

TABLEAU DE BORD DES ENGAGEMENTS RSE

Cultures  
*en mouvement*

INDICATEURS 2025



Adapter nos métiers pour décarboner nos activités  
**4,13 teqCO<sub>2</sub>/ETP** (scopes 1 et 2, ainsi que scope 3 lié aux déplacements professionnels)  
 Prendre soin des ressources tout au long de notre chaîne de valeur  
**99,9 %** de papier certifié ou recyclé (édition et médias)



Des métiers de la création à nos points de vente, favoriser l'épanouissement des équipes  
**70 %** des salariés couverts par des enquêtes d'engagement  
 Cultiver la diversité, révéler les compétences et encourager l'innovation  
**47 %** de femmes parmi les top exécutifs  
**11,6** heures de formation en moyenne par salarié



Soutenir la création plurielle et toutes les voix qui la portent  
**385** jeunes créateurs soutenus par la Fondation Jean-Luc Lagardère depuis 1990 (+**13** en 2025)  
 Promouvoir l'accès à l'éducation et à la culture au plus grand nombre  
**29 018** livres audio publiés dans le catalogue de Lagardère Publishing  
**11** projets financés par la Fondation Hachette pour la lecture en 2025



Garantir des comportements éthiques dans nos relations d'affaires  
**91 %** des salariés du Groupe formés à la lutte contre la corruption  
 Déployer des pratiques toujours plus responsables auprès de nos partenaires  
**91 %** de la dépense fournisseurs à risques évaluée



Aux côtés d'acteurs majeurs de la grande distribution, Lagardère Travel Retail renforce 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.



Lagardère Publishing déploie le programme **Raising Readers** au Royaume-Uni et aux États-Unis, afin d'aider les adultes à transmettre le goût de lire aux plus jeunes.



Lagardère Radio rejoint le **label Ecoprod** afin de mieux évaluer l'impact carbone de ses productions publicitaires.



Lagardère Live Entertainment obtient le **label Tourisme et Handicap** à l'Arkéa Arena, renforçant ainsi l'accessibilité de ses spectacles.

Le magazine *GEO* (Prisma Media) s'associe à **WWF** pour redonner vie en images à des espèces disparues grâce à l'intelligence artificielle.



Le Groupe obtient la **note BBB**, reflétant ses performances dans tous les domaines ESG.



La **note B** au classement Climat du CDP marque l'engagement du Groupe en faveur de la décarbonation de ses activités.