

Cultures  
*en mouvement*



Nos engagements  
**RSE** 2025 - 2026

*Lagardère*

# Cultures en mouvement

Louis Hachette Group, maison-mère de Lagardère, a défini en décembre 2025 une stratégie RSE commune à l'ensemble de ses activités, portée par la signature "Cultures en mouvement". Cette stratégie incarne à la fois les métiers du Groupe et la manière de les opérer, et constitue désormais le cadre dans lequel Lagardère poursuit ses engagements en matière de durabilité.

## Lagardère affiche les performances extra-financières suivantes en 2025 :



Le risque ESG de Lagardère continue à se réduire et s'est établi à **12,87** en 2025 (contre 14,23 en 2024 et 16,45 en 2023), une performance qui positionne Lagardère en 4<sup>e</sup> place de sa catégorie.



Lagardère obtient le score **70/100**, en amélioration de 14 points par rapport à l'année précédente.

*Les cultures, ce sont des histoires, des voix, des goûts, des idées.*

*Elles nous relient, elles nous ouvrent, elles nous nourrissent.*

*Elles circulent partout :*

*dans un livre ouvert dans un train, un magazine acheté dans une boutique d'aéroport,*

*autour d'un café dans une gare, d'une émission de radio ou d'un concert.*

*Les cultures voyagent.*

*Elles se mélangent, elles se répondent, elles évoluent.*

*Elles vivent.*

*Et chez Louis Hachette Group, c'est ce mouvement qu'on aime faire grandir.*

*Dans l'édition, les médias, le spectacle vivant, le commerce en zone de transport.*

*Partout où les gens passent, on essaye de faire passer les idées. Et les émotions.*

*Mais aujourd'hui, faire vivre les cultures,*

*c'est aussi apprendre à les faire vivre autrement.*

*Avec plus d'attention.*

*Plus de responsabilité.*

*Et toujours plus d'innovation.*

*On repense nos façons de produire, d'imprimer, de transporter, d'accueillir, de divertir.*

*On cherche à consommer mieux, à réduire notre impact,*

*à imaginer des modèles plus durables et plus ouverts*

*On défend la lecture, l'accès à l'éducation, la création, la liberté*

*d'expression, la diversité des voix.*

*On valorise les expériences des voyageurs autour des cultures locales, des traditions culinaires, des rencontres et des émotions.*

*On agit aussi pour que chacun trouve sa place :*

*dans nos équipes, dans nos pages, sur nos ondes, dans nos boutiques,*

*nos restaurants, sur nos scènes.*

*Pour des cultures qui n'excluent personne, qui écoutent toutes les voix,*

*et qui continuent d'ouvrir des horizons.*

*Parce que les cultures changent tout.*

*Elles rendent le monde plus curieux, plus libre, plus vivant.*

*Et tant qu'elles inspirent, rassemblent, éclairent,*

*nous continuerons, nous aussi, à les faire avancer, durablement.*

Louis Hachette Group.







#1

## *Faire vivre une culture d'impact*

---

**-27%**

d'émissions de Teq CO<sub>2</sub>/ETP depuis 2019  
(émissions des scopes 1 et 2 & scope 3  
lié aux déplacements professionnels)

---

**99,9%**

de papier certifié ou recyclé au sein de  
nos branches Editions et Médias



# #1.1 Adapter nos métiers pour décarboner nos activités

#1.1

Réduction des émissions de GES\* de **30%** d'ici à 2030.



\*Gaz à effet de serre

Le groupe Lagardère déploie un plan de transition ambitieux, qui fédère toutes ses activités avec l'objectif de réduire de près de 30% ses émissions de gaz à effet de serre d'ici 2030 (base 2019).

## Optimisation énergétique (scopes 1 & 2)

■ Les branches d'activité du Groupe améliorent l'efficacité énergétique de leurs bâtiments et de leurs installations, et privilégient le recours aux énergies renouvelables.

■ L'électrification du parc automobile se poursuit, avec pour objectif d'atteindre 100 % de véhicules hybrides ou électriques d'ici à 2030\*, et s'accompagne de mesures favorisant le télétravail et le covoiturage.



La trajectoire de réduction des émissions de gaz à effets de serre de Lagardère Travel Retail a été officiellement validée par le Science Based Target initiative (SBTi) en 2025.

Fort des résultats obtenus sur son bilan carbone, Hachette Livre a rehaussé son ambition climatique en visant désormais une réduction d'environ 50 % de ses émissions de gaz à effet de serre d'ici à 2030 (base 2019), portée par un plan d'action renforcé.



Installation de panneaux solaires sur le site logistique à Getafe en Espagne (Grupo Anaya).

\*Pour Lagardère Travel Retail, cet objectif s'applique aux pays où le mix énergétique est adapté et où la couverture en bornes de recharge est suffisamment développée.

## Décarbonation de la chaîne de valeur (scope 3)

■ Aux côtés de grandes enseignes de distribution, Lagardère Travel Retail renforce significativement son engagement auprès de ses fournisseurs grâce à son adhésion à la plateforme LESS (Low Emissions Sustainable Sourcing), permettant l'échange de données carbone entre industriels et distributeurs. La branche promeut également une consommation plus responsable au sein de son activité Restauration, notamment en proposant des alternatives à la viande de bœuf et en développant des repas flexitariens. Elle franchit une nouvelle étape en 2025 avec le lancement d'un programme de sélection d'une offre plus responsable, We Care We Do, fondé sur un dialogue transparent entre les équipes achats et les fournisseurs, et s'appuyant sur une méthodologie intégrant divers critères RSE appliqués aux fournisseurs comme aux produits.



Lancement de l'offre responsable de Lagardère Travel Retail dans les points de vente.



Lagardère Travel Retail développe aussi l'approvisionnement local pour répondre à l'attente croissante des voyageurs en quête d'authenticité, comme en témoigne l'ouverture du magasin Discover London au terminal sud de London Gatwick en 2025, qui valorise une sélection de produits britanniques emblématiques.



En 2025, Lagardère Radio a rejoint le label Ecoprod afin de mieux évaluer

l'empreinte carbone de ses productions publicitaires et a également contribué à l'adaptation de l'outil de mesure Carbon'Clap aux productions sonores.

■ Lagardère Publishing ajuste ses tirages au plus près de la demande et intègre l'éco-conception dès la création de ses ouvrages. Parallèlement, la branche réduit l'intensité carbone de sa chaîne de valeur en sélectionnant des papetiers et imprimeurs engagés dans la transition énergétique.

■ Lagardère News optimise la production de ses différents titres de presse et travaille à réduire l'intensité carbone des licences média (magazines ELLE), en collaboration avec ses partenaires franchisés.



# #1.2 Prendre soin des ressources tout au long de notre chaîne de valeur

L'économie circulaire est aussi une priorité pour Lagardère. La maîtrise des approvisionnements en amont de sa chaîne de valeur et la réduction des déchets contribuent à préserver les ressources naturelles, tout en réduisant son empreinte carbone.

## Eco-conception et limitation des invendus chez Lagardère Publishing

■ Le programme d'éco conception mené en France depuis 2021, comprenant l'organisation d'une Semaine de l'éco conception et d'un éco challenge, a été étendu au Royaume Uni à travers « Green Shoots », un concours interne destiné à diffuser les pratiques écoresponsables auprès des équipes britanniques.

■ La branche poursuit le déploiement de l'impression à la demande avec Lightning Source France et le réapprovisionnement automatisé des stocks grâce au programme Ritmeo afin de limiter la surproduction et donc la destruction d'invendus.

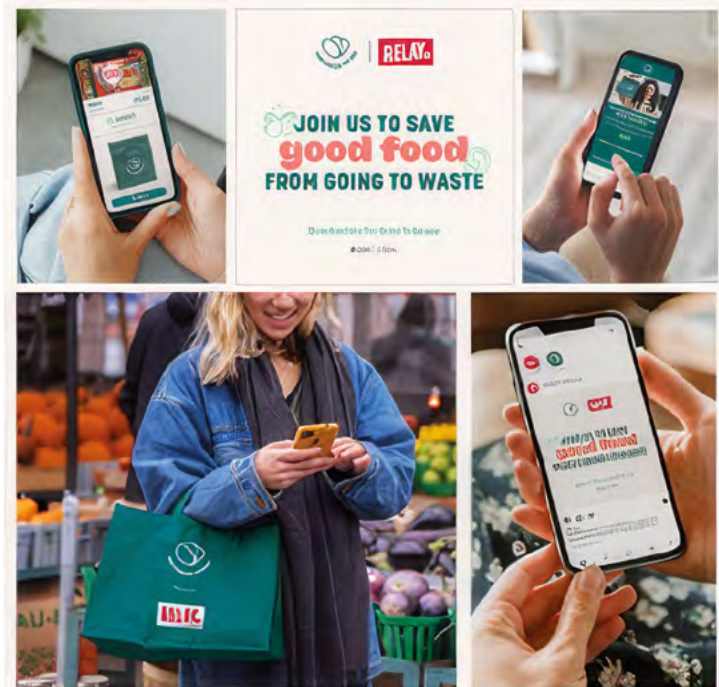


Plus de  
**440 000 titres**  
en 2025 au catalogue d'impression à la demande en France.

# #1.2

## Lutte contre le gaspillage alimentaire et les déchets chez Lagardère Travel Retail

■ Lagardère Travel Retail continue de lutter contre tout type de déchets et de réduire le gaspillage alimentaire avec son programme FLOW (Fighting to Limit Our Waste) étendu à l'international, notamment grâce à la formation de plus de 1 300 collaborateurs, à l'amélioration de la mesure des déchets et au déploiement global du partenariat avec Too Good To Go pour limiter les invendus alimentaires.



Partenariat Relay x Too Good To Go

## La réduction de l'utilisation du plastique



Lagardère Travel Retail agit pour renoncer au plastique vierge et privilégier l'approvisionnement en ressources recyclées ou réutilisables (emballages logistiques, sacs de caisses, consommables).

En 2025, la branche a atteint son objectif de transition vers des sacs en matériaux éco-responsables pour l'ensemble de ses approvisionnements directs, et 75 % des bouteilles d'eau vendues dans ses points de vente étaient composées à 100 % de plastique RPET (PET recyclé).

De son côté, Lagardère Publishing poursuit le déploiement d'un plan d'action bas plastique en France à la fois dans la production des produits (livres, coffrets) et dans la chaîne logistique.



Entrepôt de Maurepas (Lagardère Publishing)





#2



## *Faire vivre une culture des talents*

---

47%

de femmes parmi les top exécutifs

---

11,8

heures de formation en moyenne  
par salarié

# #2.1 Des métiers de la création à nos points de vente, favoriser l'épanouissement des équipes



Programme de mentorat : promotion 2025.

**129**  
binômes mentor-mentoré ont été constitués depuis le lancement du programme Groupe en 2018.

Avec plus de 33 000 collaborateurs à travers le monde, Lagardère veille à garantir la qualité de vie au travail et à favoriser l'épanouissement des équipes.

## Développement des parcours professionnels et équilibre des temps de vie

- Au niveau du Groupe, le dispositif de mobilité interne et le programme de mentorat croisé entre les différentes branches d'activité continuent d'être développés afin d'accompagner les collaborateurs dans l'évolution de leur carrière.
- Les branches d'activité multiplient les initiatives en faveur de l'équilibre entre vie professionnelle et vie privée, notamment à travers les dispositifs de congés parentaux et d'aidant familial, ainsi que l'aménagement des horaires lors d'événements particuliers.

## Engagement des salariés

- Des enquêtes d'engagement sont déployées afin de mieux comprendre l'état d'esprit des équipes et d'identifier des leviers d'amélioration : elles sont menées chaque année chez Lagardère Travel Retail, où elles sont déployées dans 100 % des pays concernés en 2025, et ponctuellement au sein de certaines entités de Lagardère Publishing.

# #2.2 Cultiver la diversité, révéler les compétences et encourager l'innovation

La diversité des équipes constitue un enjeu fondamental pour Lagardère afin de répondre à la pluralité de ses publics et les besoins hétérogènes de ses clients. La formation, socle de l'égalité des chances, permet au Groupe de développer tous les talents.

## Diversité et lutte contre la discrimination

### Recrutement inclusif chez Lagardère Travel Retail

- La politique de lutte contre les discriminations passe par l'obligation d'une mention sur la diversité des profils dans les offres d'emploi, et des actions locales, comme le programme de recrutement de jeunes issus de milieux défavorisés lancé en 2022 en partenariat avec l'aéroport de Lima.

### Diversité des origines chez Lagardère Publishing

- Hachette UK continue de se mobiliser en faveur de la diversité des équipes par le biais de son programme « Changing the story », lancé en 2016. Ce programme, déployé également aux Etats-Unis, a été élargi chez Hachette Book Group au-delà de la représentation interne pour relier directement l'inclusion à la stratégie éditoriale de la filiale.

## Formation et développement des compétences

- Le Groupe met à disposition depuis 2023 une plate-forme de e-learning afin d'investir dans la montée en compétence de l'ensemble de ses collaborateurs partout dans le monde, complétée de formations adaptées aux besoins spécifiques des métiers au sein des branches d'activité.



Participation des équipes de Hachette UK au festival « Changing the Story » 2025.



Trois collaboratrices de Lagardère Travel Retail participant au nouveau programme de formation « Aura », un dispositif d'ampleur destiné aux équipes de vente et consacré à l'excellence relationnelle, à la connaissance produit et à la personnalisation du parcours client.



### Egalité professionnelle entre les femmes et les hommes

**91/100**  
à l'Index **Egalité**  
**professionnelle**  
en France.

**47%**   
de femmes parmi  
les « top exécutifs »

(atteinte de l'objectif  
fixé à 47% en 2025).

■ Comptant une majorité de femmes parmi ses effectifs, Lagardère veille à assurer une représentation équilibrée entre les femmes et les hommes à tous les niveaux de responsabilité et jusqu'au plus haut niveau de gouvernance, au sein des Top exécutifs, où l'exemplarité en la matière constitue une priorité clairement affirmée.



■ Lagardère Publishing poursuit ses actions en faveur de l'égalité salariale, notamment à travers des initiatives de transparence des salaires menées au Royaume Uni, qui ont permis à Hachette UK d'être reconnu parmi les 50 meilleurs employeurs pour l'égalité des genres par le Times pour la sixième année consécutive.

■ Lagardère Travel Retail déploie des programmes de développement des talents féminins en France et en Espagne, et a reconduit sa Gender Equity Certification en Italie.

### Intégration des personnes en situation de handicap

■ Hachette Livre mène des actions en faveur du recrutement, du maintien dans l'emploi et de l'accompagnement des personnes en situation de handicap, portées par sa Mission Handicap créée en 2015, qui incluent notamment l'aménagement des postes de travail.

■ Lagardère Travel Retail met en œuvre des mesures en faveur de l'inclusion des personnes en situation de handicap au sein de ses entités, comme en témoigne la progression de l'aéroport de Luton au Royaume Uni dans le programme Disability Confident, où il a atteint le niveau 3 (Disability Confident Leader) en 2025.

■ Lagardère News et Lagardère Radio organisent également des actions de sensibilisation au handicap, notamment dans le cadre de la Semaine européenne pour l'emploi des personnes handicapées.



Organisation d'un « Café silence » chez Hachette Livre en France pour faire découvrir la langue des signes aux collaborateurs.





#3

**Faire vivre  
une culture d'ouverture**

---

**40 heures**

de contenus « verts » sur les antennes  
de Lagardère Radio

---

**29 018**

Livres audio disponibles dans le catalogue  
de Lagardère Publishing

---

**5 502**

salariés engagés dans des actions de  
solidarité, totalisant 25 221 heures de travail



## # 3.1 Soutenir la création plurielle et toutes les voix qui la portent

FONDATION Jean-Luc  
**Lagardère**

soutient la création en attribuant chaque année des bourses à des jeunes professionnels de la culture et des médias.

En 2025, le lancement d'une nouvelle bourse «Regard Engagé» encourage un créateur, identifié parmi les candidats aux neuf bourses historiques, dont le projet contribue à développer de nouveaux récits pour favoriser la prise de conscience sur les enjeux sociaux et environnementaux et inventer un futur souhaitable.

Depuis sa création en 1990, 386 lauréats (dont treize nouveaux en 2025) ont reçu la somme totale de 7 770 000 €, dont 180 000 € en 2025. La Fondation développe également des partenariats avec des associations et grandes institutions qui partagent les mêmes engagements en faveur d'une culture partagée et ouverte à tous.

Lagardère Publishing, Lagardère News et Lagardère Radio valorisent des contenus diversifiés et font émerger la pluralité des voix au cœur de leurs productions éditoriales.

### Éditeurs engagés chez Lagardère Publishing

■ Lagardère Publishing développe depuis plusieurs années des contenus à impact en couvrant des thématiques telles que l'écologie, le féminisme, l'inclusion et la diversité, avec notamment les Éditions La Plage, La Grenade (JC Lattès), Dialogue Books (Hachette UK), Legacy Lit (Hachette Book Group) ou encore les collections féministes Les Insolentes (Hachette Pratique) et Feminismos (Grupo Anaya).

### Diffusion de contenus « verts » chez Lagardère Radio

■ Depuis 2022, les radios du Groupe adhèrent au Contrat média climat mis en place avec l'Arcom pour mesurer le volume d'heures consacrées aux sujets environnementaux. Des programmes emblématiques valorisent en outre certaines des initiatives positives et territoriales tels que La France bouge ou Balades en France, mettant en lumière projets entrepreneuriaux innovants, savoir-faire locaux et découvertes régionales.



Remise de la bourse Regard Engagé, attribuée à un lauréat dont le projet porte sur la santé mentale.

## #3.2 Promouvoir l'accès à l'éducation et à la culture

Certaines des activités de Lagardère (édition, presse, radio, spectacles vivants) produisent des contenus à caractère informatif, éducatif et culturel. Elles ont donc un rôle clé à jouer pour faciliter l'accès à l'éducation et contribuer à la démocratisation de la culture.

### Mesures prises en faveur de l'accessibilité

■ Depuis 2024, Lagardère Publishing publie 98 % de ses nouveautés d'ouvrages de texte en format accessible « epub 3 » (niveau 2), ce qui le positionne en pionnier vis à vis de la directive « European Accessibility Act », entrée en vigueur en 2025 et exigeant désormais que tous les nouveaux livres numériques soient accessibles aux personnes malvoyantes ou ayant des difficultés de lecture. La branche développe également l'audiobook, contribuant ainsi à élargir l'accès aux contenus.

■ Lagardère Live Entertainment met en place un dispositif d'accueil des publics atteints de troubles du spectre de l'autisme (TSA) dans ses salles de spectacle et a obtenu en 2025 le label Tourisme et Handicap pour l'Arkea Arena de Bordeaux.

### Éducation aux métiers de l'édition et des médias

■ En 2025, Hachette Livre a accueilli 120 jeunes sur son site de Vanves dans le cadre du Pass Culture afin de leur faire découvrir les métiers de l'édition.

■ Lagardère News et Lagardère Radio participent chaque année à la Semaine de la presse et des médias dans l'École, et ont accueilli près de 250 jeunes lors de l'édition 2025.

**98%**  
des nouveautés de Lagardère Publishing accessibles\* aux personnes en situation de handicap.

\* Nouveautés ouvrage de texte accessibles au niveau 2





La promotion de la lecture au cœur de l'activité de Lagardère Publishing



L'actrice Reese Witherspoon est la porte-parole de la campagne Raising Readers.

■ Lagardère Publishing, troisième groupe mondial d'édition de livres grand public, publie plus de 15 000 nouveautés par an. Fort de plus de 200 marques d'édition couvrant tous les segments éditoriaux grand public (Littérature générale, Littérature de genre, Illustré, Jeunesse et Young Adult, Scolaire et Parascolaire, etc.), la promotion de la lecture est au cœur de son activité. En 2026, Hachette Livre célèbre son bicentenaire, et a organisé à cette occasion Les Grandes Rencontres Hachette en mars 2026, un événement culturel inédit, gratuit et ouvert à tous.

■ Hachette UK et Hachette Book Group ont lancé en 2025 « Raising Readers », une campagne d'ampleur visant à sensibiliser au recul de la lecture plaisir chez les enfants (textes de sensibilisation en fin d'ouvrage, partenariats solidaires, collaborations avec des marques, etc.).

Le plaisir de la lecture en voyage avec Lagardère Travel Retail



■ Lagardère Travel Retail, via son réseau Relay, renforce le lien entre lecture et voyage. La 48<sup>ème</sup> édition du Prix RELAY des Voyageurs Lecteurs promeut la découverte littéraire, tandis que le Prix RELAY-SEPM des Magazines de l'Année récompense les titres les plus audacieux, créatifs et engagés.

Des rendez-vous littéraires quotidiens avec Lagardère Radio

■ Outre une chronique littéraire diffusée tous les jours dans la matinale d'Europe 1, l'émission La Voix est Livre de Nicolas Carreau met chaque semaine à l'honneur des auteurs et leurs ouvrages. Europe 1 s'engage également avec le Prix littéraire Europe 1 x GMF, qui récompense une œuvre célébrant le collectif et les valeurs humaines.

Bénévolat, mécénat de compétences et soutien aux associations

■ Dans toutes les branches d'activité, les collaborateurs s'engagent au profit de diverses associations sur leur temps de travail, soit ponctuellement par le biais du bénévolat, soit à plus long terme via du mécénat de compétences.

■ Lagardère Live Entertainment met à disposition ses salles de spectacles pour accueillir des associations, comme *Princesse Margot*, *À la vie à l'amour*, *La nuit de la déprime*, le concert caritatif *Du bout des lèvres* ou bien *Epic Night*.



■ Lagardère Radio fait don d'espaces publicitaires à des annonceurs œuvrant pour des grandes causes : en 2025, sur les antennes d'Europe 1, Europe 2 et RFM, 236 000 € d'espaces gratuits ont été mis à disposition d'associations comme La Fondation des Femmes, Action contre la Faim ou l'Établissement français du sang.



Près de 130 collaborateurs de Lagardère ont participé à la course Odyssey 2025 pour soutenir la recherche contre le cancer du sein, aux côtés de Prisma Media.



Lagardère Paris Racing a accueilli une quinzaine de jeunes âgés de 7 à 17 ans encadrés par l'association Apprentis d'Auteuil pour un stage multi-sports.

La promotion de la lecture et de l'écriture auprès des publics qui en sont éloignés via la Fondation Hachette pour la lecture

La Fondation Hachette pour la lecture soutient des initiatives favorisant l'accès au livre, autour de deux missions : lutter contre l'illettrisme, le décrochage scolaire et favoriser le lien social à travers la lecture. Depuis 2021, elle a soutenu 34 structures qui démocratisent le livre et permettent au plus grand nombre de (re) découvrir le plaisir de lire, en France et à l'étranger.





#4

## Faire vivre une culture de confiance

---

90%

de collaborateurs formés  
à l'anti-corruption en 2025

---

91%

de la dépense fournisseurs  
à risque élevée évaluée



# #4.1 Garantir des comportements éthiques dans nos relations d'affaires

90%



des salariés formés à l'anti-corruption

(dépassement de l'objectif fixé à 85% en 2025).

Lagardère inscrit la lutte contre la corruption au centre de ses engagements en matière d'éthique des affaires.

■ Au sein du Groupe, tous les salariés sont guidés par un code de conduite anti-corruption et une formation en e-learning dédiée à ce sujet est diffusée à l'ensemble des collaborateurs. Par ailleurs, une ligne d'alerte éthique est mise à disposition des collaborateurs ainsi que des parties prenantes externes (fournisseurs, consommateurs, etc.).



# #4.2 Déployer des pratiques toujours plus responsables auprès de nos partenaires

La sécurisation des relations fournisseurs est une autre priorité pour Lagardère, au regard notamment de sa forte présence à l'international.

■ Le Groupe dispose d'une Charte Fournisseur responsable, mise à jour en 2025, et mène également un processus d'évaluation de l'intégrité des tiers. Par ailleurs, Lagardère collabore avec EcoVadis afin d'apprécier régulièrement les performances environnementales, sociales et éthiques de ses fournisseurs et sous-traitants. Ces revues, complétées par d'autres analyses ESG, permettent au Groupe de suivre la part de la dépense fournisseurs présentant des risques élevés ayant fait l'objet d'une évaluation.



91%



de la dépense fournisseurs à risques élevés évaluée en 2025

(dépassement de l'objectif fixé à 80% en 2025).





## Contact

---

**DIRECTION DE LA RSE  
ET DU DEVELOPPEMENT DURABLE**

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