

NOS ENGAGEMENTS RSE

2024 - 2025

LOUIS HACHETTE GROUP

Les notations extra-financières de Lagardère progressent en 2024 :

CDP CLIMAT

Lagardère obtient la **note B** (versus C en 2023), et ce, dans un contexte de renforcement de la méthodologie du CDP. Parmi les points forts relevés par l'organisme de notation : la trajectoire de réduction des émissions de gaz à effet de serre, la mise en œuvre d'actions de décarbonation (plan de transition), la capacité à tracer les émissions sur les trois scopes de manière annuelle et la gestion responsable des ressources naturelles.

SUSTAINALYTICS

Le risque ESG de Lagardère continue à se réduire et s'établit à **14,3** en 2024 (contre 16,45 en 2023 et 17,52 en 2022). L'analyse souligne pour Lagardère : « la faible exposition aux risques ESG et une gestion rigoureuse de ses enjeux prioritaires », à savoir le capital humain, la gouvernance d'entreprise, la gestion des données personnelles et la cybersécurité.



AVANT - PROPOS

Réinventer le présent pour un avenir meilleur

L'année 2024 a marqué la naissance de Louis Hachette Group, réunissant Lagardère et Prisma Media. En matière de RSE, le Groupe capitalise sur les actifs forts des deux entités.

Tant chez Lagardère que chez Prisma Media, la réduction de l'empreinte environnementale est une priorité. Sur le volet social, la promotion de la diversité est une valeur essentielle au sein des deux entités, avec une attention particulière portée à l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes. Enfin, l'éthique des affaires guide les relations avec toutes les parties prenantes (salariés, fournisseurs, clients, etc.).

Au-delà de ces fondamentaux, Louis Hachette Group se distingue par une vocation commune : promouvoir la lecture sous toutes ses formes. Que ce soit en librairie, à travers la presse, à la radio ou dans les zones de transport, la lecture est mise à l'honneur, révélant les synergies qui existent entre les différentes entités du Groupe.

La lecture est au cœur des activités de Lagardère Publishing, qui propose une riche sélection d'ouvrages et œuvre sans cesse pour en améliorer l'accessibilité. Elle s'invite également dans notre quotidien, à travers les magazines

publiés par Lagardère News et Prisma Media, et les chroniques littéraires diffusées sur les antennes de Lagardère Radio. Elle accompagne aussi nos voyages avec Lagardère Travel Retail qui favorise la découverte littéraire via son réseau de magasins Relay. En outre, elle est au centre de la mission de la Fondation Hachette pour la lecture, engagée dans la lutte contre l'illettrisme et le décrochage scolaire, et qui en fait un vecteur de lien social. Enfin, la promotion de la lecture est portée par la Fondation Jean-Luc Lagardère, qui accompagne notamment le parcours de jeunes écrivains et libraires. Elle co-organise aussi le Prix de la littérature arabe qui favorise la diversité culturelle et la lecture des jeunes grâce au Prix de la littérature arabe des lycéens.

Ainsi, Louis Hachette Group s'affirme comme un acteur résolument tourné vers la culture, avec une ambition commune : faire de la lecture un plaisir accessible à tous et partout, tout en poursuivant son engagement pour le développement durable.





#1 ENVIRONNEMENT

3,88

tCO₂e / ETP sur les scopes 1,
2 et 3 partiel* en 2024

100%

des invendus sont recyclés
(édition de livres et médias)

* Déplacements collaborateurs

LA RELOCALISATION DES IMPRESSIONS



Lagardère Publishing et Prisma Media privilégient l'impression de certaines éditions sur des sites français afin de réduire les émissions liées au transport amont.

L'APPROVISIONNEMENT RESPONSABLE DU PAPIER



Lagardère Publishing et Lagardère News s'approvisionnent à 99 % en papier certifié FSC/PEFC. L'ensemble des rédactions de Prisma Media utilisent du papier issu de forêts gérées durablement.

#1.1 Climat nos leviers de décarbonation

Dans le cadre de sa politique environnementale, Louis Hachette Group met l'accent sur la décarbonation de ses activités dans toutes les étapes de sa chaîne de valeur.

Optimisation énergétique (scopes 1 & 2)

{ Efficacité énergétique des bâtiments et des installations, recours à l'énergie renouvelable.

{ Électrification du parc automobile, recours au télétravail et au covoiturage.

Décarbonation de la chaîne de valeur (scope 3)

{ **Lagardère Travel Retail**
Engagement avec les fournisseurs, promotion d'une consommation plus responsable au sein de l'activité Restauration (alternatives à la viande de bœuf et développement de repas flexitariens).

{ **Lagardère Publishing**
Gestion optimisée des tirages, réduction de l'intensité carbone des papetiers et des imprimeurs (critère de sélection des fournisseurs et éco-conception des produits), baisse des émissions liées au fret amont-aval (critère de sélection des prestataires logistiques et alternatives au fret aérien).

{ **Lagardère News**
Optimisation de la production des différents titres de presse, réduction de l'intensité carbone des licences média (magazines ELLE) en lien avec les partenaires franchisés.

{ **Prisma Media**
Choix de partenaires papetiers 100% européens et optimisation des procédés de fabrication (imprimeurs proches des centres de distribution, gestion des quantités).



L'enseigne Natoo (marque propre de Lagardère Travel Retail) propose aux voyageurs de composer leur salade à base d'ingrédients frais convenant aux végétariens et végétariens.

LA RÉDUCTION DE L'UTILISATION DU PLASTIQUE



La réduction de l'utilisation du plastique est un engagement transversal au sein de toutes les entités de Louis Hachette Group.

Lagardère Travel Retail agit pour renoncer au plastique vierge et privilégier l'approvisionnement en ressources recyclées ou réutilisables (emballages logistiques, sacs de caisses, consommables). Après la suppression des sacs plastiques en 2023, son objectif est de passer à 75% de bouteilles d'eau en plastique recyclé (RPET) d'ici fin 2025.

De son côté, Lagardère Publishing a déployé un plan d'action bas plastique en France à la fois dans la production des produits (livres, coffrets) et dans la chaîne logistique. Son déploiement à l'international est mis en œuvre en 2025.

Prisma Media diffuse 100 % de ses abonnements mensuels sous emballage papier thermoscellé, réduisant ainsi l'utilisation du plastique.



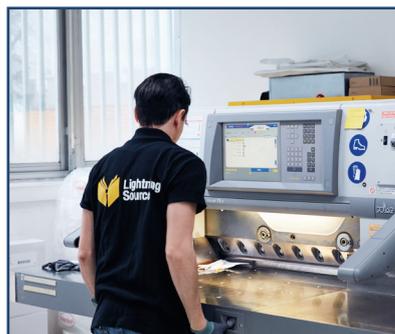
#1.2 Gestion des ressources et économie circulaire

Par la nature de ses métiers, l'économie circulaire est également, pour Louis Hachette Group, une priorité environnementale, qui permet de concilier la préservation des ressources et l'optimisation des coûts à long terme, tout en réduisant l'empreinte CO₂.

Eco-conception et limitation des invendus chez Lagardère Publishing

{ Organisation de la semaine de l'éco-conception et d'un éco-challenge dans le cadre du programme annuel d'éco-conception mis en place depuis 2021.

{ Poursuite du déploiement de l'impression à la demande et du réapprovisionnement de stock automatisé pour limiter le nombre d'invendus.



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

{ Déploiement du programme anti-gaspillage FLOW (Fighting to Limit Our Waste) à l'international afin de lutter contre tout type de déchets et réduire le gaspillage alimentaire : formation anti-gaspillage déployée auprès de plus de 800 collaborateurs ; mise en place d'une meilleure mesure des déchets ; déploiement global du partenariat avec Too Good To Go pour réduire les invendus alimentaires.



LA PUBLICITÉ RESPONSABLE

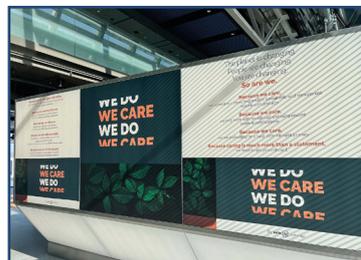


Lagardère Publicité News et Prisma Media mettent en œuvre des actions concrètes en faveur d'une publicité plus responsable. En 2024, 80 salariés de la régie de Lagardère News et Lagardère Radio ont été formés à ce sujet. De son côté, Prisma Media a signé un partenariat avec Greenbids pour réduire les émissions de GES de ses publicités digitales. Prisma Media utilise également le calculateur EcoImpact du Syndicat des Editeurs de la Presse Magazine (SEPM) afin de mesurer l'empreinte carbone des campagnes publicitaires papier et digitales. Enfin, dans le cadre de son engagement à devenir une marque media à impact positif, le magazine GEO s'est doté d'une Charte d'engagement pour une publicité responsable. Elle veille notamment à garantir l'alignement des valeurs éditoriales et publicitaires, minimiser l'impact environnemental publicitaire et encourager la diffusion de publicités responsables.

#1.3 Une approche éco-responsable au cœur des pratiques clients

Soucieuses de limiter leur impact environnemental, les filiales de Louis Hachette Group ont mis en place en 2024 de nouvelles pratiques à destination de leurs clients et partenaires commerciaux, que ce soit dans l'offre de produits, la gestion des salles de spectacles ou encore les régies publicitaires.

{ Chez Lagardère Travel Retail, élaboration d'une offre de produits responsables, «**We care, we do**», sélectionnés selon divers critères sociaux et environnementaux. Dans ce cadre, la branche va notamment promouvoir les produits labellisés par des certifications indépendantes, les produits rechargeables, le vrac, ou encore les produits de seconde-main.



{ Signature d'un **nouveau partenariat entre Ecoprod et Lagardère Radio** visant à labelliser les productions audios en fonction de leur impact.

ecoproduct

{ **Obtention de la certification ISO 20121** pour toutes les activités de l'Arkéa Arena de Bordeaux, garantissant une gestion responsable de ses événements.



Lancement de l'opération « **Mon concert à vélo** » à l'Arkéa Arena pour inciter les spectateurs à se rendre au concert à vélo, et promouvoir ainsi les mobilités douces.





#2

SOCIAL

46%

de femmes
parmi les top
exécutifs

81%

des salariés formés à la lutte
contre le harcèlement
(moral, sexuel)

93/100

à l'Index Egalité professionnelle
en France

#2.1 Promotion de l'égalité des chances

L'engagement social est inscrit dans l'ADN de Louis Hachette Group, capitalisant sur les valeurs fortes de Lagardère et Prisma Media, toutes deux investies de longue date en faveur de l'égalité des chances.

Prévention du harcèlement

{ Déploiement d'un **e-learning** à l'ensemble des salariés du Groupe pour les sensibiliser au **harcèlement moral et/ou sexuel**.

{ De nombreuses **initiatives en faveur de la parentalité** chez Hachette Livre, comme le maintien du salaire à 100 % pour les collaborateurs en congé deuxième parent.

{ **Promotion des femmes dans les métiers techniques** chez Prisma Media, métiers où elles sont traditionnellement sous-représentées.

Egalité professionnelle

{ **Déploiement de programmes de développement des talents féminins** chez Lagardère Travel Retail en Espagne, au Portugal et en Pologne pour soutenir l'évolution professionnelle des femmes et obtention de la Gender Equity Certification en Italie.



Des collaboratrices de Prisma Media déconstruisent les clichés sur les métiers techniques dans le cadre de la Journée internationale des droits des femmes.



Hachette UK classé parmi les 50 meilleurs employeurs pour l'égalité des genres par le Times en 2024



L'INTÉGRATION DES PERSONNES EN SITUATION DE HANDICAP



Au sein de Louis Hachette Group, l'inclusion des personnes en situation de handicap est un engagement commun à toutes ses entités. Hachette Livre a créé sa Mission Handicap en 2015. En France, elle favorise le recrutement, le maintien dans l'emploi et le soutien des personnes en situation de handicap, notamment par des aménagements de postes de travail.

De son côté, Lagardère Travel Retail France a mis en place un programme de sensibilisation au handicap, incluant un accord d'entreprise pour le recrutement de travailleurs en situation de handicap.

Prisma Media est signataire de la Charte de la diversité et partenaire de l'association pour l'insertion sociale et professionnelle des personnes handicapées depuis 2011.



#2.2 Lutte contre les discriminations

Louis Hachette Group combat toute forme de discrimination grâce aux actions concrètes de ses entités.

Recrutement inclusif chez Lagardère Travel Retail

{ **Politique de lutte contre les discriminations** qui passe par l'ajout systématique 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.

{ **Poursuite du programme** Changing the story au Royaume-Uni et aux Etats-Unis visant la diversité au sein des équipes.

Intégration de jeunes issus de réseaux d'éducation prioritaire chez Prisma Media

{ **Accueil de jeunes REP et REP+** de Gennevilliers en stage et alternance pour promouvoir l'égalité des chances tout en renforçant l'ancrage territorial.

Diversité des origines chez Lagardère Publishing

{ **Actions de recrutement inclusif en France** : formations au recrutement et au management inclusif, partenariats en faveur de l'égalité des chances avec Nos Quartiers ont des Talents et les Conventions d'Éducation Prioritaire de Sciences Po, etc.

14h

de formation par salarié,
en moyenne, en 2024

Obtention de la certification

« **Top Employer** »chez Lagardère Travel Retail en Italie,
témoignant de l'excellence des conditions
de travail

#2.3 Qualité de vie au travail, formation

Avec plus de 34 000 collaborateurs à travers le monde, Louis Hachette Group veille à garantir la qualité de vie au travail et à favoriser le développement des compétences.

Formation et développement professionnel des collaborateurs

{ Déploiement de **dispositifs de e-learning** pour l'ensemble des salariés du Groupe afin d'investir dans la montée en compétence des collaborateurs.

{ Dans l'ensemble des entités de Lagardère Travel Retail, lancement d'un **programme de formation Retail** destiné aux vendeurs, incluant des sessions et événements en présentiel pour renforcer l'esprit d'équipe.

{ Face aux mutations des métiers de la presse et des médias, **mise en place de la GEPP** (Gestion des Emplois et Parcours Professionnels) chez Prisma Media pour anticiper les besoins en compétences et préparer les collaborateurs aux évolutions de leurs fonctions.

Qualité de vie au travail et engagement des salariés

{ Des actions menées chez Lagardère Publishing pour améliorer la **qualité de vie au travail** : événements organisés autour des Jeux Olympiques et Paralympiques de Paris 2024, participation à la semaine de la QVCT (Qualité de Vie et des Conditions de Travail) mobilisant 450 collaborateurs autour d'ateliers, webinars, etc.

{ Des initiatives destinées à inciter les collaborateurs à adopter de **bonnes pratiques en matière de santé** chez Lagardère News et Lagardère Radio : dépistage du cancer du sein, défi « Mois sans tabac », etc.

{ Des **enquêtes d'engagement** réalisées par les salariés chez Lagardère Travel Retail, Lagardère Publishing (Espagne) et Prisma Media, qui permettent de mesurer le bien être et la qualité de vie au travail des collaborateurs et d'identifier les axes d'amélioration à mettre en place.





#3

SOCIÉTAL

98%

des nouveautés de Lagardère Publishing
accessibles* aux personnes
en situation de handicap

5 739

salariés engagés dans des actions
de solidarité, totalisant
40 133 heures de travail

L'ÉDUCATION AUX MÉTIERS DE L'ÉDITION ET DES MÉDIAS



Les différentes entités de Louis Hachette Group initient les jeunes aux professions du secteur et soutiennent les talents émergents.

Lagardère Publishing a offert à 80 jeunes l'opportunité de découvrir les métiers de l'édition à Vanves dans le cadre du Pass Culture.

De leur côté, Lagardère News et Lagardère Radio se sont associés au CLEMI pour la 35^{ème} Semaine de la presse et des médias dans l'École et ont reçu près de 250 jeunes durant toute la semaine. En outre, Lagardère Radio a accueilli 64 stagiaires de 3^{ème} et de 2^{de} en 2024. L'entreprise organise également la Bourse Lauga Delmas, permettant à un lauréat d'intégrer la rédaction d'Europe 1 pour plusieurs mois.

Prisma Media soutient les jeunes talents à travers la 7^{ème} édition de la Bourse GEO du jeune Reporter, offrant à un futur journaliste ou photojournaliste l'opportunité de réaliser un reportage publié dans le magazine et sur son site internet. Enfin, dans le cadre de la Semaine de la presse et des médias dans l'École, l'entité a distribué 20 400 magazines, en format papier et numérique, aux établissements scolaires pour enrichir leurs supports pédagogiques.

#3.1 L'accès à l'éducation et à la culture

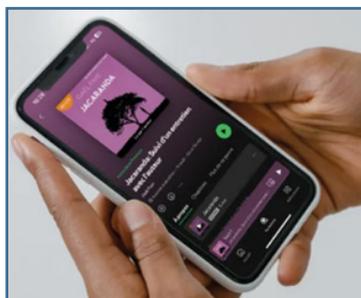
Les activités de Louis Hachette Group (édition, presse, radio, spectacles vivants) produisent des contenus à caractère informatifs, éducatifs et culturels. Elles ont donc un rôle clé à jouer pour faciliter l'accès à l'éducation et contribuer à la démocratisation de la culture.

Mesures prises en faveur de l'accessibilité

{ **Développement du livre numérique** et des formats nativement accessibles « ePub 3 » afin de toucher un spectre plus large de lecteurs, même les plus éloignés du livre en raison de leur situation de handicap, et **développement de l'audiobook** (partenariat avec Spotify) permettant également d'élargir l'accès aux contenus chez Lagardère Publishing.

{ **Formation des journalistes à l'écriture en langage clair** afin de rendre les contenus plus accessibles aux personnes en situation de handicap chez Prisma Media.

{ **Dispositif d'accueil des publics TSA** (Troubles du Spectre de l'Autisme) dans les salles de spectacle de Lagardère Live Entertainment.



#3.2 Promotion de la lecture

De Prisma Media, qui développe un nouveau segment jeunesse, à la Fondation Hachette, en passant par les chroniques livres d'Europe 1 et les prix littéraires organisés par Lagardère Travel Retail via son réseau Relay, toutes les entités de Louis Hachette Group se mobilisent pour promouvoir la lecture.

Une riche sélection d'ouvrages proposés par Lagardère Publishing

{ 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 (scolaire et parascolaire, littérature, illustré, livres de poche, etc.), la promotion de la lecture est au cœur de son activité.

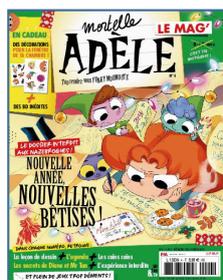
Le plaisir de la lecture en voyage avec Lagardère Travel Retail

{ Lagardère Travel Retail, via son réseau Relay, renforce le lien entre lecture et voyage. La 47e 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.



L'initiation à la lecture dès le plus jeune âge avec Prisma Media

{ Avec ses marques et titres touchant 2 Français sur 3, Prisma Media s'adresse à un large public et développe le segment jeunesse. Le lancement en 2024 du magazine Mortelle Adèle, conçu en collaboration avec les auteurs de la célèbre bande dessinée, initie les 8-12 ans à la presse et à la lecture.



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.



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

{ Créée en 2021, la Fondation Hachette s'engage autour de deux grandes missions : lutter contre l'illettrisme et le décrochage scolaire et favoriser le lien social à travers la lecture.

Depuis sa création, elle a accompagné **29 associations passionnées et engagées** qui, chaque jour, font rayonner la lecture.

 **fondation hachette**
pour la lecture

+50h

de contenus "verts" sur les antennes de Lagardère Radio



122

contenus à impact publiés dans les magazines de Prisma Media

#3.3 Publication de contenus à impact

Lagardère Publishing, Lagardère News, Lagardère Radio et Prisma Media contribuent à sensibiliser, informer et promouvoir des valeurs responsables à travers leurs productions éditoriales.

Des éditeurs engagés chez Lagardère Publishing

{ Les éditeurs de Lagardère Publishing favorisent l'émergence de contenus à impact en abordant des thématiques diverses telles que l'écologie, le féminisme, l'inclusion ou encore la diversité. C'est le cas par exemple de l'éditeur écologique et militant La Plage, de la marque éditoriale inclusive Dialogue Books au Royaume-Uni ou de la collection féministe *Les Insolentes* au sein de Hachette Pratique.



Diffusion de contenus "verts" chez Lagardère Radio

{ Lagardère Radio poursuit le Contrat média climat mis en place avec l'Arcom pour le suivi du nombre d'heures consacrées à des sujets environnementaux sur ses antennes. En outre, la branche remet annuellement à l'Arcom des bilans liés aux différentes thématiques qu'elle s'est engagée

à aborder dans ses programmes : lutte contre les violences faites aux femmes, environnement, bonne alimentation et hygiène de vie, handicap et parasport, sport féminin, éducation aux médias.

Publication de contenus à impact positif chez Prisma Media

{ Prisma Media publie des contenus à impact dans tous ses magazines. Plus particulièrement, l'entreprise a accéléré la transformation de GEO en une marque à impact positif. Cette évolution, amorcée en 2023, s'est concrétisée en 2024 par la publication d'une charte d'engagement pour un « journalisme responsable » ainsi qu'un partenariat avec Change Now. L'objectif est de faire de GEO un média mettant en valeur la nature et ceux qui agissent pour la protéger.



LE DON D'ESPACES PUBLICITAIRES



Lagardère News et Lagardère Radio s'engagent aux côtés de nombreuses associations en mettant gracieusement à leur disposition des espaces sur leurs antennes et dans leurs titres de presse. Parmi les bénéficiaires de cette initiative figurent la Croix-Rouge, l'Établissement Français du Sang, la Fondation de France ou encore des organisations luttant contre la sclérose en plaques.

Dans le même esprit de solidarité, Prisma Media apporte son soutien à des causes majeures en offrant des espaces publicitaires afin de renforcer leur visibilité et leur impact.

#3.4 Bénévolat des salariés, mécénat et soutien à la création

Les entités de Louis Hachette Group se mobilisent autour d'initiatives solidaires.

Des actions portées par les collaborateurs : bénévolat et mécénat de compétences

{ Dans toutes les entités du Groupe, 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.



Poursuite du partenariat de long terme entre Lagardère Publishing et Bibliothèques Sans Frontières mobilisant 34 collaborateurs via du mécénat de compétences

Des initiatives soutenues par les entités du Groupe : soutien aux associations et mécénat d'entreprise



Mise à disposition des salles de spectacles de Lagardère Live Entertainment pour accueillir des associations, comme le concert des Restos du Cœur à l'Arkéa Arena

FONDATION Jean-Luc
Lagardère

La Fondation Jean-Luc Lagardère soutient la création culturelle en attribuant chaque année des bourses à des jeunes professionnels de la culture et des médias. En 2024, neuf bourses ont été attribuées pour un montant total de 170 000 €. Les nouveaux lauréats viennent rejoindre les 364 déjà primés par la Fondation depuis sa création en 1990. 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.



#4

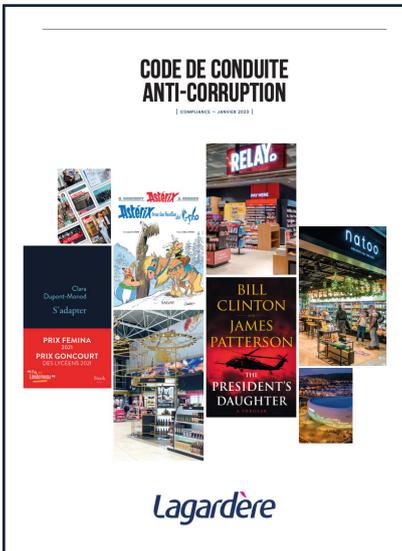
GOVERNANCE

87%

des salariés de Lagardère se sont formés à l'anti-corruption en 2024

95%

des nouveaux collaborateurs de Prisma Media ont suivi la formation anti-corruption en 2024



Code de conduite anti-corruption de Lagardère

#4.1 Promotion de l'éthique des affaires

En termes de gouvernance, l'éthique des affaires est la priorité tant pour Lagardère que pour Prisma Media, à travers la lutte contre la corruption, la sécurisation des relations fournisseurs et la protection des données personnelles.

Lutte contre la corruption

{ Couverture de tous les salariés par un **Code de conduite anti-corruption** chez Lagardère et Prisma Media.

{ Déploiement d'un **e-learning sur l'anti-corruption** à l'ensemble des collaborateurs de Lagardère, et les nouveaux arrivants chez Prisma Media.



{ Mise à disposition d'une **ligne d'alerte éthique** pour les salariés de Lagardère et Prisma Media.

Sous-traitance et fournisseurs

{ Application d'une Charte Fournisseur responsable chez Lagardère (mise à jour en 2024) et chez Prisma Media.

{ Poursuite de la collaboration entre EcoVadis et Lagardère afin de procéder à l'évaluation régulière des performances environnementales, sociales et éthiques des fournisseurs et sous-traitants de Lagardère.



{ Poursuite du processus d'évaluation de l'intégrité des tiers chez Prisma Media.



LOUIS HACHETTE GROUP

Contact

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

4, rue de Presbourg

75116 Paris

Tél : 01 40 69 16 00