



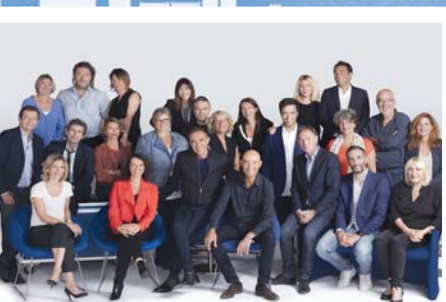
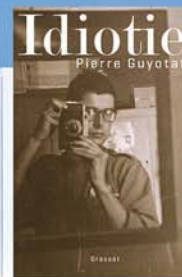
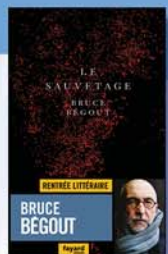
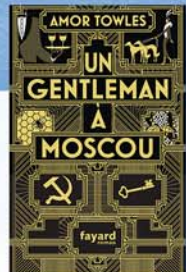
<http://enter.lagardere.net>

www.lagardere.com

Lagardère

Rendez-vous avec des auteurs

04/05 Zoom sur la rentrée littéraire des maisons d'édition de littérature générale de Hachette Livre



Plaisir et partage

03 La nouvelle grille d'Europe 1 pour la saison 2018-2019



Émotion culinaire

02 Un nouveau restaurant avec Thierry Marx





Join our Club

Le Club des Cinq arrive chez Hachette Pratique pour de nouvelles aventures... à l'âge adulte ! Cette collection historique et emblématique écrite par Enid Blyton – vendue à des millions d'exemplaires et traduite en 40 langues – revient avec toujours, Claude, ses cousins et Dagobert, « dans leurs aventures d'adultes » et « des thématiques actuelles qui jouent la carte de la parodie ». Les premiers livres parus : *Le Club des Cinq arrête le gluten*, *Le Club des Cinq pouponne* et *Le Club des Cinq part en séminaire*. Précisons que ces ouvrages ont été publiés au Royaume-Uni par Quercus (Hodder & Stoughton - Hachette UK).

© Jérôme Légière



Lagardère
TRAVEL RETAIL

Un nouveau restaurant avec Thierry Marx



Vincent Romet, CEO France-Regional COO de Lagardère Travel Retail, Thierry Marx et Mathieu Daubert, directeur Clients du Groupe ADP

© Annaud Carrière / Lagardère

TRAVEL RETAIL



© Thierry Lemberger-Sturm

Droit au but

Inauguration par Lagardère Travel Retail France et l'aéroport Marseille-Provence de 2000 m² d'espaces commerciaux, notamment sur les activités Duty-Free et Travel Essentials, dans le terminal 1. Les voyageurs bénéficient désormais d'une boutique Aelia Duty Free de 700 m² autour de la gastronomie et l'art de vivre.

Ce concept Next Generation est complété par un nouveau Relay et plusieurs « combistores » : un Relay - L'Occitane en Provence de 100 m², un Relay - Casino Shop de 295 m², un Relay - Fnac et une boutique Air de Provence - La Cure gourmande.

Émotion culinaire

Après La Plage à l'aéroport Nice-Côte d'Azur, L'Étoile du Nord à la gare de Paris-Nord (voir Enter 143) et La Villa à l'hôpital Édouard-Herriot-HCL à Lyon, Lagardère Travel Retail France poursuit sa collaboration (la quatrième) avec le chef étoilé Thierry Marx ! En effet, Relay@ADP (filiale codétenue par Lagardère Travel Retail France et le Groupe ADP) a ouvert dans la zone publique (niveau 2) du terminal 1 de l'aéroport Paris-Charles-de-Gaulle : Teppan. « Ce projet, explique Mathieu Mercier, directeur général délégué de Lagardère Travel Retail France, n'aurait pas vu le jour sans la volonté commune du Groupe ADP de développer la gastronomie française dans ses aéroports et notre

capacité à le réaliser. Ainsi est né un lieu à la fois atypique et très chaleureux, qui propose aux passagers une cuisine originale et de grande qualité. » Un restaurant qui « invite les voyageurs à découvrir

le restaurant propose une technique de cuisson au teppanyaki (signifiant en japonais, « grillé sur une plaque en fer ») qui permet « une maîtrise parfaite des températures et une cuisine rapide ».

Une cuisine créative et innovante au teppanyaki

une cuisine à l'esprit *fast casual*, faite de produits locaux de qualité, aux assaisonnements originaux ». Pour Thierry Marx : « La cuisine de Teppan, c'est la mise en valeur de bons produits locaux ; trois gestes et des assaisonnements inspirés de mes voyages, pour les transformer en une émotion culinaire. » Mais pourquoi Teppan ? Parce que

Ouvert 7 jours sur 7, de 6h à 22h, d'une capacité de 120 couverts, avec une cuisine ouverte sur la salle de restauration et le bar, Teppan propose, tout au long de la journée, des cartes et des menus qui s'adaptent au temps disponible des voyageurs... pour leur plus grand plaisir gustatif et visuel ! ←

N°3

C'est le classement mondial de Lagardère Travel Retail dans le « world's top travel retailers ».

Source : The Moodie Davitt e-Zine, 20 juillet 2018.

FAX PUBLISHING

Hachette Comics a lancé – en partenariat avec Hiveworks, plateforme leader sur le marché des webcomics en Amérique du Nord – le label de bande dessinée Robinson Millennials.

Notons la parution, fin août en France, de l'adaptation du premier tome des « Enquêtes de Nicolas Le Floch » (série de romans de Jean-François Parrot publiée aux éditions JC Lattès) : *L'Énigme des Blancs-Manteaux*.

FAX TRAVEL RETAIL

Lagardère Travel Retail Greater China a ouvert son premier magasin d'alimentation **King Bakery** à l'aéroport international de Hong Kong (hall principal, niveau Départs). Il s'agit d'un nouveau concept exclusif développé spécialement pour l'aéroport.

FAX TRAVEL RETAIL

Ouverture d'un « magasin gourmand » dans le terminal 1 de l'aéroport de Prague-Václav-Havel (République tchèque) qui propose notamment des produits régionaux mais aussi les marques Premium Food Gate et Casa del Gusto.

FAX TRAVEL RETAIL

Lagardère Travel Retail France a adopté **WeChat Pay** (système de paiement sur Smartphone ; voir Enter 147) à destination de sa clientèle chinoise, dans ses 14 boutiques Duty-Free & Mode de l'aéroport Nice-Côte d'Azur.



© Eric Frolier de Bagnaux / Capa Pictures / Europe 1

Laurent Guimier (debout) lors de la conférence de presse de rentrée d'Europe 1

Lagardère

La nouvelle grille d'Europe 1 pour la saison 2018-2019

Plaisir et partage

La 64^e rentrée d'Europe 1 se caractérise par un « retour aux fondamentaux ». Pour Laurent Guimier, vice-p-dg d'Europe 1 : « Le plaisir et le partage avec notre public sont justement deux des piliers sur lesquels nous bâtissons le projet d'Europe 1

femmes et douze hommes ! À l'antenne (dotée d'un habillage sonore renouvelé), en semaine, nous retrouvons : Matthieu Noël (5h-7h), Nikos Aliagas aux commandes de la matinale jusqu'à 9h (avec toujours Nicolas Canteloup à 8h45), suivi de

multiplie les nouveautés avec, depuis fin août, un nouveau site Internet, une nouvelle appli en octobre, et surtout la création d'Europe 1 Studio : un label destiné à concevoir des formes de radio différentes (podcasts, livres audio, assistants vocaux...). Mi-septembre, la station a ainsi lancé (en partenariat avec Universal), *3h56, le premier homme sur la Lune*, une série originale en 14 épisodes, sur la mission Apollo 11 et les premiers pas de l'homme sur la Lune. Ce label accompagne également les nouveaux talents issus des réseaux sociaux, tel le youtubeur Hugo Travers. Ajoutons également le retour prochain des journées spéciales délocalisées en province pour renforcer davantage le lien avec les auditeurs. ←

www.europe1.fr ; #Europe1

Renouer avec les auditeurs

pour les prochaines années. [...] Nos auditeurs veulent un Europe 1 qui les accompagne partout avec chaleur, humour, bienveillance et respect. [...] Je leur propose de construire avec nous le média qu'ils aimeront dans les années 2020. C'est la mission que j'ai confiée à Nikos Aliagas et à toute l'équipe d'Europe 1 pour cette saison. » Une nouvelle grille où 80% des « voix » étaient déjà présentes lors de la saison précédente et (pour la première fois) absolument paritaire avec douze

Wendy Bouchard, Anne Roumanoff, Raphaëlle Duchemin, Émilie Mazoyer pour deux heures de musique chaque soir ou encore Christophe Hondelatte. Parmi les nouvelles voix : Audrey Crespo-Mara (pour l'interview politique dans la matinale), Olivier Delacroix à 15h, suivi de Laurence Boccolini, puis de Matthieu Belliard de 17h à 20h. Les week-ends mêlent également voix historiques et arrivées avec, notamment, Bernard Poirette (6h-9h). Côté numérique, Europe 1

PUBLISHING



Histoire(s)

Parution aux éditions EPA d'un album-souvenir consacré au JDD et intitulé *Le Journal du Dimanche – 70 ans d'histoire(s)*, de Patrice Trapier (ancien directeur adjoint du journal). Un beau livre qui recense – à travers une large sélection de unes, de chroniques et d'articles marquants – les grands événements historiques et les évolutions qui ont marqué notre société.

TRAVEL RETAIL



© Ollie Dale

Terre d'ovalie

Lagardère Travel Retail a ouvert, en partenariat avec NZ Rugby, la première boutique officielle All Blacks en zone publique de l'aéroport international d'Auckland (Nouvelle-Zélande). Ce magasin de 80m² propose un environnement « innovant et captivant » (écrans LED, expérience de haka en réalité virtuelle à 360°...) ainsi qu'un large choix de produits (vêtements, maillots, ballons...).

03

SPORTS AND ENTERTAINMENT

ATP 250

Lagardère Sports poursuit son partenariat avec l'agence sportive e|motion sports GmbH Germany. L'agence de marketing sportif de la branche du Groupe a, en effet, acquis les droits de distribution médias mondiaux (hors Allemagne) du tournoi ATP 250 Mercedes Cup de Stuttgart jusqu'en 2022. Leader du marché des droits médias pour le tennis, Lagardère Sports offrira « des solutions individuelles à ses partenaires du tournoi ainsi que des plateformes de distribution attractives et des approches commerciales consacrées aux sponsors du tournoi. »

N°1

Hachette Livre conserve la première place du 22^e classement annuel de l'édition française.

Source : *Livres Hebdo*, 22 juin 2018 ; classement réalisé selon le chiffre d'affaires comptable hors taxes en 2017.

FAX SPORTS AND ENTERTAINMENT

Lagardère Plus (voir Enter 146) a accompagné Hyundai Motor France dans son partenariat avec la Fifa lors de la Coupe du monde féminine U20 qui s'est déroulée en août, en France.

FAX SPORTS AND ENTERTAINMENT

Lagardère Sports a signé mi-septembre un contrat de gestion et de représentation commerciale avec le golfeur finlandais **Kim Koivu**.

FAX ACTIVE

Tournage, jusqu'à la fin novembre, pour Arte, de la série *Une île* (6x52') produite par **Image et Compagnie** (Lagardère Studios) avec, notamment, Laetitia Casta et Sergi López.

Éthique et durable !

Acquisition des éditions La Plage

Hachette Livre a pris 100% du capital de La Plage, une maison d'édition fondée en 1994 par Laurence Auger et Jean-Luc Ferrante*. Pour les deux fondateurs : « Poursuivre cette aventure éditoriale avec Hachette Livre est pour notre maison un gage de pérennité. Une chance aussi : pouvoir diffuser encore plus largement le message écologiste de nos auteurs. »

Avec un catalogue de 250 titres et 40 nouveautés publiées en moyenne chaque année, les éditions La Plage souhaite transmettre « les derniers savoir-faire et les connaissances des acteurs de l'écologie d'aujourd'hui » dans différents domaines : cuisine (végétarienne, vegan...), éthique, santé et beauté naturelle, parentalité ainsi que sport et yoga. Cet engagement « éthique et durable » se traduit notamment par des livres imprimés sur du papier recyclé ou sur du papier issu de forêts gérées durablement, et avec des imprimeurs locaux.

Notons que l'année 2018 est « l'année du poisson » pour La Plage avec la traduction de *À quoi pensent les poissons*, le best-seller de Jonathan Balcombe, et *Les Paupières des poissons*, une bande-dessinée de vulgarisation scientifique de Sébastien Moro et Fanny Vaucher.

Parmi les meilleures ventes de la maison d'édition, citons : *Sans gluten naturellement*, de Valérie Cupillard, *Agar agar*, de Clea, *Ma cuisine végétarienne pour tous les jours*, de Garance Leureux, et *Vegan*. Ajoutons également que La Plage a obtenu à quatre reprises le World Gourmand Cookbook Award pour, notamment, *Vegan*, de Marie Laforêt, traduit en 2016 en Angleterre, en Espagne et en Italie, et pour *Soif de bio*, de Jean-Marc Carité, en 2017.

Les éditions La Plage vont intégrer la branche Hachette Illustré dirigée par Isabelle Magnac. www.laplage.fr

* Vice-président de la commission Environnement et Fabrication du Syndicat national de l'édition.



Rendez-vous avec des auteurs

Depuis la mi-août, plus de 560 romans* ont été publiés à l'occasion de la traditionnelle « rentrée littéraire ». Primo-romanciers, talents confirmés, exofiction, histoires de famille ou encore « romans du réel » : les maisons d'édition de littérature générale de Hachette Livre sont au cœur de ce temps fort de la littérature en France. Les dirigeants de Calmann-Lévy, Fayard, Grasset, JC Lattès et Stock vous présentent leur « rentrée » toujours très attendue par les libraires et pour le plus grand plaisir des lecteurs !

* L'hebdomadaire professionnel *Livres Hebdo* a recensé (numéro du 29 juin 2018) pour l'ensemble des éditeurs en France, 567 romans, dont 186 en littérature étrangère et 94 premiers romans, pour cette rentrée littéraire 2018.



CALMANN
LÉVY

« Cette rentrée 2018 est placée sous le double signe du renouveau et de la tradition. Une rentrée "resserrée" avec cinq ouvrages – dont quatre d'auteurs français – avec trois auteurs confirmés, écrits par Yann Queffélec, Émilie de Turckheim, Jean-Daniel Baltassat et deux premiers romans écrits par Marc Citti et Fatima Farheen Mirza intitulés respectivement *Sergent Papa* et *Cette maison est la tienne*.

Ainsi, la littérature française et étrangère chez Calmann-Lévy revient habillée d'une nouvelle charte graphique et porteuse de l'esprit qui a toujours animé cette maison durant ses presque deux siècles d'existence : éditer des voix qui comptent.

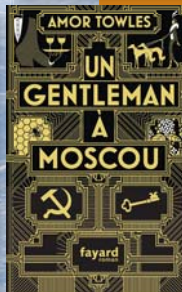
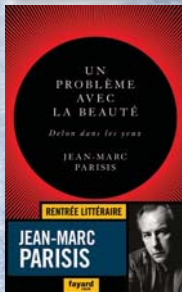
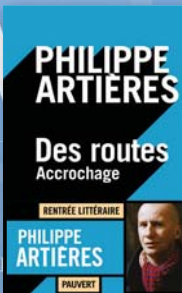
Que l'on parle de transmission, d'art, de solidarité, de famille ou de grands espaces, la littérature reste un de nos piliers fondateurs, et nous sommes heureux de lui donner cette année un nouvel éclat. »

↳ Philippe Robinet, directeur général des éditions Calmann-Lévy

fayard

« Nous avons construit une rentrée particulièrement resserrée autour de personnalités installées et d'auteurs à découvrir. Elle témoigne de ce en quoi nous croyons : la littérature est le prisme le plus puissant à travers lequel on peut dire le chaos du monde et celui de la vie intime. Elle lui offre la possibilité d'être raconté. La position marginale de l'écrivain fait que tout roman, tout texte littéraire, peut devenir le théâtre étrange où l'Histoire comme l'époque se révèlent. Dans notre rentrée chacun d'entre eux investit ou bien certains pans noirs de notre passé, comme peut le faire Bruce Bégout, ou bien le présent le plus à vif avec Aurélie Filippetti ; ils nous racontent la France à travers son cinéma et la figure d'Alain Delon, témoignent avec intensité de la condition de la femme contemporaine à travers la restitution d'un accouchement ou évoquent encore, à travers le projet d'un aérotrain qui ne verra jamais le jour, la force des utopies désertées et la question de la vocation littéraire. Chacun à leur manière, avec générosité et exigence, nos auteurs ont su évoquer notre monde à travers des sujets qui leur tenaient à cœur ou des hantises personnelles. »

↳ Sophie de Closets, p-dg des éditions Fayard



Grasset

« Pas sûr qu'un éditeur soit le mieux placé pour commenter sa propre rentrée littéraire : parce qu'il a tendance à "préférer" chacun de ses livres comme on préfère chacun de ses enfants ; parce qu'il inscrit chaque texte dans un contexte de compagnonnage littéraire et amical qui lui donne épaisseur, mesure et densité ; parce qu'il se méfie des classifications hâtives qui simplifient à outrance une création dont la raison d'être est précisément d'échapper aux classifications ; parce qu'il sait combien les rapprochements de thèmes, de genres, de styles, de générations sont artificiels. Comptabiliser le nombre de premiers ou de deuxièmes romans, celui des auteurs qui rejoignent la maison ou d'écrivains fidèles, de romans français ou étrangers, n'aboutit qu'à une statistique froide et stérile qui ne dira jamais ce que chaque texte apporte en propre. Alors, ce qui caractérise la rentrée 2018 de Grasset, à mes yeux ? C'est que tout mérite d'y être lu... »

↳ Olivier Nora, p-dg des éditions Grasset

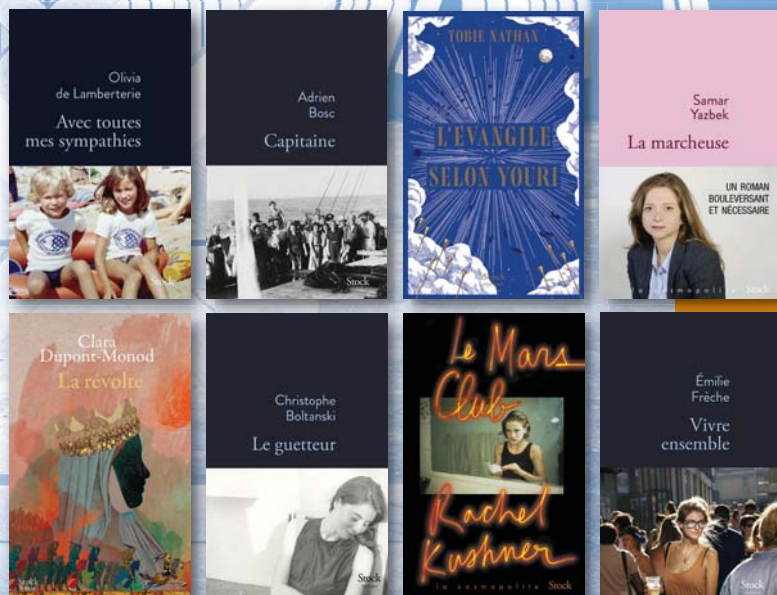


Éditions JCLattès

« Cette année, nous proposons une rentrée littéraire resserrée en nombre de titres : six romans en littérature française, un seul en littérature étrangère. Placée sous le signe de l'ailleurs, elle nous emporte au cœur du désert algérien avec Nina Bouraoui ; dans la Beyrouth sensuelle et dangereuse de Diane Mazloum ; dans l'Amérique du *New Yorker* racontée par Michèle Fitoussi, mais aussi au Brésil avec Serge Bramly, dans les deux Congo d'Henri Lopes,

au Cameroun avec Patrice Nganang et dans l'Irlande de John Boyne. Par-delà leur diversité, ces livres ont en commun de raconter des vies marquées par la guerre, l'exil, les questions d'appartenance – culturelle, géographique, sexuelle –, et la volonté farouche d'être libre. Comprendre qui l'on est et le monde dans lequel on vit : tel est l'enjeu de cette rentrée en forme d'invitation au voyage. »

↳ Karina Hocine, directrice générale adjointe des éditions JCLattès



Stock

« Une rentrée littéraire, c'est à la fois un rendez-vous amoureux qu'on ne voudrait pas manquer, et une agora de 400 romans français ! Comment se faire entendre dans ce brouhaha ? La rentrée Stock privilégie les voix distinctes et fortes d'une dizaine de romanciers, dont chaque livre est un univers à part, un monde unique, avec un tissage commun et involontaire qui serait celui de la famille et des folles auxquelles elle vous mène. Les rois maudits et parricides chez Clara Dupont-Monod. La quête de la mère et le roman des origines chez Christophe Boltanski. Le frère perdu et la blessure de cette perte chez Olivia de Lamberterie. Le fils prodigue et miraculeux chez Tobie Nathan. Etc ! J'aime bien l'histoire intime dans l'histoire universelle. Et que dans tout ce chahut, qu'on entende sans cesse la persistance d'une parole et d'une mélodie. »

↳ Manuel Carcassonne, directeur général des éditions Stock



RSE © Thierry Lewenberg-Sturm

Challenge réussi

Pour la sixième année, les équipes de Lagardère Travel Retail ont participé au Challenge contre la faim organisé, mi-juin, par Action contre la faim. Cet événement a rassemblé, sur le parvis de la Défense, plus de 3 200 sportifs, dont 253 salarié(e)s de la branche, qui ont permis de collecter 43 630 € au profit de l'association. Bravo à toutes et à tous !

© Thierry Lewenberg-Sturm



Lagardère
TRAVEL RETAIL

INNOVATION Beauty New Age : un nouveau concept beauté

INNOVATION

Perfumist

Première mondiale dans la boutique Aelia Duty Free à l'aéroport international Nice-Côte d'Azur avec Perfumist : une expérience olfactive « innovante et personnalisée, sous la forme d'une application » qui aide les clients à choisir le parfum idéal, en moins de deux minutes ! Proposant les produits du point de vente, disponible dans plus de 24 langues, Perfumist présente aux voyageurs, sur la base de plusieurs critères (notes, ingrédients, marques et gamme de prix), une sélection de dix fragrances qui correspondent à leurs goûts !

FAX RSE

Hachette-Phoenix¹ a présenté lors de la Foire du livre de Pékin, un nouveau type d'emballage de livres hydrosoluble (fabriqué à base d'amidon de maïs) afin de lutter contre la pollution (plus de 95 % des livres imprimés en Chine² sont emballés individuellement sous film plastique pour leur commercialisation).

¹ Filiale de Hachette Livre et de Phoenix en Chine.
² Plus de 9,2 milliards d'ouvrages en 2017 ; source : Bureau de la presse et de la publication de Chine.

Expérience à vivre

Dag Rasmussen, p-dg de Lagardère Travel Retail, Augustin de Romanet, p-dg du Groupe ADP et Jean-Charles Decaux, directeur général de JCDecaux, ont inauguré dans l'aéroport Paris-Charles-de-Gaulle (terminal 2, hall K) deux nouveaux concepts : La Place Digitale (un dispositif 100 % numérique développé par JCDecaux) et Beauty New Age. Ce dernier est le nouveau concept beauté des boutiques BuY Paris Duty Free, déployé par la branche du Groupe et Paris Aéroport, visant à « réinventer la beauté au cœur de l'ultime expérience de shopping parisien ». Cet espace de plus de 600 mètres carrés opéré par SDA* propose aux

voyageurs « un parcours simplifié, fluide et multi-expérientiel » et offre aux marques « une mise en avant inégalée de leur savoir-faire et de leur expertise, tout en faisant la part belle aux animations et aux interactions avec les clients ». Un point de vente dynamisé également par de nouveaux services experts

Réinventer la beauté

comme un barbier ou le regroupement de l'offre maquillage à travers une *make-up station*. Pour Dag Rasmussen : « Ce concept répond à une philosophie où le client est au cœur de toutes les attentions. Le service en est la clé de voûte. Cet espace beauté permettra aux

passagers de **vivre une expérience ultime**, notamment grâce à des **animations numériques exclusives et des offres et services personnalisés**. » Beauty New Age se veut le « summum du *phygital* en milieu aéroportuaire » combinant tous les avantages « du commerce physique – accueil personnalisé, conseils... – et les atouts du digital, pour sublimer les produits et les compétences des forces de vente ».

Prochainement déployé dans l'ensemble des terminaux des aéroports parisiens, ce concept se veut un lieu d'exception souhaitant offrir le meilleur aux voyageurs. ←

*Société commune entre Lagardère Travel Retail et le Groupe ADP.

N°1

À l'occasion des London Book Fair International Excellence Awards 2018, Hachette Livre a reçu le premier prix dans la catégorie « Accessible Books Consortium International Excellence Award : Publisher » qui récompense son travail en faveur de l'accès aux livres pour les personnes en situation de handicap.

Lagardère

RSE Onzième participation de l'équipe Lagardère à La Parisienne

© Jean-Marie Hervio / DPPI / Lagardère



Esprit de Groupe

Dimanche 9 septembre, et pour la 11^e année, une équipe de coureuses a porté les couleurs du Groupe à l'occasion de La Parisienne, 1^{re} course féminine d'Europe et 3^e course en France. Placée sous le thème de « New York », une 22^e édition – avec 21 367 coureuses classées – qui a eu, cette année encore, le privilège de passer par les Champs-Élysées ! Issues des quatre branches du Groupe – Lagardère Publishing, Lagardère Travel Retail, Lagardère Active, Lagardère Sports and Entertainment – et du Corporate, plus de 40 participantes ont accompli avec brio le parcours de 7 kilomètres et ont réalisé une belle performance en terminant à la 47^e place

sur les 301 équipes classées¹ (sur 475 équipes inscrites) du Challenge Entreprise². Rappelons que La Parisienne s'est impliquée, pour la 13^e année consécutive, aux côtés de la Fondation pour la recherche médicale afin de soutenir la recherche sur le cancer du sein. En 2017, plus de 101 400 € ont été collectés. Depuis le début de son partenariat avec la Fondation pour la recherche médicale, La Parisienne a permis de collecter 1 086 027 € et de financer 25 projets. Bravo et merci à toutes les participantes !

¹ En 2017, l'équipe Lagardère s'est classée 20^e sur 322 équipes classées. ² Pour participer au Challenge Entreprise, une société doit constituer une équipe d'au moins 10 coureuses. Le classement est effectué sur le cumul du temps des 10 premières arrivantes divisé par le cumul de leur âge.

En 2017, Lagardère c'est...

Comme chaque année, la direction des Relations humaines fournit une « photographie chiffrée de la physionomie humaine » du Groupe. Fin 2017, 28 886 salariés permanents* travaillaient au sein du groupe Lagardère. Ce dernier, implanté dans plus de 30 pays, sur tous les continents, confirme son statut de groupe international avec près de 67% de ses effectifs permanents établis hors de France. De plus, ces effectifs sont éga-

lement majoritairement féminins, puisque 63% des salariés sont des femmes, dont 55% occupent des postes de managers.

Promouvoir la diversité, la formation et l'engagement des collaborateurs du Groupe est l'un des enjeux stratégiques de la politique RSE (Responsabilité sociétale de l'entreprise), les efforts portent principalement sur le développement des compétences et la gestion des carrières des collaborateurs. Ainsi, en

France, l'année 2017 a vu la création du Réseau LL, réseau mixité du Groupe (voir Enter 146). Ce réseau a pour objectifs de promouvoir la mixité femmes - hommes dans l'entreprise, d'améliorer l'accès des femmes aux postes à hautes responsabilités et de favoriser les synergies entre les différentes branches du Groupe. Aujourd'hui, ce sont près de 350 collaborateurs qui participent aux *workshops*, conférences et événements de

289

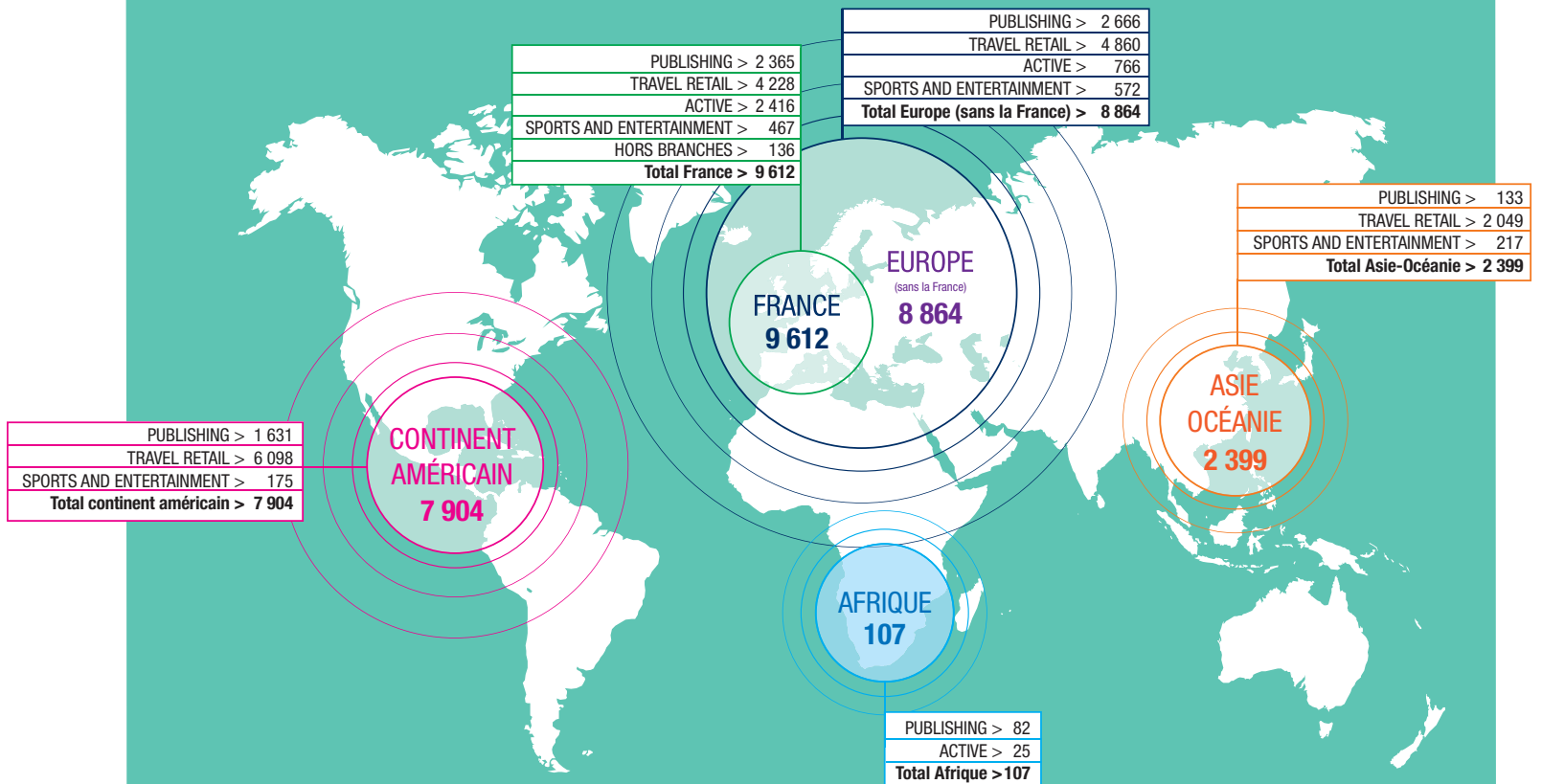
C'est le nombre de postes pourvus par mobilité interne* en France en 2017.

*Postes pourvus en inter et intra branches (y compris le Corporate) et par transformation de postes CDI en CDI.

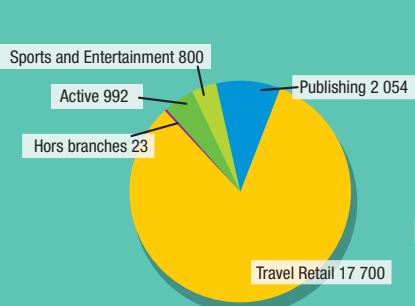
networking organisés par le réseau ! Enfin, comme chaque année, le Groupe tient à souligner l'effort réalisé en matière de formation des jeunes puisque 1909 stagiaires et alternants ont été accueillis au cours de l'année dernière.

* Salariés en contrat à durée indéterminée.

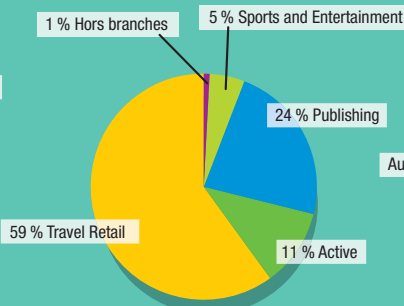
Répartition des effectifs par branche d'activité et par zone géographique à la fin 2017



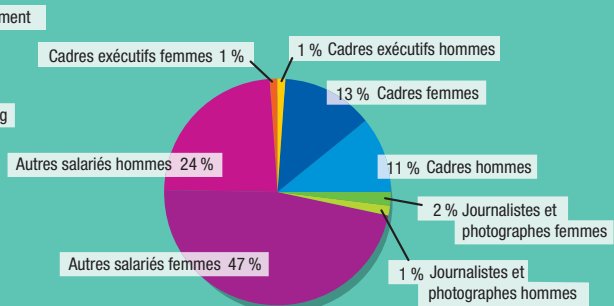
Entrées de personnel en CDI par branche d'activité



Répartition des effectifs permanents par branche d'activité



Répartition moyenne femmes - hommes par CSP





Thierry Funck-Brentano (4^e en partant de la gauche) entouré des lauréats des Trophées de l'innovation 2017-2018

© Nathalie Maucourt / Lagardère

Lagardère

Remise des Trophées de l'innovation 2017-2018

Démarches novatrices

Près de dix ans après leur première édition, les Trophées de l'innovation ont récompensé une nouvelle fois les idées et les projets les plus innovants du Groupe. Près de 100 personnes issues du Corporate et des quatre branches du Groupe – dont Thierry Funck-Brentano, cogérant de Lagardère SCA, Arnaud Nourry, p-dg de Hachette Livre, et Dag Rasmussen, p-dg de Lagardère Travel Retail – ont participé à cette cérémonie qui a suscité un vif intérêt. Cette nouvelle édition des Trophées s'est révélée particulièrement riche avec « des projets novateurs de nombreux intrapreneurs du groupe Lagardère et des démarches qui inventent les modèles de croissance de demain, qui enrichissent les savoir-faire métiers, et qui font rayonner nos marques et nos activités », selon les mots de Julien Durand, directeur du Développement stratégique du groupe Lagardère, en charge du Réseau Innovation Groupe. Ces trophées se composaient du prix de l'Innovation

et, nouveauté cette année, du prix du Meilleur échec destiné à honorer des projets « dont les enseignements se sont révélés bénéfiques ». Pour Édouard Minc, directeur Prospective et Investissement du Réseau Innovation Groupe : « **Les Trophées 2017-2018 ont été un grand succès avec 40 projets en compétition – dont 15 finalistes – issus de douze pays des différentes entités du Groupe** et portés par des femmes et des hommes aux métiers très divers ! »

Audace et créativité

Le prix de l'Innovation a ainsi distingué trois projets pour leur audace, leur créativité, leur haute valeur ajoutée et leur potentiel de transformation du Groupe : le premier prix a été décerné à la plateforme d'achat publicitaire Gravity (Lagardère Digital – Lagardère Active) qui commercialise de façon mutualisée et complémentaire les inventaires publicitaires et leurs don-

nées dans un environnement média premium ; le 2^e prix a été remis à Lili Bot (Hachette Romans – Lagardère Publishing), une expérience de lecture via un bot conversationnel sur Facebook Messenger mettant « en scène » l'héroïne d'*Another Story of Bad Boys*, de Mathilde Aloha ; le 3^e prix est revenu à la solution Magnum (Duty Free Global – Lagardère Travel Retail) qui utilise les technologies liées au big data et au *machine learning* afin d'adapter l'offre commerciale de BuY Paris

Duty Free et répondre aux différentes typologies de clients. Enfin, le prix du Meilleur échec a récompensé trois projets « pour leur démarche d'apprentissage et leur capacité à rebondir » : l'e-commerce photo *Paris Match*, le chatbot Dédé du *Journal du Dimanche*, et l'outil de gestion de projets Easy Project de Lagardère Travel Retail Czech Republic. Félicitations aux lauréats et à tous les porteurs de projet ! ←

Plus d'informations : <http://enter.lagardere.net> ; innovation@lagardere.fr

CORPORATE



© Jacques Giffon / Lagardère

La question à...

Gérard Adsuar,

directeur financier de Lagardère SCA

Quels sont les éléments clés des résultats du premier semestre 2018 ?

Ces résultats sont plutôt bons. Grâce aux contributions notables de Lagardère Travel Retail et de Lagardère Publishing, le maintien de l'activité de Lagardère Active et malgré un effet calendaire défavorable attendu pour Lagardère Sports and Entertainment, le Groupe poursuit sa croissance dynamique. Ces résultats confirment notre plan de recentrage stratégique, autour de Lagardère Publishing et de Lagardère Travel Retail, qui poursuit deux objectifs : aboutir à un profil industriel simplifié et plus ambitieux, et améliorer la génération de cash destinée à être réinvestie dans la croissance de nos activités prioritaires. Ce plan a été déployé au premier semestre et nous avons réalisé un certain nombre de cessions et d'acquisitions. Ainsi, afin de développer nos deux branches prioritaires, le Groupe a acquis, entre autres, la maison d'édition La Plage (voir p.4) et signé un accord, en août, en vue de l'acquisition de Hojeji Branded Foods qui opère plus de 124 bars et restaurants dans 38 aéroports aux États-Unis et au Canada. Cette acquisition va nous permettre de devenir numéro trois sur le marché nord-américain du Travel Retail et du Foodservice, et de peser 1,1 milliard de dollars ! Ces performances nous permettent de rehausser notre *guidance** pour 2018, désormais attendue entre +1 et +3% par rapport à 2017. Le Groupe est en ordre de marche pour poursuivre son recentrage stratégique, associé à une gestion rigoureuse et soutenu par le talent et la créativité de nos équipes.

*Objectif de croissance du résultat opérationnel courant des sociétés intégrées, retraité IFRS 15, à change constant et excluant l'impact des cessions de Lagardère Active.

Enter est imprimé sur du Cyclus Print produit à partir de fibres 100% recyclées

IMPRIMÉ VERT®



Lagardère

Résultats du premier semestre 2018

Lagardère révisé à la hausse son objectif de Résop Groupe¹ 2018 : croissance désormais comprise entre 1% et 3%².

Progression soutenue du chiffre d'affaires à +4,4% en données comparables¹.

- Chiffre d'affaires à 3366M€ en hausse de +4,4% en données comparables¹.
- Résop Groupe² stable porté par le dynamisme de l'activité, malgré un contexte de calendrier sportif défavorable.
- Résultat avant charges financières et impôts en forte progression à 243M€, contre 95M€ au 1^{er} semestre 2017³.
- Situation financière solide avec un free cash-flow en amélioration sensible à 149M€, contre -67M€ au 1^{er} semestre 2017³.

¹Indicateur alternatif de performance. ²Par rapport à 2017, retraité IFRS 15, à change constant et excluant l'impact des cessions de Lagardère Active. ³Retraité IFRS 15.

FAX CORPORATE

La Fondation Jean-Luc Lagardère et l'Institut du monde arabe ont décerné le **prix de la littérature arabe 2018** à Omar Robert Hamilton pour son roman *La ville gagne toujours* (Gallimard).



Directeur de la publication : Thierry Funck-Brentano | Directrice de la rédaction : Claire Salles | Rédacteur en chef : Arnaud Carroué | Rédaction : Arnaud Carroué et Baba Guirassy | Secrétariat de rédaction : Evelyne Doucet | Iconographie : Nathalie Maucourt | Maquette : Le Goff & Gabarra, www.lgetg.fr | Direction de la Communication Groupe : 42, rue Washington 75408 Paris Cedex 08 | Tél. : 01 40 69 84 04 | E-mail : enter@lagardere.fr | Une édition internationale est disponible en anglais | Première page : © Pierre-Olivier / Capa Pictures / Europe 1 | © Arnaud Carroué / Lagardère | © IStock