

Engagements individuels de Lagardère Travel Retail dans act4nature international

Lagardère Travel Retail, l'une des deux branches du groupe Lagardère, est un opérateur mondial du commerce aux voyageurs (Travel Retail) qui tient une place de leader dans ce secteur.

Forts d'une expérience de 170 ans dans ce secteur d'activité, qui a débuté avec l'ouverture de la première librairie à Paris Gare de Lyon en 1852, nous proposons chaque jour de nouvelles expériences aux voyageurs. Nous créons et déployons des concepts de boutiques pour les concédants du Travel Retail, à savoir les aéroports et les gares, et nous avons aussi une activité historique très importante en France sur le secteur des hôpitaux. Au total, nous exploitons plus de 4 800 points de vente, boutiques et restaurants, dans des concessions situées dans plus de 42 pays, et nous avons réalisé un chiffre d'affaires de 5,5 milliards d'euros en 2019.

La RSE est au cœur de notre stratégie, avec un programme ambitieux, une feuille de route et des objectifs clairs et chiffrés : PEPS pour Planet, Ethics, People et Social. En 2021, pour identifier précisément les impacts directs et indirects de nos activités sur le climat, nous avons établi notre premier bilan carbone complet avec le cabinet Carbone 4. Les résultats de ce bilan nous ont confirmé que l'immense majorité de nos impacts sont indirects (95 %). Bâtir la feuille de route de réduction de nos émissions nous a naturellement amenés à considérer l'impact des produits que nous distribuons sur les ressources naturelles, l'environnement, et par conséquent sur la biodiversité.

Partant de ce constat, nous avons fait le choix d'adresser le sujet de la biodiversité, et de nous engager à :

1) RÉDUIRE LES IMPACTS SUR LA BIODIVERSITÉ DES ACTIVITÉS

| Thème | Engagements | Objectifs | Échéance |
|-------------------------|---|---|----------|
| Chaîne de valeur | Développer une politique d'achats responsables en intégrant des critères axés sur la préservation de la biodiversité à nos critères actuels. • Programme CARE : Les 4 critères actuels de sélection de l'offre sont = <i>I care «for Myself», or «for Animals»</i> <i>I care «for the Planet», «for Social & Ethical causes».</i> La sélection se fait à l'échelle du produit, grâce aux certifications obtenues par ce dernier, et repose également sur la capacité des marques à fournir les preuves de l'éligibilité d'un produit non certifié à l'un des 4 critères. Ambition du programme : atteindre 20 % de l'offre d'ici à 5 ans (lancement fin 2021). | Intégration dans les cahiers des charges Fournisseur (achats d'offre, de services et achats indirects), ainsi que dans les critères de sélection de l'offre responsable (programme « CARE »). | 2025 |
| | Sensibiliser le consommateur à l'impact biodiversité des produits en réalisant la promotion de produits/marques responsables pour la biodiversité | Réalisation d'au moins 3 promotions de produits/marques responsables annuelles. | 2025 |
| | Poursuivre la réduction de nos émissions de GES pour réduire notre impact climatique. | Contribuer à la neutralité carbone globale dans 100 % de nos opérations gérées en direct. | Fin 2023 |

2) CONTRIBUER POSITIVEMENT À LA BIODIVERSITÉ

| Thème | Engagements | Objectifs | Échéance |
|---|---|--|----------|
| Soutien à des projets de préservation de la biodiversité | Soutenir des projets en faveur de la préservation de la biodiversité. | Nos projets de compensation carbone contribuent à la protection ou la régénération de la biodiversité. | 2024 |

3) SENSIBILISER LES COLLABORATEURS ET LES PARTIES PRENANTES À LA BIODIVERSITÉ

| Thème | Engagements | Objectifs | Échéance |
|--|--|---|----------|
| Sensibilisation et formation des collaborateurs | Organiser une initiation à la biodiversité pour tous les collaborateurs du siège. | 100 % du collaborateurs du siège ont eu accès au programme de sensibilisation. | 2023 |
| | Réaliser des formations spécifiques sur le sujet de la biodiversité à différents métiers et/ou collaborateurs cibles du siège. | Dispenser une formation sur les achats responsables intégrant un volet sur la biodiversité. | 2024 |

4) VALORISER LES ENGAGEMENTS BIODIVERSITÉ EN INTERNE / EXTERNE

| Thème | Engagements | Objectifs | Échéance |
|--|--|---|----------|
| Valorisation de nos engagements | Communiquer sur les engagements en faveur de la biodiversité de façon transparente en interne et en externe. | Diffuser la feuille de route sur l'intranet, lors d'événements internes, et auprès de nos concédants et de nos marques. | 2023 |
| | Intégrer la feuille de route biodiversité à la stratégie RSE de l'entreprise. | Identification des connexions entre la stratégie RSE et la feuille de route biodiversité. | 2023 |