préserver les aliments
- Transformer les pertes
- Transférer les invendus
- Objectif 2024 : 80% du CA Foodservice généré dans des pays ayant mis en place un système de mesure des déchets et des initiatives de réduction du gaspillage alimentaire

Résultats 2022

65 % : part du CA Foodservice généré dans des pays ayant mis en place un système de mesure des déchets et des initiatives de réduction du gaspillage alimentaire

Plans d'action

- **Optimisation** : produits saisonniers moins périssables, production sur site, déploiement progressif d'un système de mesure
- **Préservation des aliments** : produit « slowd * » aux Pays Bas pour prolonger la durée de vie des produits frais
- **Prévention du gaspillage** : happy hours, campagnes de sensibilisation auprès des clients, partenariat avec Too Good to Go (en Allemagne et en France), programme Fini le Gaspi dans les Relais H en France (une réduction de 50% sur les produits non vendus).
- **Transformation des pertes** : transformation du marc de café ou des légumes en compost...
- **Transfert des invendus** : dons à des associations (ex : The good program aux États-Unis)

*procédé qui absorbe l'éthylène contenu dans les produits frais, ralentit le processus de maturation et prolonge la durée de conservation



1.4 Réduire la pollution plastique et favoriser l'éco-conception

Engagements

- Éliminer le plastique à usage unique
- Basculer sur des consommables éco-responsables chez Lagardère Travel retail dans tous les points de vente
- Objectif 2024 (Lagardère Travel Retail) : 100% du CA Foodservice généré dans des pays ayant adopté des consommables responsables et supprimé le plastique à usage unique
- Objectif 2030 (Hachette Livre) : réduction de 25% de l'utilisation de plastique en France

Résultats 2022

95 % : part du CA Foodservice généré dans des pays ayant adopté des consommables responsables et supprimé le plastique à usage unique



Plans d'action

Hachette Livre, en France

(le chantier plastique va être étendu à l'international à partir de 2023)

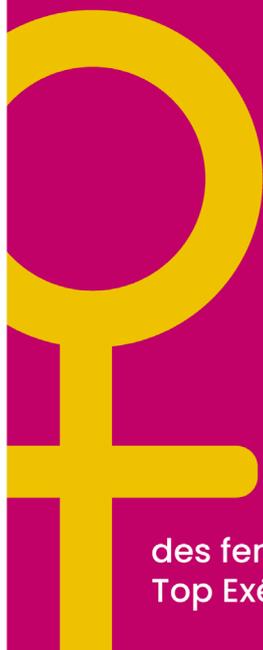
- Cartographie des différents types de plastique et fixation d'une trajectoire de réduction pour 2030, construction d'un indice 100 (base 2019) composé de 4 sous-indices : Produits, Emballages, Distribution, Gouvernance
- Une centaine d'actions organisées en 4 piliers : réduction des volumes, amélioration du mix, structuration pour le déploiement de la démarche, implication de l'éco-système
- Réduction des volumes, amélioration du mix et actions de revalorisation du plastique
- Premier éco-challenge en 2022 pour favoriser l'éco conception, dans les processus de fabrication et la logistique

Lagardère Travel Retail

- Suppression du plastique dans tous les consommables dans la restauration
- Recherche de matériaux alternatifs pour les sacs en plastique
- Bouteilles d'eau en plastique > dialogue avec les fournisseurs pour passer au plastique recyclé (RPET)
- Organisation chez LTR France d'un éco-challenge en interne, go green, pour des projets eco-conçus

2. Placer l'humain au cœur de la stratégie

45%



des femmes parmi les
Top Exécutifs



recrutements en CDI

Près de

15 000

des managers ont suivi une formation
diversité



31%

+300 000

heures de formation dispensées au
sein du Groupe



2.1 Assurer l'égalité femmes-hommes et la diversité au sein des équipes

Engagements

- Assurer l'égalité professionnelle femmes-hommes
- Lutter contre le sexisme
- Lutter contre les discriminations, promouvoir la diversité et l'inclusion
- Objectif 2024: **45% de femmes parmi les Top exécutifs (atteint dès 2022 avec 2 ans d'avance)**

Résultats 2022

- 45% de Femmes parmi les Top exécutifs et 60% parmi les managers
- 92/100 à l'index pondéré d'égalité professionnelle en France
- 13% de collaborateurs BAME* chez Hachette UK (Objectif 15% en 2024)
- 31% des managers formés à la diversité et à l'inclusion
- 4° place au Palmarès de la féminisation des instances dirigeantes des entreprises du SBF120

* Black, Asian, minority Ethnics

Plans d'action

Groupe

- Engagement dans StOpE (lutte contre le sexisme ordinaire en entreprise) en France et signature des WEP au niveau international.
- Création du Réseau LL (avec un programme de mentorat) en France
- Formations management de la diversité et lutte contre le sexisme



Branches

- Outils d'autodiagnostic sur tous les stéréotypes (Hachette Livre)
- Programme Changing the Story chez Hachette UK
- Mission Handicap, manifeste pour l'inclusion des personnes handicapées en entreprise (Hachette Livre)
- Signature charte de la diversité chez ELLE International
- Partenariat Nos quartiers ont des Talents (Hachette Livre et Lagardère News)
- Programme disability confident (Hachette UK, Lagardère Travel Retail UK)



2.2 Renforcer l'attraction et la fidélisation des talents

Engagements

- Favoriser l'équilibre vie professionnelle/ vie privée
- Développer la mobilité interne
- Développer les compétences et les capacités d'innovation
- Mesurer le niveau d'engagement des équipes

Plans d'action

Groupe

- Développement du télétravail

Lagardère Travel Retail

- Enquêtes d'engagement Gallup depuis 2018
- Séminaires internes réguliers
- Plateforme de e-learning Toknow en France

Hachette Livre

- Dons de jours (notamment pour les aidants)
- Programme Hachette Innovation Program, challenge HIP

Lagardère News

- Semaine du développement durable tous les ans

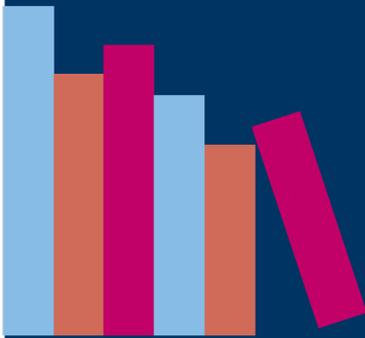
Résultats 2022

- 12,3 heures de formation par salarié en moyenne
- 63% salariés couverts par une enquête d'engagement

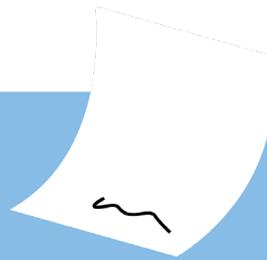


3. Partager la diversité sociale et culturelle des activités avec le plus grand nombre

99%



livres numériques
accessibles aux personnes
en situation de handicap



du contrat média climat
par Lagardère News

Signature

351



lauréats primés par la
Fondation
Jean-Luc Lagardère
depuis 1990

Création

de la Fondation Hachette pour la
lecture

+300



pages de
contenus verts

3.1 Favoriser l'accès à la connaissance et au divertissement

Engagements

- Accès à l'éducation, à la connaissance et au divertissement
- Accessibilité des contenus aux personnes en situation de handicap
- Promotion de la lecture et de la diversité culturelle
- Défense de la liberté d'expression et du pluralisme des idées

Résultats 2022

99% des livres numériques édités par Hachette Livre accessibles aux personnes en situation de handicap

**fondation
hachette**
pour la lecture



Plans d'action

Hachette Livre

- Lancement de la Fondation Hachette Livre pour la lecture en 2022
- Développement du livre audio (+20 000 en 2022)
- Signature de la charte de l'édition en format accessible (France, États-Unis et Royaume-Uni)
- Action de promotion de la lecture (Le Camion qui livre du Livre de Poche)
- « Dialogue books », maison d'édition dédiée aux voix sous représentées, devient une maison d'édition à part entière en 2022 chez Hachette UK
- Soutien à Pen International et Index on Censorship

Lagardère Travel Retail

- Mise en avant d'événements de promotion de la lecture
- Prix Relay des voyageurs
- Partenariat avec le festival de la BD d'Angoulême
- Partenariat de Relay en France avec Reporters sans Frontière

Lagardère Live Entertainment

- Mise en place d'outils adaptés à l'accueil des publics présentant des besoins sensoriels spécifiques à l'Arkéa Arena
- Renforcement des informations en amont des spectacles et mise à disposition de kits sensoriels gratuits

3.2 Sensibiliser aux enjeux de développement durable

Engagements

- Participer à la sensibilisation aux grands enjeux de société, grâce aux contenus éditoriaux (livres, magazines, radios) et publicitaires
- Participer à l'éducation aux enjeux climatiques.

Résultats 2022

+300 pages de contenus verts dans Paris Match et le Journal du Dimanche



Plans d'action

En interne

- Académie de la RSE du Réseau LL (13 conférences depuis le lancement)
- Lagardère Travel Retail : concours Go Green, réseau des *local heroes* pour le programme de RSE international « PEPS »
- Hachette Livre : semaine de l'écoconception, éco-challenge
- Lagardère News et Lagardère Live Entertainment : Semaine du développement durable

- Lagardère Publicité : calculatrice carbone pour les campagnes publicitaires et offres commerciales adaptées de la régie « Avenir », « Écho label » et « Consommons mieux »

En externe

- Signature du contrat media climat le 30 juin 2022 par Lagardère News, pour les radios et la publicité
- Extension de l'engagement du contrat media climat de la radio aux magazines et à la presse
- Définition d'un contenu « vert » par Lagardère News

3.3 S'engager dans des actions de solidarité

Engagements

Développer des partenariats et des actions de mécénat qui soient à la fois :

- des soutiens à des communautés ou des populations défavorisées
- des vecteurs de culture et d'éducation pour des publics fragilisés
- des actions fédératives pour les collaborateurs, au service de cause sociétales qui donnent du sens à leur présence chez Lagardère

Plans d'action

De nombreux **partenariats en France et à l'étranger**

Ex : Nos quartiers ont des talents

- Hachette Livre
Dons de livres aux écoles, mentorats, etc.
- Lagardère Travel Retail
 - Reporters sans frontières, Action contre la Faim
 - Journée Give a day en Bulgarie
- Lagardère News
Espaces gracieux publicitaires au profit d'associations

De nombreuses actions soutenues par les Fondations du Groupe:

- Fondation Jean-Luc Lagardère
- Fondation Hachette pour la lecture

Résultats 2022

351 lauréats primés par la Fondation Jean-Luc Lagardère depuis 1990



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

4. Assurer une gouvernance éthique et responsable



4.1 Assurer une chaîne de valeur responsable

Engagements

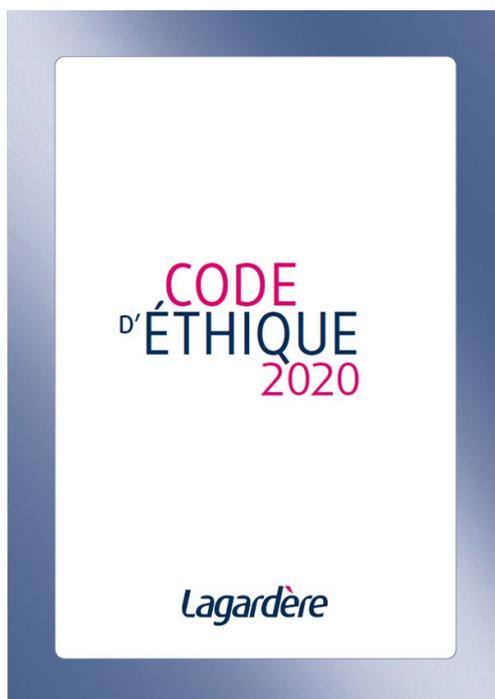
- Conformité avec la loi sur le devoir de vigilance des sociétés mères et entreprises donneuses d'ordre
- Politique d'achats responsables

Plans d'action

- Cartographie des risques liés aux activités des fournisseurs et sous-traitants
- Charte fournisseur responsable, soumise aux nouveaux fournisseurs contractant avec une société du Groupe
- Collaboration avec Ecovadis, pour l'évaluation des fournisseurs à risque
- Plateforme Ethics line
- Code d'éthique du groupe Lagardère
- Préparation du futur devoir de vigilance européen

Résultats 2022

50% de la dépense fournisseurs à risques évalués par Ecovadis (31% en 2021)



4.2 Lutter contre la corruption

Engagements

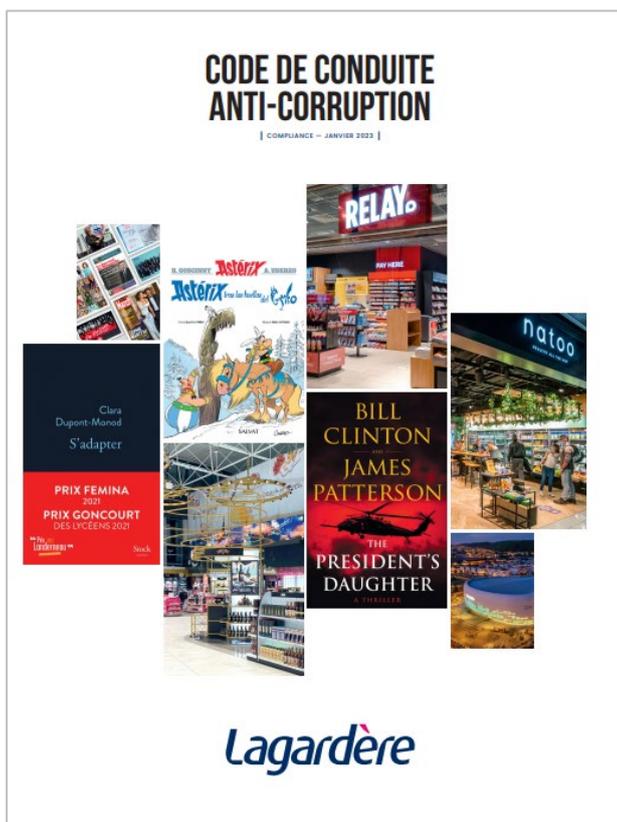
- Respect du devoir de vigilance et de la loi Sapin
- Principe de tolérance zéro

Plans d'action

- Programme de compliance depuis 2013
- Formations de lutte anti-corruption
- Déploiement d'une plateforme de e-learning

Résultats 2022

Déploiement d'un code de conduite anti-corruption multi-langues



Lagardère

Bienvenue sur la plateforme d'alerte éthique du groupe Lagardère

4.3 Protéger les données personnelles

Engagements

- Le respect de la vie privée est l'une des libertés fondamentales que doit protéger le groupe Lagardère. Le groupe détient des données à caractère personnel (abonnés, voyageurs, internautes...)
- Mise en œuvre dès 2018 du Règlement européen RGPD (Règlement général de protection des données)

Plans d'action

- Mise en place en 2016 d'un DPO Groupe et de DPO au sein des branches (Digital Protection Officer)
- Coopération entre la direction des risques et directions des systèmes d'information et de la cyber-sécurité
- Programme de compliance dédié
- Mise en place d'audits pour mesurer le niveau de sécurité informatique
- Programme de sensibilisation à la cybersécurité « Cyber et moi », à destination de l'ensemble des salariés

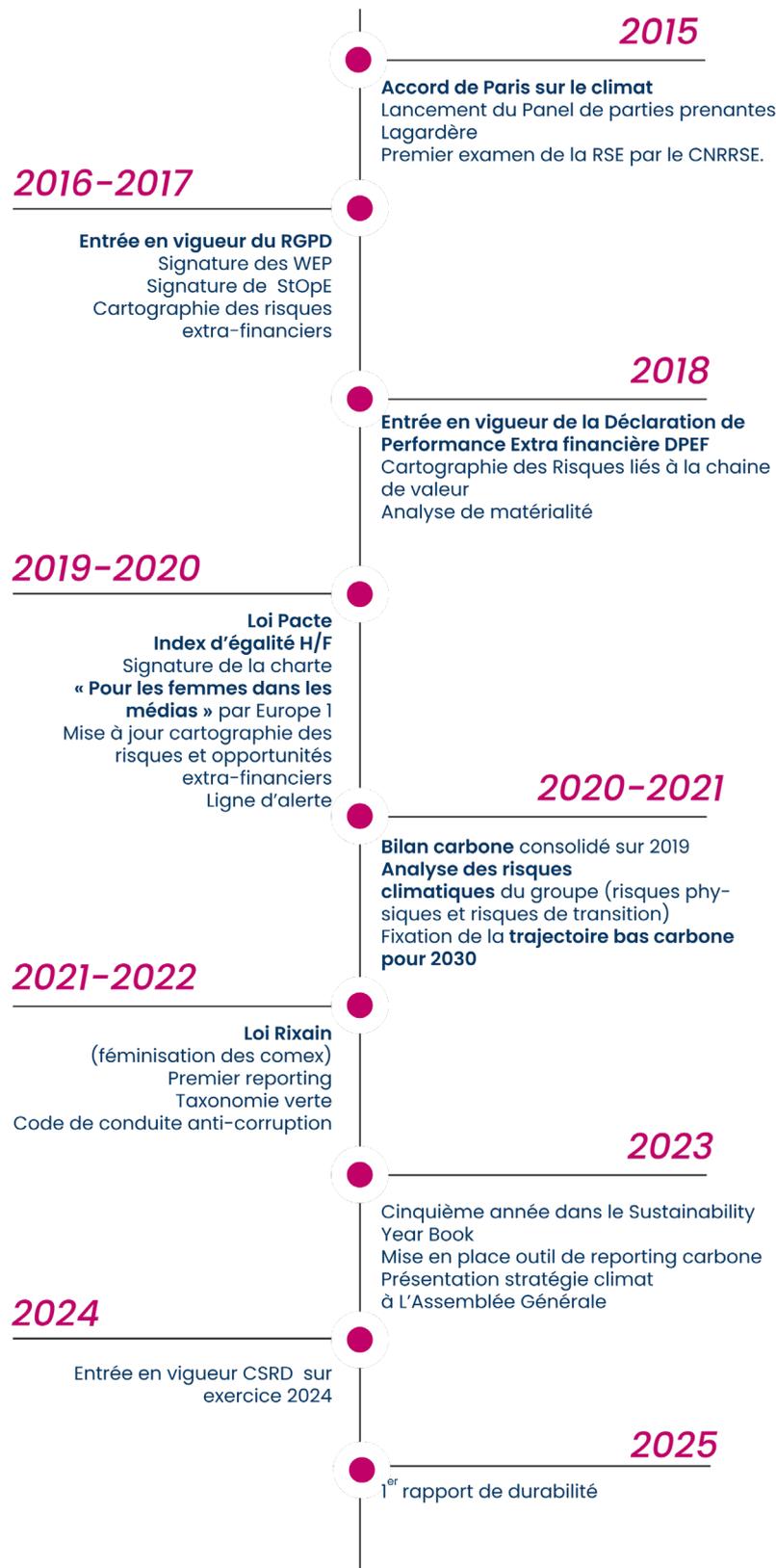
Résultats 2022

52,5% de maturité de la capacité défensive concernant la protection des données personnelles (index groupe pondéré par les chiffres d'affaires)



Annexes

1. Calendrier de la stratégie RSE chez Lagardère 2015-2025



2. Des objectifs de décarbonation ambitieux alignés sur la science

Lagardère s'engage à s'aligner sur les accords de Paris, qui préconisent une limitation de l'augmentation de la température à 1,5° à la fin du siècle par rapport aux niveaux pré-industriels. Lagardère souhaite contribuer au « net zéro carbone » global d'ici 2050, en fondant ses objectifs sur les données scientifiques

Scope 1&2 +
Scope 3 partiel
: Scénario 1,5°

Objectif : réduire les émissions de 4,2% par an en moyenne soit une réduction globale de **46% d'ici à 2030** (vs 2019)

Objectif parallèle : recourir à 100% d'électricité renouvelable d'ici à 2025

Périmètre : Scope 1 et 2 + déplacements professionnels et domicile-travail (scope 3)

Scope 3
Scénario
WB2°
jusqu'en 2030
puis scénario
1,5° jusqu'en
2050

Objectif : réduire les émissions de 2,5% par an en moyenne soit une réduction globale de **28% d'ici à 2030** (vs 2019)

A partir de 2030, réduire les émissions de 4,2% par an en moyenne

Périmètre : périmètre significatif, représentant un peu plus de 80% des émissions du scope 3 (soit au-delà du seuil des 2/3 attendu par les standards scientifiques)

- Pour Hachette Livre : achats de papier, production (impression et reliure), fret amont et aval
- Pour Lagardère Travel Retail : principalement le poste achats qui représente 80% des émissions

3. Le panel des parties prenantes

Afin d'innover dans son approche du dialogue avec ses parties prenantes, Lagardère s'est doté en 2015 d'un panel de parties prenantes, organe consultatif composé de 13 membres (dont 12 extérieurs au Groupe) représentatifs des principaux enjeux, métiers et secteurs d'activités du Groupe. Présidées par la Direction Générale et animées par la Direction du Développement durable et de la RSE, les réunions de ce panel remplissent trois objectifs :

- **instaurer un dialogue régulier**, au niveau Groupe, entre Lagardère et ses parties prenantes ;
- **mieux connaître** la perception et les attentes des parties prenantes vis-à-vis du Groupe;

- **nourrir la réflexion prospective** de Lagardère sur ses principaux enjeux sociaux, sociétaux et environnementaux.

Depuis sa mise en place, le panel s'est déjà réuni à onze reprises. La dernière réunion organisée en 2022 a été centrée sur la présentation de la stratégie bas carbone du Groupe et des plans d'action de réduction des émissions associés.

Le dialogue avec ce panel a également permis au Groupe de valider l'analyse de matérialité conduite en 2017.

Les membres du panel de 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
Klosques 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

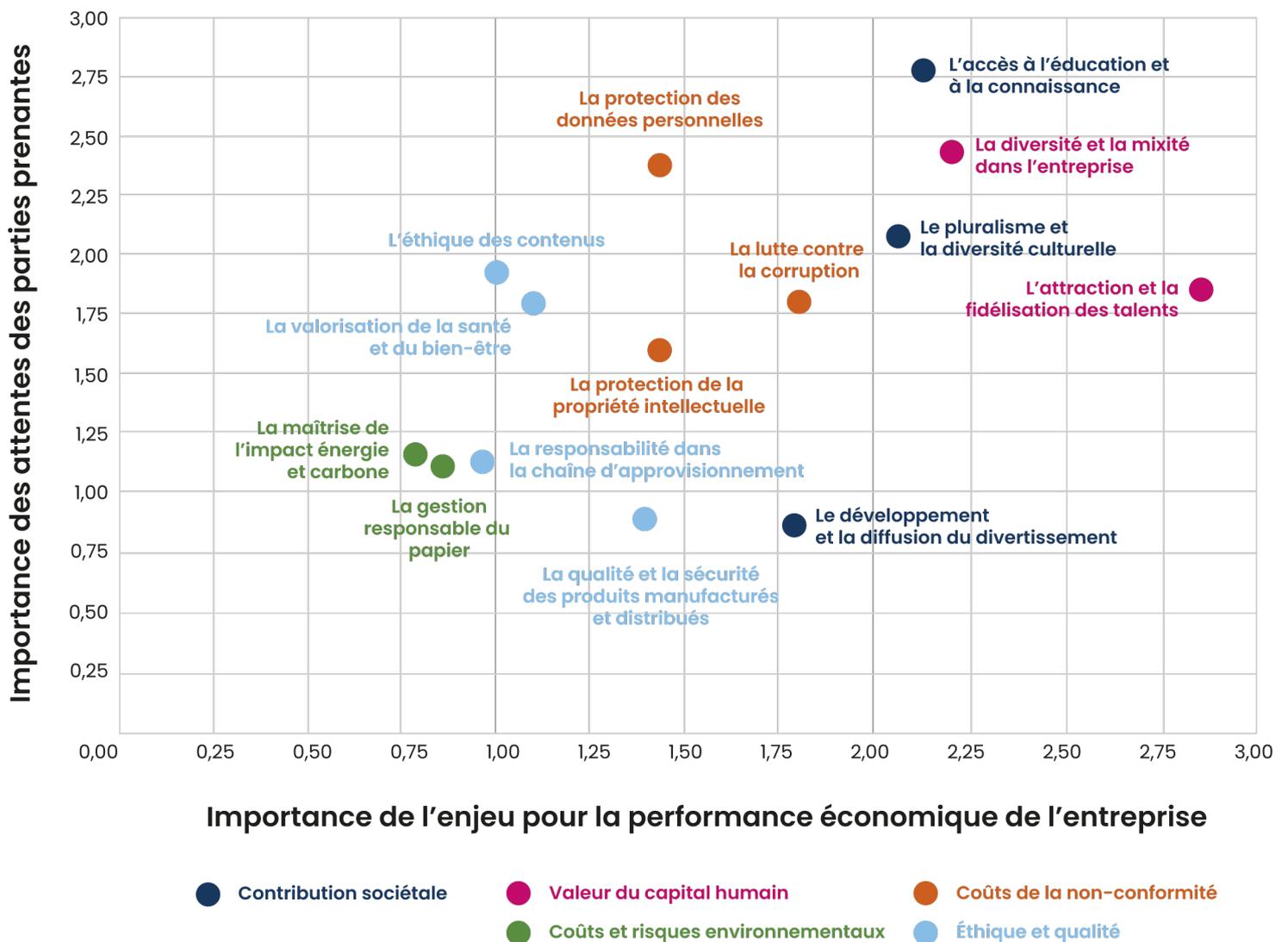


Bernard Ourghanlian
Directeur Technique et
Sécurité de Microsoft



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

4. Matrice de matérialité du groupe Lagardère*



*réalisée en 2017, mise à jour prévue en 2023.

Contact

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

Lagardère