

PEPS

Planet.Ethics.People.Social.

PEPS PAR LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Notre feuille de route RSE
pour créer une industrie du Travel Retail
plus durable.

Avril 2026

Lagardère
TRAVEL RETAIL

Le monde évolue, et notre industrie aussi. Les défis climatiques et environnementaux auxquels nous sommes confrontés aujourd’hui ne peuvent plus être ignorés. En tant qu’entreprise, il ne suffit plus de réagir : il faut agir.

Nous faisons partie d’un secteur dynamique, en pleine transformation, où l’innovation et la croissance occupent une place centrale. Mais cette dynamique représente aussi une formidable opportunité : celle de s’engager résolument en faveur du **développement durable** et de jouer un rôle moteur dans la **transformation du Travel Retail**. C’est notre chance de ne pas simplement suivre le mouvement, mais de le conduire.

Aux côtés de nos partenaires, nous entamons un **parcours vers un changement positif**. Un parcours qui redéfinira notre manière de travailler, avec la durabilité comme priorité essentielle. Le chemin sera exigeant, mais nous sommes prêts. **Engagés envers nos équipes locales, les communautés que nous servons, et les générations futures.**

Lagardère Travel Retail agit activement pour réduire ses émissions de gaz à effet de serre, tant directes qu’indirectes. Notre objectif de réduction de 25% de nos émissions du Scope 3 d’ici 2030 a été validé par la SBTi.

Grâce à des objectifs clairs, mesurables et ambitieux articulés autour des quatre piliers de notre stratégie RSE – **PEPS (Planet. Ethics. People. Social)** – nous sommes déterminés à **impulser le changement et à montrer l’exemple**. Soutenus par nos équipes engagées et nos partenaires de confiance, nous construisons ensemble l’avenir d’un Travel Retail plus durable.

Cette brochure vient en complément du rapport annuel RSE et du Document d’Enregistrement Universel du Groupe, dans lesquels nos progrès en matière de RSE sont partagés en toute transparence, conformément aux standards de la CSRD.



Frédéric Chevalier
Chairman & CEO
Arnaud Rolland
VP CSR



La boutique Future is Local en République tchèque.



Offre Responsable à l’Aéroport de Lyon



Une équipe en mission de bénévolat en Espagne.

PEPS : UN MANIFESTE RSE POUR FAIRE PROGRESSER LA DURABILITÉ DANS NOTRE ACTIVITÉ

Notre stratégie à long terme, fondée sur la science, la coopération et la transparence, repose sur quatre piliers, couvrant tous les domaines dans lesquels, en tant qu'entreprise, nous avons un impact et pouvons agir : Planète. Ethique. People. Social.

PLANET ETHICS PEOPLE SOCIAL

— Réduire l'impact environnemental de nos opérations et protéger la biodiversité, en collaboration avec les bailleurs, les marques et les fournisseurs.

— Promouvoir des pratiques commerciales éthiques et soutenir les marques et partenaires qui proposent une offre responsable.

— Offrir à nos collaborateurs un environnement de travail inclusif et stimulant, propice à l'épanouissement de chacun.

— Mobiliser notre réseau mondial de collaborateurs et d'activités pour soutenir les communautés locales.

« Afin de soutenir notre stratégie PEPS, nous avons défini des objectifs ambitieux pour mesurer les progrès accomplis dans la réalisation de nos engagements.

Ces objectifs sont pleinement alignés avec les attentes de nos parties prenantes et feront l'objet d'un suivi et d'un reporting annuel. »

DATES CLÉS DE NOTRE PARCOURS RSE

Lancement du réseau « LL » pour promouvoir les thèmes de la RSE (Groupe Lagardère)

PEPS
Planet . Ethics . People . Social

Lancement de la stratégie RSE « PEPS »

Première évaluation complète de l'empreinte carbone



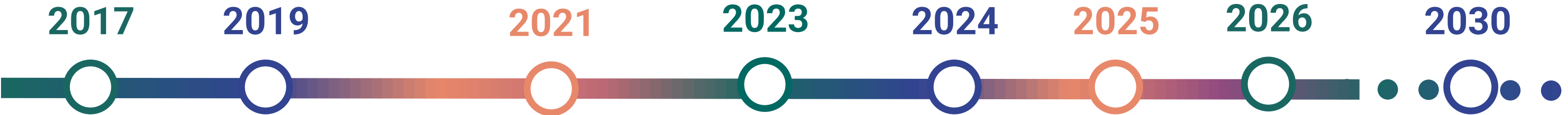
Couverture à 100 % de notre consommation d'électricité par de l'électricité provenant de sources renouvelables



Adhésion à l'initiative LESS – visant à promouvoir le partage des données sur les émissions de carbone avec les fournisseurs
Publication de notre plan de transition



Nous visons à réduire nos émissions de carbone sur nos 3 champs d'application alignés sur les exigences du SBTi d'ici 2030.



Engagement à bannir les consommables en plastique à usage unique dans nos marques propriétaires de services alimentaires à l'échelle mondiale à partir de 2020



Ouverture de notre première boutique Duty Free éco-conçue à Genève (green lab)



validation de notre stratégie de réduction des émissions de carbone par la SBTi



Déploiement de « We Care We Do », notre offre responsable, dans plusieurs points de vente



LA STRATÉGIE RSE DE LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

ENGAGEMENTS

PLANÈTE

Accroître la durabilité de nos activités



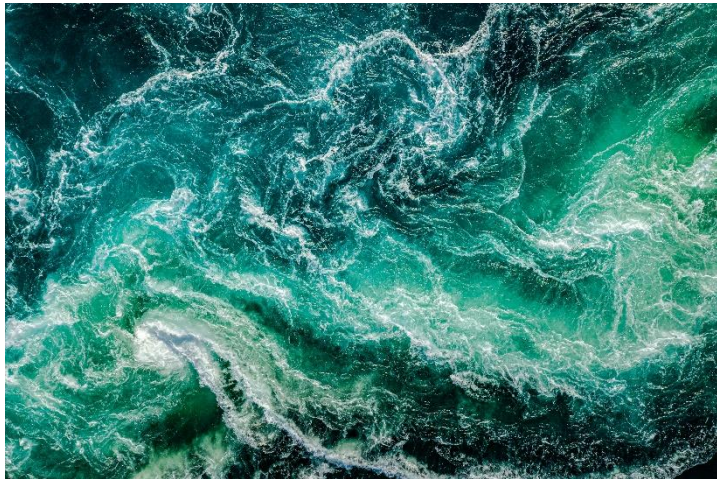
Réduire les émissions de carbone pour contribuer à la réalisation d'objectifs industriels ambitieux



Réduire le gaspillage



Promouvoir des emballages et des produits jetables responsables



ETHIQUE

Être le partenaire de choix pour une offre responsable



Développer l'approvisionnement en denrées et produits locaux



Promouvoir des produits et des ingrédients responsables



Cultiver un comportement éthique



PERSONNES

Placer les personnes au cœur de notre stratégie



Assurer la sécurité et le bien-être au travail



Encourager l'engagement des collaborateurs



Favoriser la diversité et l'égalité des chances



SOCIAL

Soutenir les communautés locales



Soutenir les communautés locales



Encourager et faciliter le bénévolat



Tirer parti de notre réseau pour faire des dons ciblés



2025 CHIFFRES CLEFS



PLANÈTE

-12,5 % de réduction absolue des émissions de carbone entre 2024 et 2025 pour les scopes 1, 2 et 3



76 % de nos ventes de bouteilles d'eau en plastique sont **100 % en rPET**

99% de nos activités ont adopté des **sacs et des produits jetables respectueux de l'environnement.**



ETHIQUE

+1 800 produits validés dans le cadre de notre **programme « Offre responsable »**

**WE DO
WE CARE
WE DO
WE CARE**

89% de nos fournisseurs à **risque** ont été évalués par Ecovadis et d'autres organismes de certification ESG

100% des œufs achetés pour nos activités proviennent d'élevages **sans cage**



PERSONNES

100% des pays mènent des enquêtes sur l'engagement des salariés et **76%** mettent en œuvre des initiatives en faveur du personnel.

42% de nos managers sont des **femmes**



SOCIAL

2 M€ données à des **communautés** locales (0,7% d'EBIT)

+12 600 heures ont été consacrées au bénévolat des employés

PLANÈTE

Nous nous engageons à accroître la durabilité de nos activités.



Réduire les émissions de carbone en contribuant à la réalisation d'objectifs industriels ambitieux



NOTRE ENGAGEMENT DE REDUCTION DE CO2 SUR LES EMISSIONS DIRECTES (scope 1&2)

Nous couvrons **100%** de notre consommation d'électricité dans toutes nos activités par de l'électricité provenant de sources renouvelables depuis la fin de l'année 2023.

NOTRE OBJECTIF DE RÉDUCTION DU CO2 SUR LES ÉMISSIONS INDIRECTES (scope 3)

Nous nous sommes engagés à réduire de **25%** en valeur absolue les émissions de carbone de notre champ d'application 3 d'ici à 2030 (par rapport à l'année de référence 2024), conformément aux exigences de la SBTi.



RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE CARBONE EN CONTRIBUANT À LA RÉALISATION D'OBJECTIFS INDUSTRIELS AMBITIEUX

Nous couvrons 100 % de notre consommation d'électricité dans toutes nos activités par de l'électricité provenant de **sources renouvelables** depuis la fin de l'année 2023.

ÉMISSION DIRECTES (SCOPE 1 & 2)

NOTRE ENGAGEMENT

Lagardère Travel Retail a pour objectif de **réduire son impact environnemental et les émissions de gaz à effet de serre (GES)** générées par ses activités dans toutes ses opérations. Nous nous sommes fixé des objectifs ambitieux tant pour nos émissions directes (scopes 1 & 2) que pour nos émissions indirectes (scope 3), conformément à l'**Accord de Paris** visant à contenir l'augmentation de la température mondiale bien en dessous de 2°C par rapport aux niveaux préindustriels et à poursuivre les efforts pour la limiter à 1,5°C par rapport aux niveaux préindustriels.

NOTRE PLAN D'ACTION

Pour **réduire la consommation d'énergie** dans nos magasins, nos bureaux et nos entrepôts, nous avons mis en place une série de mesures obligatoires depuis 2023, notamment l'**adaptation de la température, les meilleures pratiques en matière d'informatique et de maintenance, l'éclairage LED de dernière génération et l'équipement des points de vente à faible consommation**. Les meilleures pratiques sont régulièrement partagées avec tous les pays et les progrès sont suivis chaque année. Les **audits énergétiques et l'électrification des véhicules** sont utilisés pour améliorer les réductions dans nos opérations clés. Pour son approvisionnement en électricité, **Lagardère Travel Retail a accéléré le passage à des sources 100 % renouvelables**, en travaillant en étroite collaboration avec ses partenaires bailleurs et ses fournisseurs. Nous poursuivons également l'installation de panneaux solaires. Nous avons atteint une couverture de **25 % d'électricité renouvelable** dans le monde* en 2025, complétée pour **atteindre 100 % grâce à l'achat de garanties d'origine certifiées**.

*entités consolidées

ÉTUDES DE CAS



Réfrigérateurs fermés dans notre magasin Natoo en Allemagne pour éviter l'épuisement de l'énergie.



Installation de panneaux solaires sur le toit de notre entrepôt en Belgique et de bornes de recharge électrique sur le parking.



RÉDUIRE LES ÉMISSIONS DE CARBONE EN CONTRIBUANT À LA RÉALISATION D'OBJECTIFS INDUSTRIELS AMBITIEUX

L'entreprise s'est engagée à **réduire de 25 % en valeur absolue les émissions de carbone** de son champ d'application 3 d'ici à 2030 (par rapport à l'année de référence 2024), conformément aux exigences de la SBTi.

ÉMISSIONS INDIRECTES (SCOPE 3)

NOTRE ENGAGEMENT

Pour nos émissions directes et indirectes, **Lagardère Travel Retail s'est engagé à suivre une trajectoire de réduction des émissions de carbone conforme aux exigences du SBTi**. Ainsi, nous nous engageons à **réduire nos émissions de gaz à effet de serre de 25 % en chiffres absolus sur nos émissions du scope 3 d'ici 2030 par rapport à l'année de référence 2024**.

NOTRE PLAN D'ACTION

Compte tenu de ses activités de détail, le principal levier de Lagardère Travel Retail pour aborder la décarbonation est fortement lié à **son offre de produits** disponibles dans tous ses points de vente (magasins et restaurants).

D'après les évaluations de son empreinte carbone, l'achat de produits représente environ **80 % des émissions de carbone de Lagardère Travel Retail**. Il est donc essentiel de collaborer étroitement **avec nos fournisseurs et nos marques partenaires, et de progresser main dans la main**. Nous collaborons avec des fédérations industrielles pour atteindre nos objectifs communs (ETRC, Perifem...) et visons à suivre les progrès de nos fournisseurs jusqu'au niveau du produit à l'avenir. En tant que membre fondateur de l'initiative LESS (Retail for Low Emission Sustainable Sourcing), nous visons à suivre à l'avenir les progrès réalisés par nos fournisseurs jusqu'au niveau du produit.

Pour faciliter la transition et accélérer les efforts de réduction, Lagardère Travel Retail a défini des lignes directrices détaillées pour les **produits "responsables"** afin de sensibiliser et de soutenir ses acheteurs - à la fois dans les équipes d'achat centrales et sur les marchés locaux - pour les aider à faire les choix les plus éclairés et à promouvoir les options de produits à faible émission de carbone.

Les principaux leviers de décarbonisation identifiés pour Lagardère Travel Retail sont décrits ci-dessous :

- **Engagements de réduction de carbone de ses fournisseurs**, idéalement avec une trajectoire validée par le SBTi
- Encourager les **fournisseurs non-SBTi** à mettre en place et à officialiser des **engagements de décarbonisation**
- Augmenter les options de **repas à faible teneur en carbone** dans nos opérations de restauration
- Renforcer **l'offre de textiles à faible teneur en carbone**
- Promouvoir **l'offre de produits électroniques remis à neuf**
- Continuer à **réduire les déchets alimentaires**

PLANÈTE

Nous nous engageons à accroître la durabilité de nos activités.



Réduire le gaspillage alimentaire



Promouvoir des emballages et des produits jetables responsables



OBJECTIFS CLÉS POUR 2025

100% des pays ont mis en place des systèmes de mesure des déchets et des initiatives de réduction des déchets.

78%

100%

100% des pays ont opté pour des consommables responsables

99%

100%

OBJECTIFS POUR LES POINTS DE VENTE DE BOUTEILLES D'EAU

Encourager tous les magasins à proposer une alternative aux bouteilles d'eau en plastique à usage unique d'ici à la fin de l'année 2024.

- Accélérer le passage des bouteilles d'eau en plastique à usage unique à 100 % de RPET, dont au moins les trois quarts seront à 100 % de RPET d'ici à la fin de 2025.

76%

100%



RÉDUIRE LE GASPILLAGE ALIMENTAIRE

100 % des pays ont mis en place des systèmes de mesure des déchets et des initiatives de réduction des déchets.

Depuis 2023, Lagardère Travel Retail a poursuivi ses efforts pour **réduire le gaspillage alimentaire**, non seulement dans ses activités de **Restauration**, mais aussi dans l'ensemble des activités **Travel Essentials** et **Duty Free & Fashion**, en lançant un **programme anti-gaspillage à l'échelle mondiale**. Le programme anti-gaspillage FLOW s'appuie sur tous les facteurs de réussite possibles pour réduire le gaspillage, tout en veillant à ce que le sujet soit accessible à tous. Il est basé sur : la mesure, l'engagement du personnel, les procédures opérationnelles standard anti-gaspillage, les promotions en magasin et la gestion des excédents alimentaires.



PROMOUVOIR DES EMBALLAGES ET DES PRODUITS JETABLES RESPONSABLES

100% des pays ont adopté des emballages et des produits jetables responsables

Notre objectif constant est de **progresser vers la circularité** et de guider nos équipes pour qu'elles prennent les meilleures décisions en matière de matériaux pour les emballages et les produits jetables. Nous avons créé des **"lignes directrices sur les matériaux"** pour les produits jetables et les sacs à provisions, basées sur les principes de l'analyse du cycle de vie.

Pour poursuivre notre lutte en faveur de la réduction du plastique, nous nous sommes **concentrés sur notre produit le plus vendu : la bouteille d'eau**.

Nous travaillons avec des partenaires internationaux clés pour proposer des alternatives innovantes aux bouteilles en plastique à usage unique, telles que des **fontaines, des bouteilles consignées, des options non plastiques, etc.**

Nous continuons à tester des alternatives à travers notre réseau, et nous avons actuellement des essais de fontaines en cours en France, en Pologne, en République tchèque, et bientôt aux Royaume-Uni. Nous prévoyons d'autres essais dans d'autres régions.

CASE STUDIES



Nos promotions en magasin sur les produits dont la date de péremption est proche afin de réduire les déchets alimentaires en République tchèque



Notre signalétique en magasin pour sensibiliser au gaspillage alimentaire et encourager les clients à acheter nos produits FLOW



Distributeur d'eau installé dans 13 nouvelles stations de réhydratation des magasins INMEDIO en Pologne, offrant de l'eau filtrée avec une sélection de bouteilles d'eau.

ETHIQUE

Nous sommes le partenaire de choix pour une offre responsable.



Développer l'approvisionnement en denrées et produits locaux



Promouvoir des produits et des ingrédients responsables



Cultiver un comportement éthique



OBJECTIFS CLÉS POUR 2025

100% des fournisseurs ont signé notre charte du fournisseur responsable

100%

100% des nouveaux employés et des populations à risque reçoivent une formation anti-corruption*.

100%

100% des œufs achetés pour nos restaurants sont des œufs de poules élevées en liberté

100%

**Tous les employés disposant d'une adresse e-mail professionnelle individuelle, y compris les responsables des points de vente (POS ou magasin) et de l'entrepôt. Tous les employés disposant d'une adresse e-mail professionnelle individuelle et considérés comme exposés à un risque de corruption ou de trafic d'influence.*

100 % du nouveau personnel et des populations à risque reçoivent une formation anti-corruption
100% des fournisseurs ont signé notre charte du fournisseur responsable



DÉVELOPPER L'APPROVISIONNEMENT EN DENRÉES ET PRODUITS LOCAUX

Lagardère Travel Retail et l'aéroport de Lima ont collaboré pour transformer cet espace de 250 m² en un tout nouveau concept baptisé « Fantastico Peru », destiné à mettre en valeur la riche histoire, la culture, la gastronomie et l'artisanat péruviens. La sélection de produits comprend des boissons, des produits gastronomiques, des souvenirs, des textiles et des cosmétiques. De plus, un nouvel espace a été dédié au chocolat afin de mieux mettre en valeur les tablettes et les pralines et de permettre aux clients de composer un assortiment de leurs « chocotejas » préférées, un chocolat truffé typique du Pérou, dans un espace de vente au poids.



PROMOUVOIR DES PRODUITS ET DES INGRÉDIENTS RESPONSABLES

Nous sommes engagés dans une amélioration continue et une transformation en profondeur de notre offre. Notre programme d'offre responsable, intitulé "We Care, We Do", contribue à la sélection et à la promotion de produits offrant de solides garanties sur un ou plusieurs des domaines de responsabilité suivants : environnement, relations éthiques avec les producteurs, bien-être animal et sécurité/nutrition.



CULTIVER UN COMPORTEMENT ÉTHIQUE

100% des œufs achetés pour nos restaurants sont des œufs de poules élevées en liberté

Lagardère Travel Retail se préoccupe du bien-être animal. Après avoir pris la décision en 2018 de s'engager à n'acheter que des œufs produits par des poules élevées en liberté d'ici 2025, Lagardère Travel Retail a géré cette transition avec succès, en privilégiant les livraisons physiques lorsque cela était possible et en recourant à des crédits sur les marchés les plus critiques. En 2021, les entités françaises et tchèques ont rejoint l'European Chicken Commitment. Elles se sont engagées à ce que 100 % de l'approvisionnement en matières premières de viande de poulet réponde à tous les critères de l'Engagement européen sur le poulet selon leurs temporalités respectives.

ÉTUDE DE CAS



We Care We Do est le programme mondial d'offre responsable de Lagardère Travel Retail.

S'appuyant sur une méthodologie de sélection rigoureuse, ce programme favorise un dialogue constructif avec nos partenaires tout en répondant aux défis environnementaux et sociaux liés à nos principales catégories de produits.

En 2025, un parcours de formation en ligne a été développé afin de renforcer les connaissances de nos acheteurs sur nos critères de sélection responsables.

Une communication dédiée en magasin est actuellement déployée afin de fournir aux voyageurs des informations transparentes, conformément aux principes Green Claims.

**WE DO
WE CARE
WE DO
WE CARE**

PERSONNES

Nous plaçons les personnes au cœur de notre stratégie et nous voulons être reconnus comme l'employeur le plus attractif du secteur de la vente au détail de voyages.



Assurer la sécurité et le bien-être au travail



Promouvoir l'engagement des salariés



Favoriser la diversité et l'égalité des chances



OBJECTIFS CLÉS POUR 2025

100% des pays mènent des enquêtes sur l'engagement des salariés et mettent en œuvre des initiatives en faveur du personnel

100%

76 % d'entre eux ont mis en œuvre des initiatives proposées par le personnel

100% des cadres reçoivent une formation de sensibilisation à la diversité et à l'inclusion

90% 100%

Équilibre hommes-femmes 50-50 (+/- 10pts) au sein des équipes dirigeantes

40% **42%** 50%

Objectif

+



ASSURER LA SÉCURITÉ ET LE BIEN-ÊTRE AU TRAVAIL

100 % des cadres reçoivent une formation de sensibilisation à la diversité et à l'inclusion

En 2025, les formations en matière de santé et de sécurité ont représenté près d'un quart de l'ensemble des formations dispensées dans le cadre de nos activités, soit une augmentation par rapport à 2024. Cette évolution s'inscrit dans le prolongement du développement de nos activités de restauration à travers le monde.



PROMOUVOIR L'ENGAGEMENT DES SALARIÉS

100 % des pays mènent des enquêtes sur l'engagement des salariés et mettent en œuvre des initiatives en faveur du personnel

Depuis que nous nous sommes lancés dans notre aventure internationale, la mesure de l'engagement des collaborateurs est devenue un élément clé de notre stratégie globale. S'appuyant sur nos enquêtes annuelles d'engagement, un nombre croissant de plans d'action se concentrent sur l'engagement à long terme des collaborateurs, en mettant l'accent sur le sentiment d'appartenance et les méthodes de travail. À notre siège social en France, des initiatives ont été déployées dans le cadre de la stratégie RH, avec une approche collaborative globale reposant sur trois piliers clés – une culture de l'engagement, des pratiques de travail standardisées et le développement professionnel – parallèlement à des initiatives locales mises en œuvre par différentes équipes.



FAVORISER LA DIVERSITÉ ET L'ÉGALITÉ DES CHANCES

Équilibre hommes-femmes 50-50 (+/- 10pts) au sein des équipes dirigeantes

La parité au sein de la direction reste pour nous un indicateur clé, avec **42 % de femmes parmi les membres de la haute direction en 2025, tous pays confondus**.

À travers nos activités, nous constatons de nombreuses initiatives en faveur de la promotion de la diversité, du soutien à l'inclusion et de l'égalité des chances, validées par des certifications reconnues. Ainsi, en 2025, l'Italie a renouvelé, pour la troisième année consécutive, sa certification UNI PdR 125 sur l'égalité des sexes, tandis que le Royaume-Uni a obtenu le niveau 3 du programme « Disability Confident Leader » avec son équipe opérationnelle à l'aéroport de Luton, dans le cadre de son parcours « Disability Confident Journey ». Depuis début 2026, le comité exécutif de la France est en majorité composé de femmes.

CASE STUDY



Journée mondiale de la diversité culturelle – Sénégal

Chaque année, vers le 21 mai, Lagardère Travel Retail Sénégal organise une journée spéciale pour célébrer la **richesse culturelle des différentes équipes et communautés**.

Cette initiative rassemble des employés d'horizons divers qui revêtent des vêtements traditionnels, partagent des plats typiques de leurs régions ou de leurs pays et participent à des moments de narration, de jeux ou d'expression artistique. Il s'agit d'un événement significatif qui favorise l'unité, la compréhension et la fierté, afin de reconnaître et de respecter les identités uniques qui composent l'organisation.

SOCIAL

Nous soutenons les communautés locales



Soutenir les communautés locales



Encourager et faciliter le bénévolat



Tirer parti de notre réseau pour faire des dons



OBJECTIFS CLÉS POUR 2025

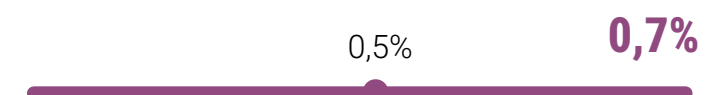
100% des pays ont développé des initiatives pour soutenir les communautés locales



100% des pays ont mis en place un programme de volontariat pour les employés



0,5% des bénéfices avant intérêts et impôts (EBIT) sont donnés





SOUTENIR LES COMMUNAUTÉS LOCALES

100% des pays développent des initiatives pour soutenir les communautés locales

Cet engagement s'est poursuivi en 2025, avec un soutien continu apporté tout au long de l'année à un large éventail d'associations et d'initiatives. Nos équipes en Amérique du Nord se sont mobilisées pour **des dizaines d'œuvres caritatives** et d'événements axés, entre autres, sur l'aide aux familles, les banques alimentaires et le financement de bourses d'études.



ENCOURAGER ET FACILITER LE BÉNÉVOLAT

100% des pays ont mis en place un programme de **volontariat pour les employés**

En 2025, la Bulgarie a participé à l'initiative « Soup Given by Heart », dans le cadre de laquelle les équipes ont distribué un total de 500 soupes. Tous les repas ont été préparés dans la cuisine centrale, et la distribution a été assurée avec le soutien de collègues bénévoles.

Depuis plusieurs années déjà, la Pologne soutient la Fondation Ronald McDonald par le biais de dons. En 2025, l'équipe a décidé d'aller plus loin dans son engagement en faisant du **bénévolat dans les salles familiales de la Maison Ronald McDonald de l'hôpital clinique pédiatrique UCK WUM à Varsovie**, en cuisinant, en s'occupant du jardin, en cousant des peluches, en préparant des livres de coloriage et en passant du temps avec les jeunes patients du service de pédiatrie.



TIRER PARTI DE NOTRE RÉSEAU POUR FAIRE DES DONNS

0,5% des bénéfices avant intérêts et impôts (EBIT) sont donnés

Dans le cadre de son engagement à soutenir les communautés locales et grâce à une équipe locale extrêmement dévouée, l'Albanie a investi dans le **développement d'une école locale en lui offrant un nouveau laboratoire informatique**, inauguré fin 2025. Cet investissement significatif de l'équipe locale en faveur de **l'éducation et des communautés où elle opère a été récompensé par un prix local de reconnaissance**.

Cet investissement du réseau dans les appels aux dons se reflète également dans les 100 000€ reversés à l'association RoseUp par la France en 2025 lors d'Octobre Rose.

ÉTUDES DE CAS



Des magasins proposant des friandises au profit d'une association caritative

La République tchèque a mis en place une collaboration à long terme avec « Help the Children » en proposant des friandises spéciales au profit de cette association dans des magasins tels que Paul et Costa Coffee



Journée sportive bénévole pour sensibiliser au handicap

L'Espagne a organisé, en collaboration avec la Fondation Juan XXIII, un événement visant à faire découvrir et pratiquer au personnel des sports adaptés aux personnes en situation de handicap : pétanque pour aveugles, slalom en fauteuil roulant...



Sensibilisation à la prévention du cancer de la peau

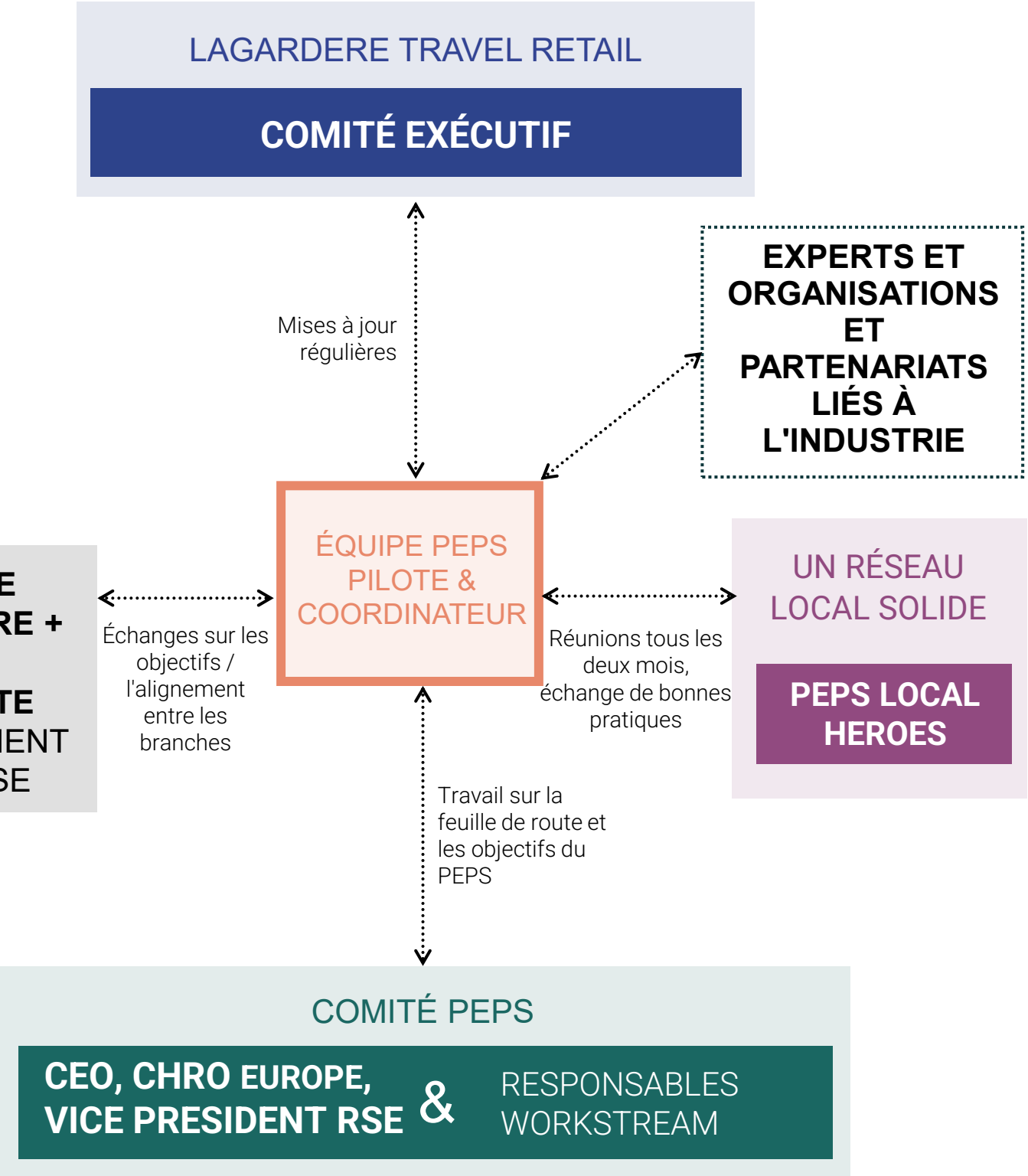
En juillet et août, la Suisse a organisé des événements à l'aéroport de Genève, proposant des activités aux passagers afin de les sensibiliser au cancer de la peau

UNE GOUVERNANCE GLOCALE POUR PILOTER ET EXÉCUTER LA STRATÉGIE PEPS

Sous la direction et la supervision du Comité exécutif et du groupe Lagardère et Louis Hachette, l'équipe PEPS coordonne et soutient chacun des quatre piliers de notre stratégie RSE.

Les responsables d'axes de travail qui font partie du Comité PEPS sont chargés de mener des actions dans leurs domaines respectifs, en veillant à ce que les objectifs restent pertinents et soient pleinement atteints.

Au niveau local, une communauté forte et active de plus de 50 héros locaux PEPS est chargée d'intégrer la stratégie PEPS et de l'adapter à leurs environnements et enjeux locaux.



PEPS

Planet.Ethics.People.Social.

**Nous sommes engagés
dans une démarche visant
à rendre notre activité et
l'industrie du Travel Retail
plus durables.**

PEPS
2025
EN CHIFFRES

150+

initiatives PEPS
déployées dans le
monde entier

50

PEPS Local
Heroes

2M

Euros de
dons

4 500

Employés
impliqués dans le
volontariat

12,600+

Heures consacrées au
bénévolat par les
employés

Lagardère
TRAVEL RETAIL