



2025 - 2026
**Nos engagements
RSE**

Cultures
en mouvement

LOUIS HACHETTE GROUP

Cultures *en mouvement*

Louis Hachette Group 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 façon de les opérer, dans une dynamique continue en faveur de la durabilité.

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.

Un an après sa création, Louis Hachette Group reçoit ses premières notations extra-financières en 2025 :



Louis Hachette Group obtient la note B au classement Climat du CDP, témoignant d'une gestion structurée de ses enjeux carbone et de ses efforts engagés en matière de transition climatique.



Louis Hachette Group obtient la note BBB, reflétant ses performances dans les domaines de l'environnement, du social et de la gouvernance.



Faire vivre une culture
d'impact



Faire vivre une culture
de confiance



Faire vivre une culture
des talents



Faire vivre une culture
d'ouverture

#1



Faire vivre une culture
d'impact

4,13

tCO2e / ETP sur les scopes
1, 2 et 3 partiel* en 2025

* Déplacements collaborateurs

99,9%

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



#1.1 Adapter nos métiers pour décarboner nos activités

Dans le cadre de sa politique environnementale, Louis Hachette Group met l'accent sur la décarbonation à chaque étape de sa chaîne de valeur en déployant notamment un plan de transition sur les activités de Lagardère, couvrant plus de 90 % de son chiffre d'affaires.

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.



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

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).

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 2030 (base 2019), portée par un plan d'action renforcé.

*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.

#1.1

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.



En 2025, Lagardère Travel Retail lance le déploiement de son offre responsable dans les points de vente.

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.

Prisma Media imprime 90 % de ses magazines en France et s'appuie sur l'achat de papier produit à 45 % à partir d'un mix énergétique bas carbone et renouvelable, tout en optimisant ses procédés de fabrication (imprimeurs proches des centres de distribution, gestion des quantités).



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.

La publicité responsable

Lagardère News, Lagardère Radio et Prisma Media mènent des actions concrètes en faveur d'une publicité plus responsable. 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. De son côté, Prisma Media s'est associé à Greenbids pour réduire les émissions générées par ses campagnes digitales et a engagé plusieurs actions d'optimisation : allègement des contenus, compression des vidéos, paramétrages "low carbon", etc.



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

Dans toutes les activités du Groupe, le pilotage des quantités produites s'inscrit dans une démarche d'optimisation continue des ressources en amont, et de réduction des invendus en aval. Ces initiatives d'économie circulaire contribuent également à la réduction de l'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.

+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

11,6

heures de formation
en moyenne par salarié





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

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 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 entités du Groupe 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.

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

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 conduites annuellement au sein de Lagardère Travel Retail, où elles sont déployées dans 100 % des pays concernés en 2025, organisées tous les deux ans chez Prisma Media et menées ponctuellement dans certaines entités de Lagardère Publishing.



Programme de mentorat : promotion 2025

Des initiatives en soutien des salariés «aidants»

Lagardère Publishing a mis en place, en France, le don de jours de congés pour des collègues en situation d'aidant (enfant gravement malade, parents en perte d'autonomie...). Le siège social de Lagardère Travel Retail propose à ses 500 salariés l'octroi de CESU complémentaires pour les salariés parents d'un enfant en situation de handicap ainsi que la possibilité de temps partiel, et a ouvert également la possibilité de dons de jours. Lagardère Radio a instauré un congé « aidant » avec maintien de salaire. Enfin, des initiatives destinées aux aidants sont développées au sein de Prisma Media, notamment l'élaboration d'un guide d'accompagnement et un dispositif de don de RTT.

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

La diversité des équipes constitue un enjeu fondamental pour Louis Hachette Group, qui répond ainsi 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.

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

Prisma Media accueille des jeunes de réseaux d'éducation prioritaires (REP et REP+) de Gennevilliers en stage et alternance pour promouvoir l'égalité des chances tout en renforçant son ancrage territorial.

Formation et développement des compétences

Louis Hachette Group met à disposition une plateforme 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.



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.

33 jeunes issus de REP et REP+ accueils en stage ou en alternance chez Prisma Media en 2025.

#2.2

Égalité professionnelle entre les femmes et les hommes

Comptant une majorité de femmes parmi ses effectifs, Louis Hachette Group 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 de toutes les instances exécutives, 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.



Rencontre avec Kelly Massol, entrepreneure engagée et fondatrice des Secrets de Loly, organisée chez Prisma Media à l'occasion de la Journée internationale des droits des femmes 2025.

90/100

à l'Index Egalité professionnelle en France.

#2.2

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.

Prisma Media a renforcé son soutien à l'inclusion des collaborateurs en situation de handicap en prenant intégralement en charge la part mutuelle des salariés titulaires d'une Reconnaissance de la Qualité de Travailleur Handicapé (RQTH). L'entité est également signataire de la Charte de la diversité et partenaire, depuis 2011, d'une association dédiée à l'insertion sociale et professionnelle 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

29 018

livres audio disponibles
dans le catalogue de Lagardère Publishing

5 640

salariés engagés dans des actions de solidarité,
totalisant 25 563 heures de travail



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

Les entités de Louis Hachette Group 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 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.

40 heures de contenus « verts » sur les antennes de Lagardère Radio.

Publication de contenus à impact positif chez Prisma Media

Devenu média à impact positif en 2023, GEO a lancé une nouvelle collaboration en 2025 avec WWF autour d'un numéro redonnant vie à cinq espèces disparues grâce à des images obtenues grâce à l'intelligence artificielle. Le Prix des Fabuleuses, organisé par Femme Actuelle en partenariat avec Europe 1, valorise chaque année dix femmes engagées. Le média Simone a participé à un projet de sensibilisation sur la soumission chimique en partenariat avec le collectif Moovance.

199 couvertures dédiées à des sujets dits « à impact » publiées dans les magazines de Prisma Media.



Image publiée par GEO dans le cadre de son partenariat avec l'association WWF en 2025.

La 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.

FONDATION Jean-Luc
Lagardère

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

Certaines des activités de Louis Hachette Group (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.

Prisma Media a formé ses journalistes à l'écriture en langage clair afin de rendre ses contenus plus accessibles aux personnes en situation de handicap, et a soutenu en 2025 l'impression ainsi que la distribution du magazine Le Papotin, un "journal atypique" réalisé par des adolescents et jeunes adultes atteints de TSA.



Couverture du magazine Le Papotin n°42.

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.



Prisma Media soutient les jeunes talents avec la 8^e édition de la Bourse GEO du Jeune Reporter, offrant à un futur journaliste ou photojournaliste l'opportunité de voir son reportage publié dans le magazine GEO et sur son site internet. L'entité a également distribué 15 900 magazines papier et numériques aux établissements scolaires dans le cadre de la Semaine de la presse et des médias dans l'École 2025 pour enrichir leurs supports pédagogiques.

#3.2

La promotion de la lecture au cœur de l'activité de 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 (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, 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.).



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

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.

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. Le 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. La radio s'engage également avec le Prix littéraire Europe 1 x GMF, qui récompense une œuvre célébrant le collectif et les valeurs humaines.



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

Prisma Media développe le segment jeunesse avec le lancement de nouvelles offres éditoriales à destination des plus jeunes, comme le magazine Mini Loup s'adressant aux 3-7 ans et le magazine Dora, conçu comme une première lecture accessible dès 3 ans.

#3.2

Bénévolat, mécénat de compétences et soutien aux associations

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.



Près de 170 collaborateurs de Louis Hachette Group ont participé à la course Odyssea 2025 pour soutenir la recherche contre le cancer du sein.



Concert Epic Night aux Folies Bergères au profit de la fondation Epic en 2025.



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.

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 Fondation des Femmes, Action contre la Faim ou l'Établissement français du sang.

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.



#4



Faire vivre une culture *de confiance*

91%

de collaborateurs formés
à l'anti-corruption en 2025



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

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

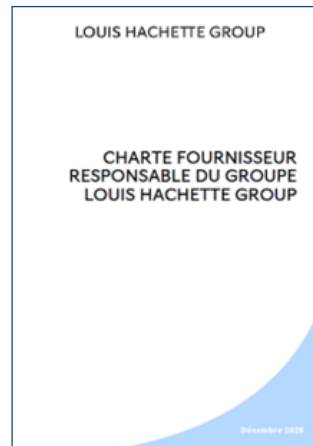
Au sein du Groupe, tous les salariés sont guidés par un code de conduite anti-corruption et une formation en e-learning dédiée à ce sujet est diffusée à l'ensemble des collaborateurs. Par ailleurs, une ligne d'alerte éthique est mise à disposition des collaborateurs ainsi que des parties prenantes externes (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 Louis Hachette Group, au regard notamment de son implantation internationale.

Le Groupe dispose d'une Charte Fournisseur responsable et mène également des processus d'évaluation de l'intégrité des tiers. En particulier, 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 risque
élevée évaluée chez
Lagardère.



LOUIS HACHETTE GROUP

Contact

**Direction du développement durable
et de la RSE**

4, rue de Presbourg

75116 Paris

Tél : 01 40 69 16 00