

An aerial view of a lush green building with a large waterfall cascading down from a glass-enclosed structure. A train is visible on a track to the right, and people are walking on a curved path below the waterfall. The scene is filled with dense tropical vegetation.

PEPS

Planet.Ethics.People.Social.

PEPS APR LAGARDÈRE TRAVEL RETAIL

Notre feuille de route RSE
pour créer un avenir plus
durable.

Octobre 2023

Lagardère
TRAVEL RETAIL



L'ampleur de la crise environnementale et climatique oblige les entreprises à prendre des mesures immédiates. Les particuliers et les organisations doivent jouer leur rôle dans la construction d'un avenir plus durable et plus responsable. Et ils doivent le faire maintenant. **Lagardère Travel Retail s'engage à jouer un rôle de premier plan dans la transition de l'industrie du Travel Retail vers un modèle plus durable.** Pour ce faire, nous unissons nos forces à celles de nos partenaires afin d'accélérer les progrès et d'accroître l'impact positif de nos actions.

Nous savons que le chemin sera long et jalonné de nombreux défis. Mais nous avons une responsabilité envers notre personnel, les communautés au sein desquelles nous opérons et les générations futures. Nous nous sommes engagés à **fixer un objectif scientifique avec le SBTi et, conformément à l'Accord de Paris sur le climat**, nous visons à atteindre un niveau d'émissions nettes nulles - dans les trois domaines d'activité - avant 2050. Cette ambition s'inscrit dans la **stratégie globale du groupe Lagardère visant à lutter contre le changement climatique et à réduire les émissions de carbone**, sur l'ensemble de la chaîne de valeur.

Nous avons pris l'engagement, à la pointe du secteur, de contribuer à la neutralité carbone mondiale d'ici à la fin de l'année 2023.

Grâce à des objectifs mesurables et ambitieux dans les quatre piliers de notre stratégie RSE appelée **PEPS (Planète. Éthique. Personnes. Social)** et avec le soutien de notre personnel 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 est complémentaire du rapport annuel RSE du groupe Lagardère et du document d'enregistrement universel dans lequel nos réalisations en matière de RSE sont présentées conformément à la Global Reporting Initiative (GRI).

Dag Rasmussen
Président-directeur général

Arnaud Rolland
VP RSE

PEPS : un manifeste de la RSE pour promouvoir le développement durable dans notre entreprise

Notre stratégie à long terme, fondée sur des données scientifiques, coopérative et transparente, 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 : La Planète. L'Éthique. Les Personnes. Le Social.

PLANET

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

ETHICS

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

PEOPLE

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

SOCIAL

—
Tirer parti de notre réseau mondial d'employés et d'activités pour soutenir les communautés locales.

"Pour soutenir notre stratégie PEPS, nous avons fixé des objectifs ambitieux afin de mesurer les progrès accomplis dans la réalisation de nos engagements. Ils sont en parfaite adéquation avec les besoins et les attentes de nos parties prenantes et feront l'objet d'un suivi et d'un rapport annuel".

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

Notre stratégie de RSE s'articule autour de 4 piliers étayés par 12 engagements concrets qui se rapportent tous à un ou plusieurs des objectifs de développement durable des Nations unies.



PLANET

- Réduire les émissions de carbone pour contribuer à la réalisation d'objectifs industriels ambitieux
- Réduire les déchets
- Promouvoir des emballages et des produits jetables responsables



ETHICS

- Développer l'approvisionnement en produits et denrées alimentaires locaux
- Promouvoir des produits et des ingrédients responsables
- Cultiver un comportement éthique



PEPS

Planet.Ethics.People.Social.



PEOPLE

- Assurer la sécurité et le bien-être au travail
- Promouvoir l'engagement des salariés
- Favoriser la diversité et l'égalité des chances



SOCIAL

- Soutenir les communautés locales
- Encourager et faciliter le bénévolat
- Tirer parti de notre réseau pour faire des dons ciblés



PLANETE

Nous nous engageons à accroître la durabilité de nos activités.



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

NOS OBJECTIFS DE RÉDUCTION DU CO2

- Nous contribuerons à la neutralité carbone mondiale d'ici à la fin de 2023.
- Nous visons à atteindre des émissions nettes nulles pour les trois champs d'application avant 2050.



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

À la suite de notre 1^{ère} **évaluation complète de l'empreinte GES** réalisée par Carbone 4 et d'une analyse approfondie de nos activités, **nous nous sommes engagés à contribuer à la neutralité carbone mondiale d'ici à la fin de 2023.** Cet objectif couvre toutes nos émissions directes (champs d'application 1 et 2) et sera atteint en accélérant **nos programmes de réduction de la consommation d'énergie et en passant à l'électricité verte et aux GO** dans toutes nos propres opérations.

En janvier 2023, des **mesures globales de réduction de la consommation d'énergie** ont

été prises pour l'ensemble de nos opérations, siège, entrepôts et points de vente. Cette série d'actions comprend des mesures visant à **adapter la température, les meilleures pratiques informatiques, des audits énergétiques**, des recommandations sur **les équipements à faible consommation** et **l'utilisation de LED de dernière génération** pour tous les nouveaux points de vente. En outre, des fiches d'action pour la réduction de la consommation d'énergie ont été élaborées sur des thèmes spécifiques, et les meilleures pratiques sont régulièrement partagées entre tous les pays.



SCIENCE
BASED
TARGETS

DRIVING AMBITIOUS CORPORATE CLIMATE ACTION

Nous travaillons également de manière intensive sur le scope 3, les émissions indirectes, qui comprennent entre autres les émissions générées par les produits et services que nous achetons et vendons. Nous nous sommes **engagés à fixer des réductions d'émissions en accord avec le SBTi**, sur la base de ses trajectoires et en alignement avec l'accord de Paris sur le climat, **nous visons à atteindre des émissions nettes nulles - dans les trois champs d'application - avant 2050.**

PLANETE

Nous nous engageons à accroître la durabilité de nos activités.



Réduire les déchets



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**
100 % des pays ont opté pour des **produits de consommation responsables**

OBJECTIFS POUR LES POINTS DE VENTE DE BOUTEILLES D'EAU

- D'ici à fin 2024, tous les magasins proposeront une **alternative aux bouteilles d'eau en plastique à usage unique**.
- Accélérer le passage des bouteilles d'eau en plastique à usage unique à 100 % de RPET, dont au moins les **3/4 seront à 100 % de RPET** d'ici à la fin de 2025.



Grâce à une **offre qualitative et authentique**, Relais H Café est le **numéro 1 des concepts de restauration à la française dans les hôpitaux**. C'est aussi une enseigne éco-citoyenne engagée dans la lutte contre le gaspillage alimentaire. Un programme interne anti-gaspillage baptisé " Défi no gaspi " permet de bénéficier d'une réduction de 50 % sur les sandwiches et les viennoiseries une heure avant la fermeture. Plus largement à travers ses autres enseignes, Lagardère Travel Retail France travaille également avec la start-up spécialisée To Good To Go pour réduire le gaspillage. Depuis sept. 2018, près de **50 000 paniers ont été économisés, ce qui équivaut à 122 tonnes de CO2e évitées**.

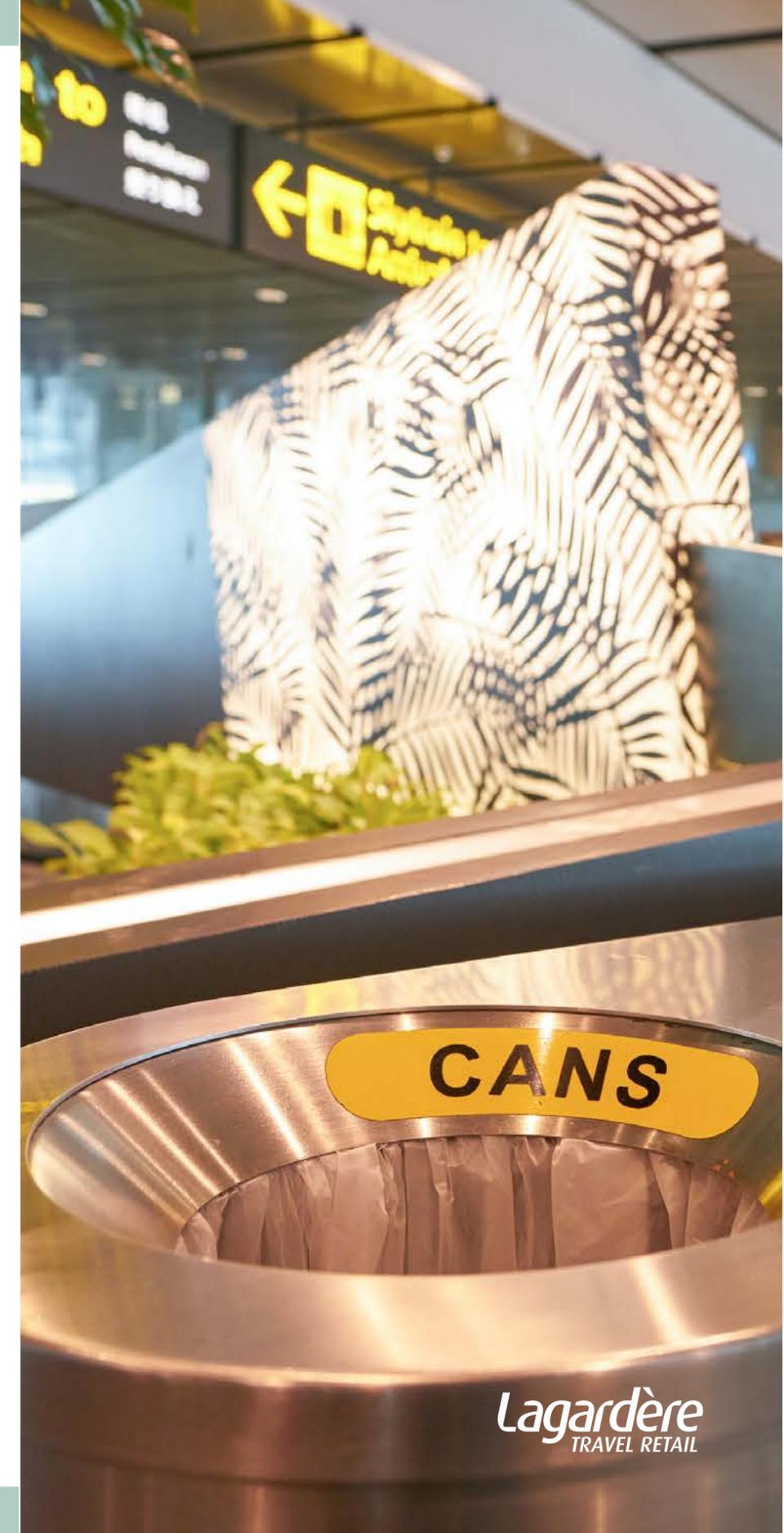


Notre objectif constant est de **progresser vers la circularité** et de guider nos équipes pour qu'elles prennent les meilleures décisions en matière de matériaux pour les emballages et les produits jetables. Nous avons créé des **"lignes directrices sur les matériaux"** pour les produits jetables et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

options sans plastique, 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 États-Unis.



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 % du nouveau personnel et des populations à risque reçoivent une **formation anti-corruption**.

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

Les engagements de la France en matière de produits responsables pour 2024 dans les marques propres :
50 % de l'offre de restauration réservée aux **produits locaux, biologiques, durables ou labellisés**.

80% des produits vendus sont **français**

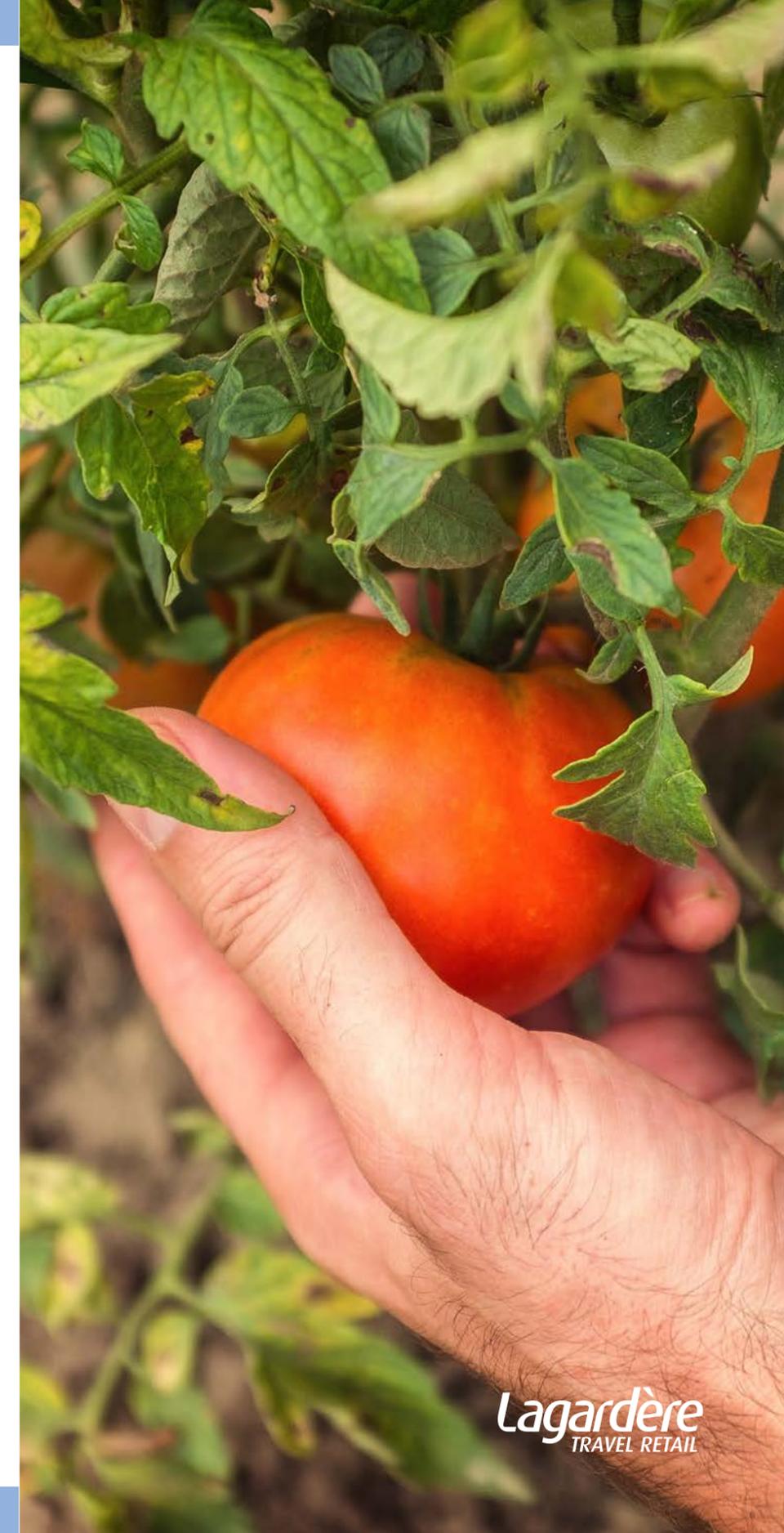


À Palermo Aelia Duty Free, nous avons établi un partenariat avec **plus de 30 fournisseurs locaux**. Ainsi, **60 % des ventes à Palerme sont réalisées avec des produits provenant d'Italie, dont plus de la moitié de Sicile**. Grâce à une offre qualitative et authentique, nous **soutenons également les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

Smullers, une marque interne de Lagardère Travel Retail, est la **1^{ère} marque de restauration rapide aux Pays-Bas à recevoir le label de qualité Beter Leven** en reconnaissance des **normes élevées qu'elle applique en matière de bien-être animal**. Pour tous ses snacks à base de viande, Smullers n'utilise qu'au moins une étoile du label de qualité Beter Leven. Cela démontre que la **restauration rapide peut fonctionner de manière responsable**.



Lagardère Travel Retail se préoccupe du **bien-être animal**. Après avoir pris la décision en 2018 de **ne plus acheter d'œufs produits par des poules élevées en cage** d'ici 2025, les entités française et tchèque ont rejoint l'**European Chicken Commitment**. Elles se sont engagées à ce que, d'ici 2026, **100 % de l'approvisionnement en viande de poulet réponde à l'ensemble des critères de l'Engagement européen sur le poulet**.



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 employés** et mettent en œuvre des **initiatives en faveur du personnel**
100 % des cadres reçoivent une **formation de sensibilisation à la diversité et à l'inclusion Équilibre entre les hommes et les femmes** au sein des équipes de direction



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

Depuis mars 2023, un **comité D&I** a également été créé au **siège**. Il s'agit d'un groupe de 15 personnes qui élaborent des actions sur les thèmes des **discriminations, de l'égalité des sexes, du handicap et de la maladie**.



Nous avons placé **l'engagement des salariés** au cœur de notre stratégie RH. En 2018, nous avons choisi **l'enquête Q12 de l'institut Gallup** pour le mesurer. Depuis, la **moitié des employés de l'entreprise ont déjà répondu au moins une fois à l'enquête**. A ce jour, 15 pays, ont **déjà formé leurs managers à soutenir en continu l'engagement de leurs équipes** en mettant en place des plans d'actions dédiés.



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**

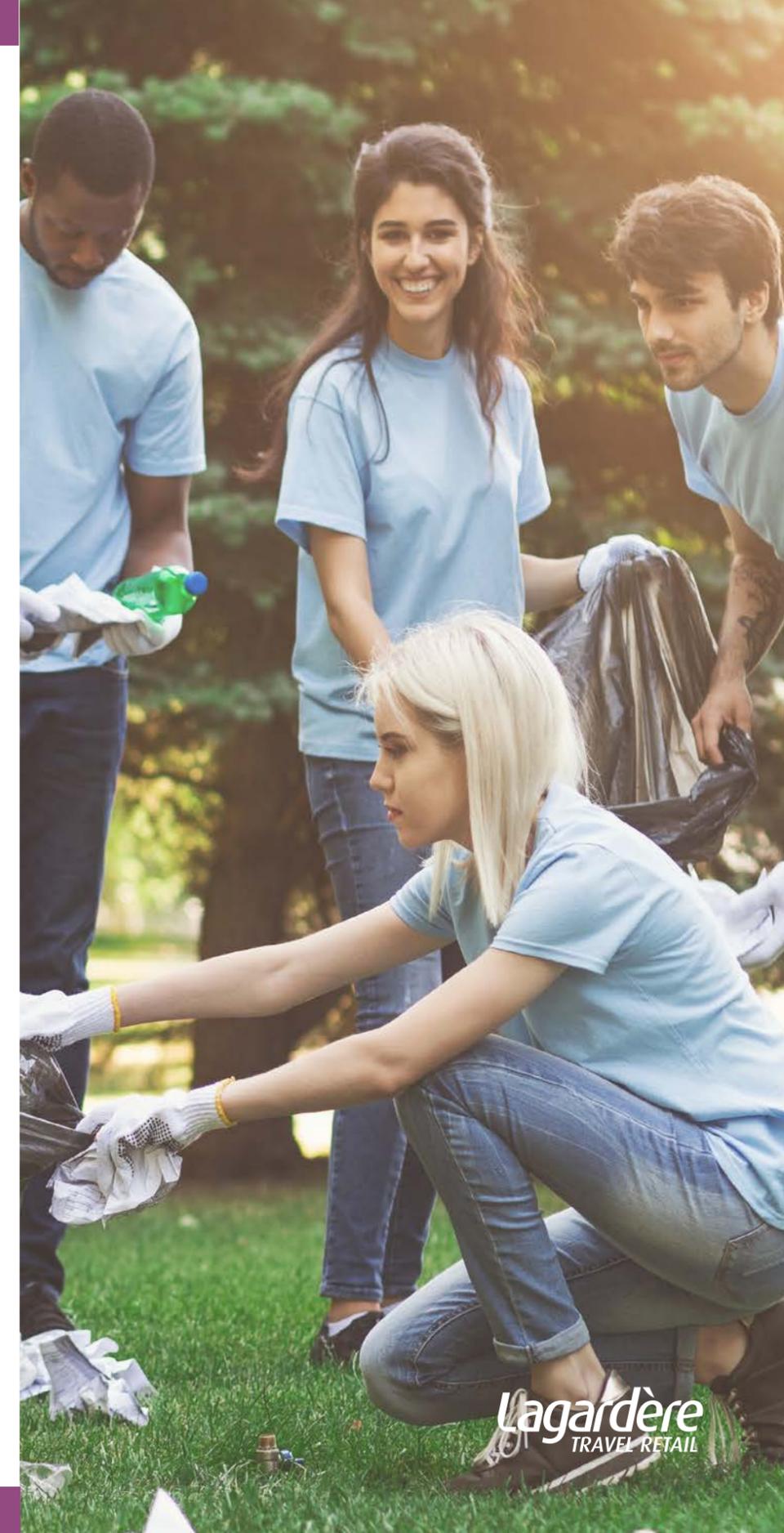
100 % des pays ont mis en place un **programme de bénévolat pour les employés**

0,5 % des bénéfices avant intérêts et impôts (EBIT) sont **reversés**.



En 2023, près de 300 de nos collègues du siège parisien ont participé au défi sportif de l'**ONG Action contre la faim**. Grâce à 800 km de course, 700 km de marche et plus de 200 heures d'activités sportives, nous avons **récolté plus de 67 000 €** pour soutenir la lutte contre la faim dans le monde. Il s'agit de la **plus grande contribution de notre entreprise en 12 ans** de soutien au défi.

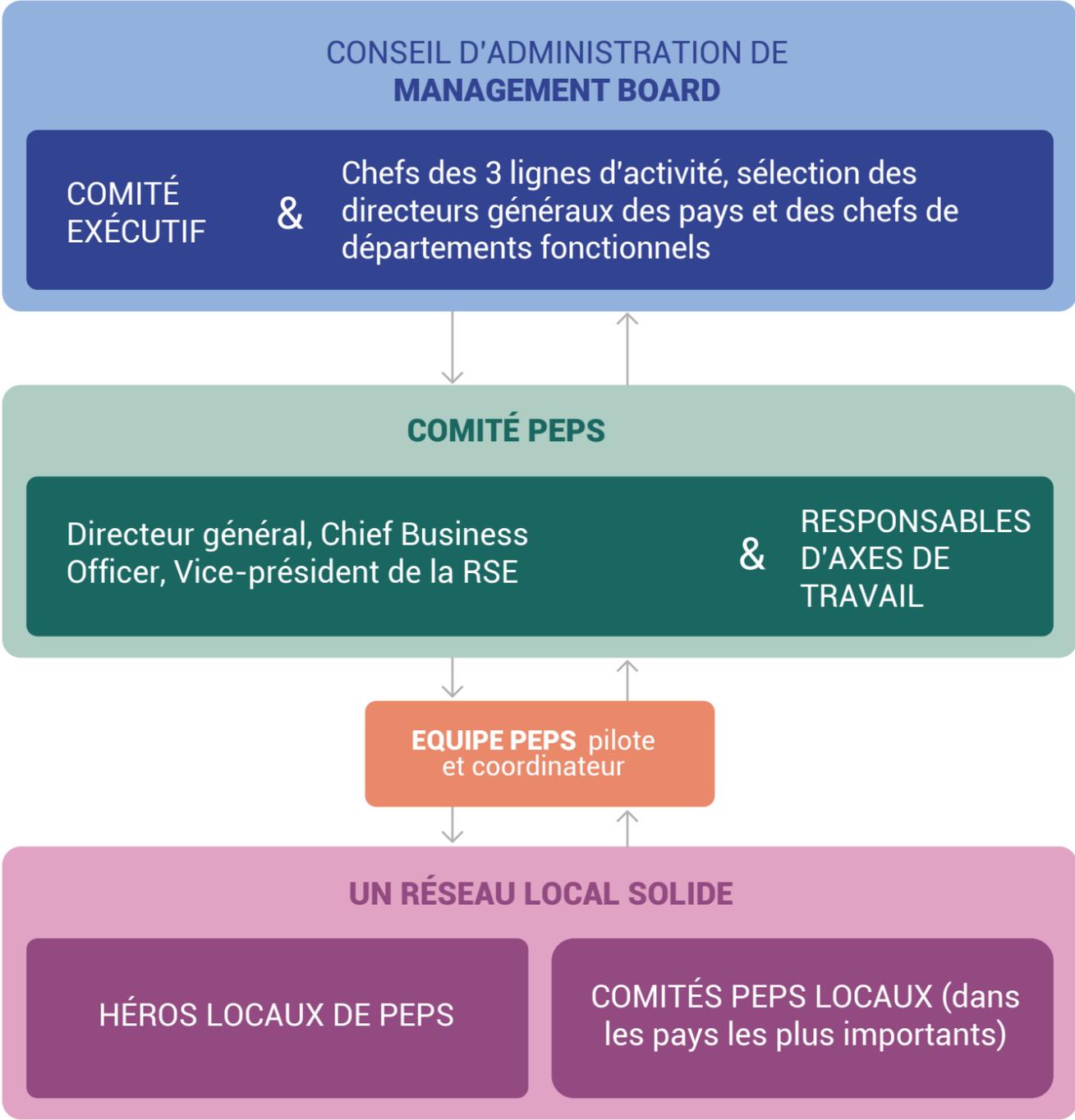
Depuis 2007, **notre équipe du Pacifique travaille avec Canteen, une organisation de lutte contre le cancer chez les jeunes**, qui est devenue son principal partenaire caritatif en 2020. Grâce à ce partenariat, largement diffusé dans nos magasins d'Australie et de Nouvelle-Zélande, plus de 300 000 dollars australiens ont été collectés depuis 2008. Cela a permis de fournir des **services de soutien gratuits aux jeunes et à leurs familles** afin de relever certains des défis de leur difficile parcours contre le cancer, comme la **poursuite de leurs études** grâce au don de robots pour faciliter la fréquentation des écoles à distance.



UNE GOUVERNANCE GLOCALE POUR PILOTER & EXÉCUTER LA STRATÉGIE PEPS

Sous la direction et la supervision du **conseil d'administration du groupe**, le **comité PEPS** et **l'équipe PEPS** soutiennent chacun des quatre piliers de notre stratégie de RSE. Les responsables des 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 30 héros locaux PEPS** est chargée d'intégrer la stratégie PEPS et de l'adapter à leurs environnements et enjeux locaux.



RÉCOMPENSES ET LABELS RÉCENTS



Depuis 2018
SA 8000 social responsibility certification (Italy)

Depuis 2019
"Top Employer" label (Italy)



Depuis 2019
"Disability Confident" certification (Luton)
Since 2021 (Birmingham)

Depuis 2020
Employer Excellence Award (China)



Depuis 2021
"Better Life" certificate for Foodservice branch (The Netherlands) as the 1st fast food chain in the country

2021
5 Moodie TR Superstars Awards to recognize outstanding individual & collective contributions during the crisis



2021
Move to new headquarters with sustainability certifications

2022
3 FAB Awards including ESG for "Best Women Leadership Initiative" and "Star Team" for support to Ukrainian refugees



2022
LAS Awards of Environmental Excellence Initiative (Senegal)

2023
2 Lima Airport Partners Awards, for "Promotion of Peruanity and Culture" and "Support to Communities"



2023
4 FAB Awards including for "Sustainability and Environment initiative of the Year" for the PEPS strategy

DATES CLEFS

1995
Création d'un comité de planification des magasins (SPC)



2011
Partenariat avec Action contre la faim

2017
Lancement du réseau "LL" pour promouvoir les thèmes de la RSE (Groupe Lagardère)



2019
Launch of CSR strategy "PEPS"

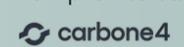
Since 2019
Inclusion dans le S&P Global Sustainability Yearbook (Groupe Lagardère)

2020
Lancement de la Lagardère Sustainability Academy

2020
Lancement de la plateforme de reporting "Ethics Line" (Groupe Lagardère)

2021
1er indice composite RSE

2021
1ère évaluation complète de l'empreinte carbone



2022
Création du Comité RSE de Lagardère Travel Retail

2022
S'engager auprès d'Act4nature pour la protection de la biodiversité



2023
Partenariats avec Reforest'Action et The SeaCleaners



2050
Nous visons à atteindre un niveau d'émissions nettes nulles avant 2050

1994
1er "Code de conduite" (Groupe Lagardère)

2003
Adhésion au Pacte mondial des Nations unies (groupe Lagardère)



2015
Premières journées de bénévolat au Duty Free & Fashion Business Line

2018
Partenariat avec Too Good To Go



2019
Engagement d'interdire les consommables en plastique à usage unique dans nos services alimentaires à l'échelle mondiale à partir de 2020



2020
Création d'un comité sur la diversité et l'inclusion (USA)

2020
Partenariat avec Phenix



2021
Ouverture d'un magasin éphémère en partenariat avec le projet de changement de perception de l'ONU à Genève pour promouvoir les 17 objectifs de développement durable.



2021
Ouverture de notre première boutique Duty Free éco-conçue à Genève (green lab)

2022
Ouverture des magasins d'éco-conception Discover Singapore et Future is Local à Prague



2023
S'engager à fixer un objectif scientifique avec le SBTi

2023
Lancement de la formation de la Fresque du Climat

2023
D'ici à la fin de 2023, nous contribuerons à la neutralité carbone à l'échelle mondiale.



PEPS

Planet.Ethics.People.Social.

Nous nous efforçons de rendre notre entreprise et le secteur de la vente au détail de produits de voyage plus durables.

PEPS
2022
EN CHIFFRES

+120
initiatives PEPS déployées dans le monde entier

30
héros locaux de PEPS

Plus de
1,5M
euros de dons

3,400
Salariés impliqués dans le bénévolat

9,500
Heures consacrées par les employés dans le bénévolat

Lagardère
TRAVEL RETAIL