

PEPS

Planet.Ethics.People.Social.

RESPONSABILITÉ SOCIALE DES ENTREPRISES DE LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

*Notre feuille de route
pour créer un avenir plus durable
Juin 2022*

Lagardere
TRAVEL RETAIL



L'ampleur de la crise environnementale et climatique oblige le monde des affaires à prendre des mesures immédiates. Il nous appartient à tous, individus comme entreprises et organisations, de contribuer à la construction d'un environnement plus durable et responsable. Nous devons nous atteler à la tâche sans plus attendre. Lagardère Travel Retail s'engage à jouer un rôle moteur dans la transition du secteur du Travel Retail vers un modèle plus durable, et pour y parvenir nous nous associons à nos partenaires pour accélérer les avancées et accroître l'impact positif que nous avons.

Nous savons que le chemin sera long, avec de nombreux défis en cours de route. et semé d'embûches. Mais nous avons une responsabilité envers nos collaborateurs, les pays dans lesquels nous opérons et envers les générations futures.

Dans la lignée de l'initiative de « Science-Based Targets » (SBTs) et aligné avec l'accord de Paris sur le climat, nous visons d'atteindre le zéro émission nette – sur les 3 périmètres – avant 2050.

Cette ambition fait partie de la stratégie globale du groupe Lagardère pour lutter contre le changement climatique et réduire les émissions de carbone, sur toute la chaîne de valeur.

En avril 2022, nous avons pris l'engagement de contribuer à la neutralité carbone d'ici fin 2023.

À travers des objectifs quantifiables et ambitieux en lien avec les quatre piliers de notre stratégie RSE baptisée PEPS (Planet. Ethics. People. Social) et avec l'appui de nos collaborateurs et de nos partenaires commerciaux, nous nous engageons à faire la différence et à montrer l'exemple pour assurer un avenir plus durable au secteur du Travel Retail.

Cette brochure vient compléter le rapport annuel RSE du groupe Lagardère et le document de référence universel dans lequel figurent nos réalisations en matière de RSE conformément à la Global Reporting Initiative (GRI).

Dag Rasmussen
PDG

Mélanie Guildou
EVP Foodservice & RSE

PEPS : un manifeste RSE pour favoriser le développement durable dans notre entreprise

Notre stratégie à long terme, fondée sur la science, la coopération et la transparence, s'articule autour de quatre piliers qui couvrent tous les aspects sur lesquels, en tant qu'entreprise, nous avons un impact et pouvons faire la différence : Planet. Ethics. People. Social.

PLANET

ETHICS

PEOPLE

SOCIAL



Réduire l'impact environnemental de nos activités en coopérant autant que possible avec les propriétaires, les marques et les fournisseurs pour atteindre des objectifs sectoriels ambitieux



Promouvoir des pratiques commerciales éthiques et accompagner les marques et partenaires qui contribuent à une offre responsable



Offrir à nos collaborateurs un environnement de travail inclusif et stimulant où chacun peut s'épanouir



Exceller dans le déploiement de capacités mondiales au profit des communautés locales partout où nous opérons

« Pour accompagner notre stratégie PEPS, nous nous sommes fixé des objectifs ambitieux pour mesurer les progrès accomplis dans le respect de nos engagements. Ils sont parfaitement alignés sur les besoins et les attentes de nos parties prenantes et feront l'objet d'un suivi et d'une communication annuels. »

PEPS : une feuille de route pour créer un avenir plus durable

Notre stratégie RSE s'articule autour de 4 piliers sous-tendus par 12 engagements concrets qui se rapportent tous à un ou plusieurs des Objectifs de Développement Durable de l'ONU



PLANET

- Réduire les émissions de carbone pour contribuer aux objectifs ambitieux du secteur
- Réduire les déchets
- Encourager l'utilisation d'emballages responsables et promouvoir des alternatives aux produits à usage unique



ETHICS

- Développer l'approvisionnement en aliments et produits locaux
- Mettre en avant des produits et ingrédients responsables
- Cultiver un comportement éthique



PEOPLE

- Assurer la sécurité et le bien-être au travail
- Favoriser l'implication des collaborateurs
- Favoriser la diversité et l'égalité des chances

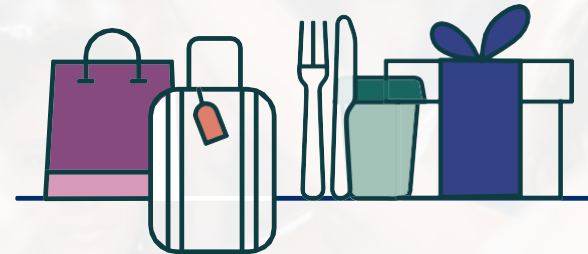


SOCIAL

- Soutenir les communautés locales
- Encourager et faciliter le bénévolat
- Utiliser notre réseau pour effectuer des dons ciblés



PEPS
Planet.Ethics.People.Social.



PLANET

Nous nous engageons à accroître la durabilité de nos activités



Réduire les émissions de carbone en contribuant aux objectifs ambitieux du secteur



Réduire les déchets



Encourager l'utilisation de produits à usage unique et d'emballages responsables

OBJECTIFS CLÉS POUR 2025

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

100 % des pays ont **adopté des produits à usage unique responsables**

NOS OBJECTIFS DE RÉDUCTION DE CO₂

Nous contribuerons à la neutralité carbone globale d'ici la fin de 2023 et nous visons d'atteindre zéro émission nette pour nos segments avant 2050.

40 Une position de leader sur le marché pour lutter contre le changement climatique et réduire les émissions de CO₂.

Suite à notre **1^{ère}évaluation complète de notre empreinte GES** avec Carbone 4, cabinet de conseil renommé spécialiste des stratégies climat, et une analyse approfondie de nos opérations, nous avons pris l'engagement de contribuer à la neutralité carbone globale fin 2023.

 **carbone4** | consulting

Cela couvre toutes les émissions directes (scopes 1&2) et nous y arriverons en accélérant nos programmes de réduction de consommation énergétique, au passage à l'électricité verte et en intégrant les Garanties d'Origine (GO) contrôlées dans toutes nos opérations .

Nous travaillons également intensivement sur le scope 3, les émissions indirectes, qui comprennent entre autres les émissions générées par les produits et services nous achetons et vendons.

Dans la lignée de l'initiative de « Science-Based Targets » (SBTs) et aligné avec l'accord de Paris sur le climat, nous visons d'atteindre le zéro émission nette – sur les 3 périmètres – avant 2050.



Grâce à une **offre qualitative et authentique**, Relais H est N° 1 des concepts de restauration à la française dans les hôpitaux.

C'est aussi une **marque éco-citoyenne** pleinement engagée dans la **lutte contre le gaspillage alimentaire**. Dans le cadre de ses efforts, Relais H s'est **associé à Too Good To Go** pour **proposer des paniers constitués des invendus du jour à un prix préférentiel**.

Plus largement, à travers ses autres marques, Lagardère Travel Retail France travaille également avec la start-up spécialisée dans la réduction des déchets. Depuis septembre 2018, près de **50 000 paniers ont été constitués, soit 122 tonnes de CO₂ évitées.**



ETHICS

Nous sommes le partenaire privilégié pour une offre responsable



Développer l'approvisionnement en aliments et produits locaux



Mettre en avant des produits et ingrédients responsables



Cultiver un comportement éthique

OBJECTIFS CLÉS POUR 2025

100 % des fournisseurs ont signé notre charte fournisseur responsable

100 % des nouveaux effectifs et des populations à risque bénéficient d'une formation à la lutte contre la corruption

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

Engagements de la France en matière de produits responsables pour 2022 :

50 % de l'offre de restauration réservée aux **produits locaux, bio, durables ou labellisés**

80 % de **Produits français** vendus par des marques détenues à 100 %



Dans le Duty Free Aelia de Palerme nous avons établi un partenariat avec plus de **30 fournisseurs locaux**. Ainsi, **60 % des ventes réalisées à Palerme proviennent de produits originaires d'Italie, dont plus de la moitié de Sicile**. Grâce à une offre qualitative et authentique nous **soutenons également les économies et les producteurs locaux**.

Smullers, marque interne de Lagardère Travel Retail, est la **1^{ère} marque de restauration rapide aux Pays-Bas** à avoir obtenu le **Label qualité Beter Leven** en raison des **normes strictes que l'enseigne applique en matière de bien-être animal**. Pour tous ses en-cas à base de viande, Smullers n'utilise que des produits ayant obtenu au moins le label qualité Beter Leven une étoile. Cela montre **que la restauration rapide peut fonctionner de manière responsable**.



PEOPLE

Nos collaborateurs et notre culture sont nos plus grandes forces : nous entendons être reconnus en tant qu'employeur le plus attractif dans le secteur du Travel Retail



Assurer la sécurité et le bien-être au travail



Favoriser l'implication des collaborateurs



Favoriser la diversité et l'égalité des chances

OBJECTIFS CLÉS POUR 2025

Représentation équilibrée (50-50) des hommes et des femmes dans les équipes de direction

100 % des managers bénéficient d'une formation de sensibilisation à la diversité et à l'inclusion



Nous avons placé **l'implication de nos collaborateurs** au **cœur de notre stratégie RH**.

En 2018, nous avons choisi **l'enquête Q12 du Gallup Institute** pour l'évaluer. Depuis, **la moitié des salariés de l'entreprise ont déjà répondu** au moins une fois à l'enquête. À ce jour, 11 pays, ont **déjà formé leurs managers** à continuellement **soutenir l'engagement de leurs équipes** en mettant en place des plans d'actions dédiés.



La diversité et l'inclusion ont toujours été **des valeurs fondamentales pour Paradies Lagardère**, notre filiale nord-américaine. Afin d'**accroître l'implication des employés et des parties prenantes en matière de D&I**, elle a créé un **Comité D&I**. Les équipes locales ont également intégré **des sessions dédiées à la D&I dans leur séminaire annuel de management** et dans un **programme de formation sur les préjugés inconscients**.



SOCIAL

Nous accompagnons les collectivités locales



Soutenir les communautés locales



Encourager et faciliter le bénévolat



Utiliser notre réseau pour effectuer des dons

OBJECTIFS CLÉS POUR 2025

0,5 % du bénéfice avant intérêts et impôts (EBIT) est **reversé sous forme de dons**

100 % des pays ont mis au point des initiatives pour **soutenir les communautés locales**



Depuis 2020, nous sommes partenaires de **la start-up française Phénix** et **faisons don des excédents de stocks** de nos magasins à **13 associations caritatives locales** à proximité de l'aéroport de Paris CDG. En 2020, ces **dons se sont élevés à l'équivalent de plus de 250 000 euros de denrées alimentaires**. Soit l'équivalent de **160 000 repas sauvés** ou **81 tonnes de déchets évités**.



Depuis 2007, **l'équipe Pacifique travaille avec Canteen**, une organisation de lutte contre le cancer chez les jeunes, devenue son principal partenaire caritatif en 2020. Grâce à ce partenariat largement communiqué dans nos magasins en Australie et en Nouvelle-Zélande, plus de 300 000 AU\$ ont été collectés depuis 2008. Cela a permis de fournir des **services de soutien gratuits aux jeunes et à leurs familles** afin de relever des défis de leur difficile parcours contre le cancer, tels **que la poursuite de leurs études** grâce au Charity Robots pour faciliter la scolarisation à distance.



Lagardère
TRAVEL RETAIL

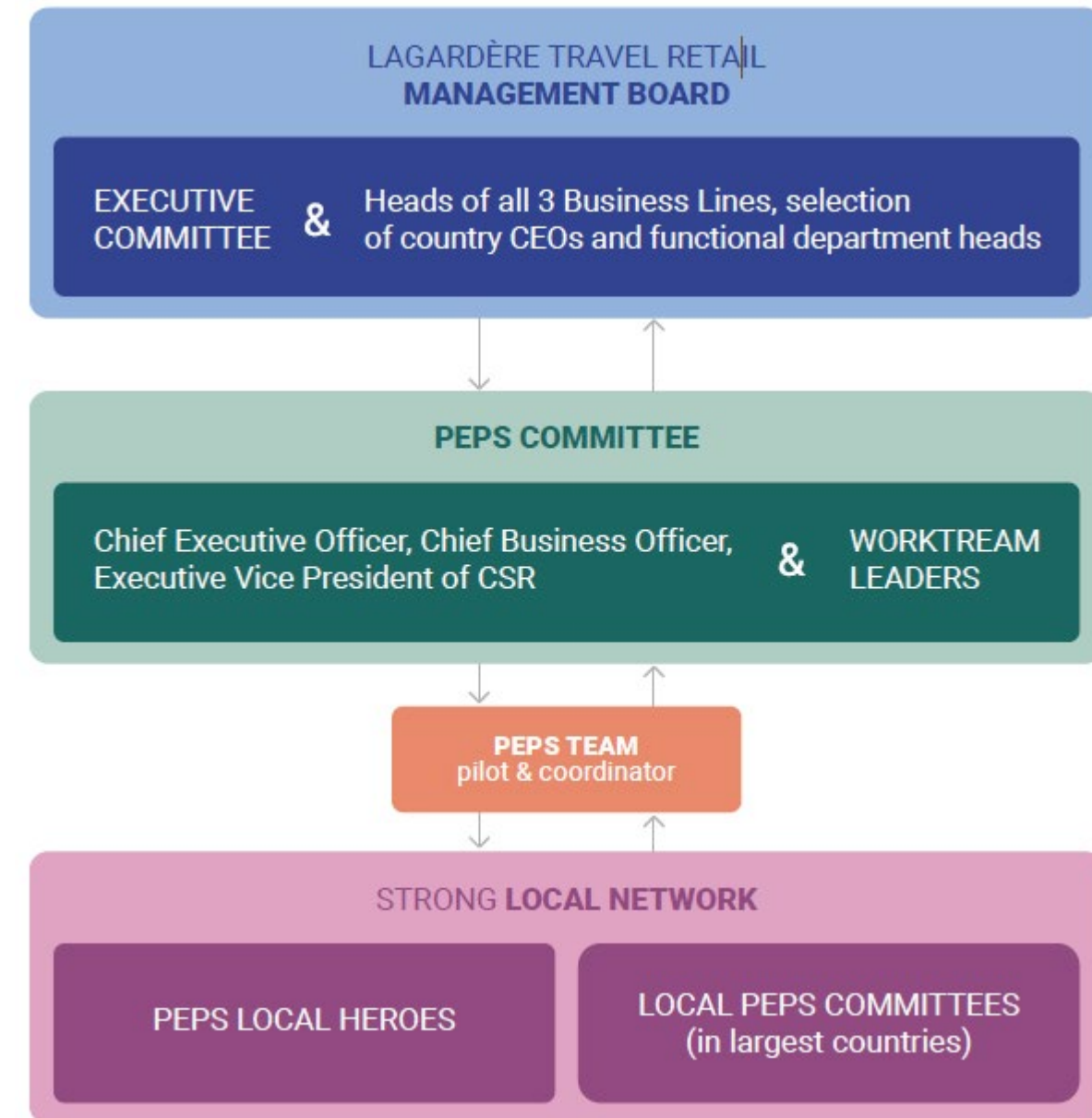
UNE GOUVERNANCE GLOCALE POUR PILOTER & EXÉCUTER LA STRATÉGIE PEPS

Sous l'impulsion et la supervision du Management Board, le Comité PEPS et ses équipes soutiennent chacun des quatre piliers de notre stratégie RSE.

Les Leaders Stream, qui font partie du Comité PEPS, sont chargés de conduire l'action dans leurs domaines respectifs, faire progresser les engagements, s'assurer que les objectifs restent pertinents et sont pleinement atteints.

Au niveau local, une communauté forte et active de plus de 30 Local Heroes sont chargés d'intégrer la stratégie PEPS et de l'adapter à leurs environnements et enjeux.

Des Comités PEPS locaux sont également sur le point d'être constitués pour accélérer le déploiement de notre stratégie RSE.



RÉCOMPENSES ET LABEL RÉCENTS



Depuis 2018
Certification
responsabilité
sociale SA 8000
(Italie)



Depuis 2019
Label « Top Employer »
(Italie)

Depuis 2019

certification « Disability
Confident » (Luton)
Depuis 2021 (Birmingham)



2020
Prix employeur
d'excellence (Chine)



2020 (automne)
Label « ValueAble »
pour 5 activités de
restauration (Italie)



2021 (mai)
Certificat « Better Life »
pour la branche
Foodservice (Pays-Bas),
1ère chaîne de
restauration rapide du
pays



2021 (oct.)
4 prix FAB Superstars
Awards : « Humanité,
Leadership & Inspiration »
et « Innovation »



2021 (oct.)
5 prix Moodie TR Superstars
Awards pour récompenser les
contributions individuelles et
collectives exceptionnelles
pendant la crise



2021 (déc.)
Déménagement dans un
nouveau siège social doté de
certifications de durabilité

DATES CLÉS

1995

Création du Store
Planning Committee
(comité d'aménagement
des magasins ou SPC)



2011

Partenariat avec
Action contre la
Faim

2017

Lancement du
réseau « LL » pour la
promotion des
questions de RSE
(Groupe Lagardère)

PEPS

Planète.Éthique.Personnes.Social.

2019

Lancement de
la stratégie RSE
« PEPS »

Depuis 2019

Inclusion dans le S&P
Global Sustainability
Yearbook
(Groupe Lagardère)

2020

Lancement de la Lagardère
Sustainability Academy

2020

Lancement de
la plateforme de
signalement « Ethics Line »
(Groupe Lagardère)

2021

1er indice
composite
RSE

2021

1ère évaluation
complète de notre
empreinte carbone



2022 (janv.)

Création du Comité RSE
de Lagardère Travel Retail

2022

Déploiement du
programme de produits
responsables CARE
dans les pays de l'UE
(branche DF & Mode)

2050

Nous visons
d'atteindre zéro
émission nette
pour nos 3
segments avant
2050

1994

1er « Code de
Conduite »
(Groupe Lagardère)

2003

Adhésion au Pacte Mondial
des Nations Unies
(Groupe Lagardère)



2015

1ères Journées
de Volontariat
de la branche
d'activité Duty
Free & Fashion

2018

Partenariat
avec Too
Good To Go



2019

Engagement à interdire les consommables
en plastique à usage unique dans nos
marques exclusives de restauration à
l'échelle mondiale à partir de 2020



2020

Création du Comité
Diversité & Inclusion
(États-Unis)



2020

Partenariat avec
Phénix

2021 (dec.)

Ouverture d'un pop-up
Store en partenariat avec
le projet de changement
de perception de l'ONU
Genève qui met en avant
les 17 ODD

2021 (dec.)

Inauguration de notre
1ère boutique Duty Free éco-conçue
à Genève (laboratoire vert)



2023

Fin 2023, nous
contribuerons à la
neutralité carbone
globale



**Nous nous engageons
pour développer un avenir
plus durable dans nos métiers
et sur le secteur du Travel Retail**