

<http://enter.lagardere.net>

www.lagardere.com

Lagardère

TOUR DU MONDE
DE L'ACTUALITÉ
DE LAGARDÈRE
TRAVEL RETAIL



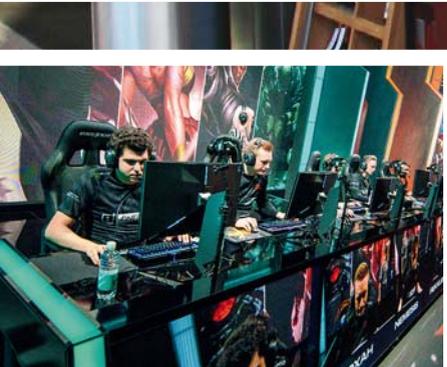
VINO
VOLO

VINO VOLO



Plaisir de jouer

03 Négociation exclusive de Hachette Livre pour l'acquisition de Gigamic



Des légendes pour l'Esport* !

02 Partenariat entre Lagardère Sports et League of Legends European Championship



Best-seller

Publié en langue arabe en novembre 2018 par Hachette Antoine, *Chahiyyan Kafiraq* (Savoureux comme un adieu), d'Ahlam Mosteghanemi – écrivaine la plus lue dans le monde arabe – a été vendu à plus de 55 000 exemplaires. Il s'agit du best-seller 2018 de la maison d'édition. Détenue à parts égales par Hachette Livre et la Librairie Antoine, éditeur et libraire libanais, Hachette Antoine édite en langue arabe pour les pays du Golfe, du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord.

© Riot Games / League of Legends European Championship



Lagardère
SPORTS AND
ENTERTAINMENT

Partenariat entre Lagardère Sports et League of Legends European Championship



Atout prix

De nombreux prix littéraires ont été décernés, fin 2018, à des ouvrages publiés par des maisons d'édition de Hachette Livre. Chez Stock, *Avec toutes mes sympathies*, d'Olivia de Lamberterie, a reçu le prix Renaudot essai ; *Le Mars Club*, de Rachel Kushner, le prix Médicis étranger ; *Gaspard de la nuit*, d'Elisabeth de Fontenay, le prix Femina essai.

Chez Grasset, Pierre Guyotat a obtenu le prix Médicis pour *Idiotie* (et le prix spécial du jury Femina pour l'ensemble de son œuvre).

Des légendes pour l'Esport* !

« Avec plus de 100 millions de joueurs actifs, League of Legends est l'un des jeux les plus populaires au monde et son éditeur, Riot Games, est un visionnaire du domaine de l'Esport », explique Robert Müller von Vultejus, directeur général Allemagne et directeur du développement Europe pour Lagardère Sports.

« Notre objectif a toujours été de répondre aux besoins des marques et de leur permettre de mieux communiquer avec une audience ciblée. Notre collaboration avec League of Legends European Championship (LEC) marque une étape clé dans nos efforts pour faire de Lagardère Sports la première agence de marketing Esport en Europe. Ces deux der-

nières années, nous avons appliqué notre savoir-faire au domaine de l'Esport et nous nous réjouissons de passer à l'étape supérieure. » Une étape supérieure que vient de franchir Lagardère Sports désormais agence de marketing exclusive de LEC. En effet, la filiale du Groupe

« Développer l'Esport en Europe »

a signé un partenariat stratégique pluriannuel avec League of Legends European Championship axé sur la commercialisation du « nouveau LEC », l'entité officielle chargée d'organiser les compétitions de League of Legends en Europe. Un partenariat qui va consister « à poursuivre le développement de l'Esport en Europe ».

Dans le cadre de cet accord, LEC et Lagardère Sports vont collaborer sur de nouvelles initiatives, destinées à renforcer l'influence de cette ligue et de l'Esport en général, en développant notamment « des concepts de sponsoring novateurs et des activations uniques, permettant aux

marques de cibler une communauté jeune et passionnée ». Pour Moritz Altmann, directeur de l'Esport chez Lagardère Sports : « LEC crée pour la première fois en Europe un écosystème Esport durable et planifiable, centré autour d'un jeu vidéo. LEC offre aux marques et aux entreprises un environnement structuré et efficace pour réussir des parrainages Esport en Europe. »

* Orthographe désormais officielle, arrêtée avec les éditeurs de jeux vidéo.

1 million

Avec plus de 640 vidéos et plus de 374 millions de vues, la chaîne YouTube de l'émission *C'est mon choix* – produite par Réservoir Prod (Lagardère Studios) – a dépassé la barre symbolique du million d'abonnés en janvier... et a ainsi obtenu le « Gold Play Button » !

FAX SPORTS AND ENTERTAINMENT

EDF a confié son conseil stratégique dans le sport à **Lagardère Plus** (voir Enter 146).

Lagardère Plus accompagne Hyundai Motor France dans le lancement de **l'Accélérateur by Hyundai** avec le club de football l'Olympique lyonnais : une course de voiture virtuelle, retransmise en direct au Groupama Stadium, où tous les spectateurs peuvent s'affronter.

FAX PUBLISHING

Hachette UK, en association avec Hachette Illustré (France), Hachette Book Group (USA) et Anaya (Hachette España), a conclu un partenariat avec Epic Games pour concevoir un programme d'édition sous la marque **Fortnite™**.

FAX PUBLISHING

Les éditions Albert René célèbrent le **60^e anniversaire d'Astérix** cette année avec, comme point d'orgue, la parution du 38^e album, le 24 octobre. Tirage prévu : plus de cinq millions d'exemplaires !

FAX PUBLISHING

Grand Central Publishing publiera le 21 mai *Cari Mora*, le nouveau thriller de **Thomas Harris**, l'auteur du *Silence des agneaux*. La maison d'édition de Hachette Book Group a acquis les droits mondiaux, hors Royaume-Uni.



Lagardère
PUBLISHING

Négociation exclusive de Hachette Livre pour l'acquisition de Gigamic

Plaisir de jouer

Fin janvier, Hachette Livre est entrée en négociation exclusive avec les fondateurs et dirigeants de Gigamic en vue d'acquérir 100% du capital de la société. Fondée il y a vingt-sept

ans et développée avec succès par Jean-Christophe Gires et Stéphane Gires, Gigamic – située à Wimereux dans le Pas-de-Calais –, « crée, édite et distribue des jeux de société à destination de tous les publics ».

« Nous sommes ravis d'accueillir Gigamic et son équipe formidable, dont les compétences présentent une proximité évidente avec nos métiers de création de contenus pour le grand public », a indiqué Arnaud Nourry, p-dg de Hachette Livre. Comme toutes les entités qui ont rejoint le groupe ces dernières années, Gigamic va pou-

voir poursuivre son développement dans le respect de son autonomie créative. » Et Stéphane Gires d'ajouter : « Nos entreprises partagent un même ADN en termes d'éthique, d'innovation, de management et de confiance accordée aux équipes en place. Le rattachement de Gigamic à un grand groupe français de référence est un signal fort donné aux membres de notre équipe, à nos clients et à nos fournisseurs. Nous envisageons l'avenir avec une grande sérénité et une très forte motivation. »

Grâce à son équipe composée de 30 personnes, Gigamic a de nombreux succès à son actif aussi bien dans les jeux de stratégie (*Quarto*, *Katamino*, *Quoridor* ou encore

Galerapados, qui a reçu le Grand prix du jouet 2018 dans cette catégorie), que dans les jeux familiaux (*Bazar Bizarre*, *6 qui prend*, *Mito*, *Wazabi*...). La société édite une quinzaine de nouveautés par an et son catalogue comprend plus de 200 références.

Pour Hachette Livre – déjà éditeur de jeux d'ambiance (jeux de quiz...), et qui a inclus les jeux mobiles dans son portefeuille d'activités en 2016 (avec l'achat de Neon Play et Brainbow Ltd au Royaume-Uni ; voir *Enter 142* et *Enter 143*) –, cet investissement s'inscrit « dans une volonté stratégique d'explorer des activités de loisirs adjacentes au monde de l'édition, et notamment le domaine du jeu grand public dans toutes ses composantes. » ↩
www.gigamic.com

N°1

En 2018, Le Livre de Poche se classe premier du marché « poche adulte France » (sorties caisse 2018 en format poche, tous circuits de vente). Source : Panel GfK, janvier-décembre 2018.

FAX PUBLISHING

Routard.com se place en tête des sites de voyage non marchands dans le top 20 des sites de voyage.

Source : L'Écho touristique, données Médiamétrie-NetRatings en France, en milliers de visiteurs uniques (ordinateur + téléphone mobile + tablette) en juillet 2018, catégorie Voyage (hors sous-catégorie Plans-cartes).

FAX PUBLISHING

Hachette Book Group a acquis les droits mondiaux de *Child in me* : les mémoires de Lisa Simone, fille de Nina Simone, écrits avec la journaliste Samantha Marshall

FAX PARIS MATCH

Paris Match a lancé, à partir de son fonds photographique, une websérie quotidienne sur Parismatch.com : *Un jour une photo*, en partenariat avec Harmonie Mutuelle.

PUBLISHING



Au top

Numéro un des ventes de livres grand format avec plus de 782000 exemplaires vendus*, *La Jeune Fille et la Nuit*, de Guillaume Musso (voir *Enter 147*) est le best-seller 2018. Le roman sortira au Livre de Poche le 20 mars et 32 traductions sont en cours. Il sera publié en juillet, sous le titre *The Reunion*, par Weidenfeld & Nicolson (Orion Publishing Group, Hachette UK) au Royaume-Uni et dans les pays du Commonwealth, et par Little, Brown and Company (Hachette Book Group) aux États-Unis. Ajoutons que le prochain roman de Guillaume Musso est prévu le 2 avril chez Calmann-Lévy sous le titre : *La Vie secrète des écrivains*.

* Source éditeur, au 17 janvier 2019.

PUBLISHING

Acquisition

Hachette UK a acquis Sheldon Press, une maison d'édition spécialisée dans les livres de développement personnel et de santé-bien-être. Sheldon Press – dont le catalogue comprend plus de 150 ouvrages – intégrera la division John Murray Learning (John Murray Press, Hodder & Stoughton).
www.sheldonpress.co.uk

03

PUBLISHING



Anniversaire

Didier Jeunesse célèbre ses 30 ans ! Créée sous l'impulsion de Michèle Moreau, aujourd'hui directrice générale, la maison d'édition a su « trouver des niches éditoriales nourries par les passions de sa directrice : la musique et le chant, mais aussi le conte, l'humour, le récit, la poésie... ». Didier Jeunesse a ainsi développé « une ligne éditoriale originale qui s'appuie sur des livres-disques, des albums et depuis peu des romans ». Parmi ses collections phares, citons Les Comptines du monde avec ses célèbres livres-CD.
https://didier-jeunesse.com

Aéroport de Toulouse-Blagnac

Avec l'ouverture de cinq boutiques et de cinq espaces restauration, en décembre 2018, Lagardère Travel Retail France propose aux voyageurs de l'aéroport de Toulouse-Blagnac « des concepts qui se distinguent à la fois par leur niveau élevé de qualité et par leur aspect innovant,

de la marque internationale Pret A Manger ; et enfin un « pop-up gourmet » proposant, selon les saisons une offre différente (Yummy & Guiltfree cet hiver, smoothies Zumo au printemps, Ô Sorbet d'Amour l'été, et le chocolatier basque Pariès cet automne). Côté shopping, Lagardère

Dix points de vente

pour faire vivre une expérience mémorable », selon les mots de Vincent Romet, directeur général de Lagardère Travel Retail France & Luxembourg.

En restauration, l'offre est « riche et unique » avec : un concept de boulangerie premium à la française signé Eric Kayser ; une « échoppe régionale », le J'Go (un restaurant J'Go de 400 m² est également prévu en septembre) ; une enseigne

Travel Retail France a ouvert trois combistores – un Relay Fnac complété d'une boutique officielle du Stade toulousain, un Relay Trib's, et une boutique La tête dans les étoiles (produits dérivés de l'aéronautique et du spatial) associée à un espace Looping (jouets et confiseries pour les enfants) – ainsi qu'un Relay et un espace mode multimarques, The Fashion Place (prêt-à-porter, bagagerie...). ←



© Lagardère Travel Retail



© Lagardère Travel Retail



© Lagardère Travel Retail

Aéroport de Libreville

GSEZ Airport* a annoncé, le 19 décembre 2018, la signature avec Lagardère Travel Retail d'un contrat de prestation qui permettra à la branche du Groupe d'opérer au sein de l'aéroport international Léon-Mba de Libreville (Gabon). Lagardère Travel Retail va ainsi avoir l'exclusivité d'exploiter plus de 600 m² de surface commerciale sur ses trois secteurs d'activité – Travel Essentials, Duty Free & Mode et Foodservice – avec différentes enseignes de renom, telles que Relay ou encore Aelia Duty Free. En outre, GSEZ

Aéroport bénéficiera « à très court terme de l'expertise de Lagardère Travel Retail au sein de l'aéroport actuel et à moyen terme au sein de l'aéroport en cours de construction, d'une capacité totale de 5 millions de passagers par an, qui sera livré en 2021 ».

Déjà présent dans 240 aéroports, il s'agit du 34^e pays d'implantation pour Lagardère Travel Retail et du second sur le continent africain, après le Sénégal en décembre 2017 (voir Enter 146).

* Filiale de Gabon Special Economic Zone (GSEZ) et issue d'un partenariat public-privé entre Olam International, la République gabonaise et Africa Finance Corporation.

Voir Venise

Lagardère Travel Retail (associée à SAVE*) a inauguré, fin 2018, une nouvelle « zone commerciale » à l'aéroport Marco-Polo de Venise avec en particulier un *walkthrough* Aelia Duty Free de 1 200 m², proposant une offre exclusive et de nombreuses marques italiennes (Bvlgari, Acqua di Parma, Dolce & Gabbana, Trussardi, Armani...). Dans l'activité Foodservice, cinq cafés ou restaurants spécialement conçus pour l'aéroport ont été développés :

Emporio del Grano, Nattoo, Rustichelli & Mangione, C. Coffee Lovers et un café vénitien typique, Torrefazione Cannareggio. Enfin, le Travel Essentials, comprend un nouveau format de Relay et un Relay rénové, ainsi qu'un « espace » World of Venice (inauguré en juin 2018) dédié aux produits locaux, à l'art et à l'artisanat vénitiens (avec notamment des produits en verre de Murano).

*SAVE est la société gérant l'aéroport Marco-Polo de Venise.

Nespresso en gare Montparnasse

Début décembre 2018, gare Montparnasse, au niveau des quais TGV, Nespresso a ouvert sa seconde boutique en gare en partenariat avec Lagardère Travel Retail France. Un huitième point de vente de la marque qui s'intègre dans le projet de rénovation

de la gare. Cette boutique de près de 70 m² propose « le meilleur de l'offre Nespresso associé à un espace de dégustation » et constitue la première étape d'un partenariat qui se poursuivra, cette année à Paris, gare de Lyon et à la gare de Lille Flandres.

Aéroport de Brest Bretagne

Lagardère Travel Retail France a ouvert deux nouveaux combistores Relay-Air de Bretagne à l'aéroport de Brest Bretagne. Le premier, d'une surface de 200 m² en zone publique, propose une offre complète pour le voyage (presse, livres, boissons, high-tech...) ainsi

qu'un rayon de produits régionaux avec des chocolats de la marque Le Pompon de Brest et un corner textile Armor Lux. Les voyageurs retrouvent également les essentiels de ces gammes dans la seconde boutique de 80 m² située en salle d'embarquement.

Amérique du Nord : acquisition de Hojeij Branded Foods

Nouvelle accélération dans le développement du segment Foodservice en particulier pour la branche du Groupe. Après avoir acquis Paradies en 2015 (voir *Enter 139*), Lagardère Travel Retail a finalisé, en novembre 2018, l'acquisition de Hojeij Branded Foods (HBF), l'un des leaders de la restauration aux États-Unis et au Canada – avec plus de 124 bars et restaurants dans 38 aéroports – ainsi que sa filiale Vino Volo, numéro un des bars à vins en aéroport en Amérique du Nord, présente dans 33 aéroports.

N°3 du Travel Retail et du Foodservice

et concepts propres. Pour Dag Rasmussen, p-dg de Lagardère Travel Retail : « Cette acquisition renforce considérablement notre présence sur le segment du Foodservice. Elle est conforme à notre stratégie visant la croissance sur les trois segments du Travel Retail : Duty Free & Fashion, Travel Essentials et Foodservice. Elle nous permet d'étoffer notre portefeuille de concessions et de développer nos relations avec nos marques partenaires et fournisseurs. »



© Metropolitan Airports Commission

Ouverture dans l'aéroport de Wuhan Tianhe

Lagardère Travel Retail et Hubei Airport Group ont inauguré, en octobre 2018, la concession principale dans le nouveau terminal 3 de l'aéroport international de Wuhan Tianhe (Chine) : plus de 8 000 m² et 90 points de vente ! L'offre proposée se veut comparable à celle des meilleurs aéroports internationaux, avec des marques de luxe internationales (Emporio Armani, Hugo Boss, Lancôme, Victoria

Secret...), des concepts Travel Essentials (Relay, Discover Wuhan), et une offre Foodservice très diversifiée (Starbucks, Ajisen Ramen, Zhou Hei Ya...). Rappelons que Lagardère Travel Retail est le premier opérateur international de Travel Retail en Chine avec plus de 250 points de vente en Retail et Foodservice dans 15 aéroports et 30 gares ferroviaires.

Partenariat mondial avec Dean & DeLuca

En octobre 2018, Lagardère Travel Retail a conclu un partenariat « exclusif et global » avec l'enseigne Dean & DeLuca. Ce partenariat a pour objectif d'ouvrir 150 points de vente franchisés dans les cinq prochaines années. Il permettra à la branche du Groupe d'enrichir son portefeuille de marques et à Dean & DeLuca de renforcer sa présence sur des zones stratégiques du commerce en zone de transport.

Cet accord a débuté avec l'ouverture des deux premiers points de vente à

l'aéroport international de Hong Kong proposant une gamme complète de produits et de services qui répondent aux besoins des passagers (sandwichs, salades, pâtisseries, café, boissons...). Lagardère Travel Retail poursuit ainsi le développement de son segment Restauration et confirme « sa capacité à atteindre ses objectifs et à répondre aux besoins des passagers, clients concédants et marques », selon les mots de Dag Rasmussen, p-dg de Lagardère Travel Retail.



© Dean & DeLuca



© Iran Us / Lagardère Travel Retail

Aéroport de Sydney

À l'occasion du programme de rénovation du terminal 2 (vols domestiques) de l'aéroport Kingsford-Smith de Sydney, Lagardère Travel Retail avait remporté un appel d'offres concernant cinq points de vente dans l'activité News, Books & Convenience.

Ainsi, depuis le 16 novembre dernier, trois magasins Relay – dont un flagship de 220 m² au nouveau design –, un point de vente Newslink et la toute première boutique Lego (associée au concept Kaboom, dédié aux jouets) dans la région Pacifique !



Changer nos habitudes

Parution chez Marabout de *En finir avec le plastique*, de Will Mc Callum, responsable de la campagne Océans de Greenpeace UK. Un « guide pratique pour un monde sans plastique, à la maison comme à l'horizon » dans lequel l'auteur nous plonge « dans un récit passionnant qui présente les dernières recherches, des conseils pratiques, des anecdotes de scientifiques et liste des actions positives qui ont porté leurs fruits à travers le monde ».

Un livre pour nous encourager à changer nos habitudes... et pour en finir avec notre dépendance au plastique.

© Alexandre Surre / Lagardère



Journée annuelle du Réseau LL en 2018

Lagardère

RSE Premier bilan des actions du Réseau LL depuis sa création

Un réseau inspirant !

« Le Réseau LL est l'un des seuls espaces de rencontre et d'échange interbranches pour les collaborateurs et les collaboratrices du Groupe et quelle que soit la fonction occupée », explique Isabelle Juppé, directrice de la Responsabilité sociétale de l'entreprise du Groupe. Un sentiment partagé par l'ensemble des membres qui apprécient ces moments de convivialité et d'échange. Après plus d'un an d'existence – et plus de 450 inscrits à la fin janvier –, le Réseau LL entend poursuivre son expansion en conservant ses trois objectifs : promouvoir la mixité femmes-hommes dans les métiers, encourager les femmes dans la progression de leur carrière et favoriser les échanges innovants et constructifs entre les

membres des différentes branches. **Le bilan de l'année 2018 a été riche et passionnant pour le Réseau LL grâce à son programme pilote de mentorat (ouvert aux hommes en 2019) et aux 32 événements organisés** : quatre conférences sur les enjeux professionnels et sociétaux, 17 ateliers de développement personnel et professionnel animés par des coaches, 11 événements de *networking* thématiques (tels que « La découverte des métiers du Groupe » avec notamment Véronique Cardi, présidente des Éditions JC Lattès et directrice générale du Livre de Poche, Laurent Guimier, vice-pdg des radios Europe 1, RFM et Virgin Radio, Jérôme Langlet, p-dg de Lagardère Live Entertainment,

ou encore Nathalie Simon, directrice générale de Relay@adp). « Le Réseau LL est un support privilégié d'engagement en matière d'égalité professionnelle pour Lagardère, ajoute Isabelle Juppé. Un engagement qui s'est notamment traduit par la signature de chartes

Dynamique de l'égalité

telles que Women's Empowerment Principles des Nations unies ou d'initiatives comme #StOpE contre le sexisme dit ordinaire en entreprise. »

Ajoutons enfin qu'après le succès de la première journée annuelle du Réseau LL, qui s'est déroulée en juin 2018, une seconde édition aura lieu cette année le 13 juin. ←

Société citoyenne

Dans le cadre de sa politique de RSE, Lagardère Travel Retail France a choisi, entre autres, de soutenir le Secours populaire français dans sa lutte contre l'exclusion, afin de permettre à des enfants qui ne vont jamais en vacances de partir au moins une journée.

Grâce à des boîtes à dons (mises en place par la société Common Cents), plus de 5000€ ont été récoltés en deux mois dans 16 magasins Relay parisiens en gares et aéroports... et ont permis à 100 enfants de voir la mer pour la première fois !

7 982 €

C'est le montant récolté par Lagardère Travel Retail France dans 16 magasins Relay (en gares et aéroports parisiens) au profit de l'association Bibliothèques sans frontières*. Plus de 7 000 livres ont pu être ainsi financés et envoyés en France, en Afrique et au Moyen-Orient.

* Lors de deux campagnes de collectes en juillet 2017 - juin 2018 et en septembre - novembre 2018.

Lagardère

RSE Signature, par le Groupe, de l'initiative #StOpE



© DR

Christian Guet signe l'initiative #StOpE

Engagement contre le sexisme

Début décembre, le Groupe, ainsi que 29 autres entreprises, a signé l'initiative #StOpE : un « acte d'engagement commun pour lutter contre le sexisme dit ordinaire au travail » afin d'agir contre l'ensemble des stéréotypes et des représentations sexuées de la société qui se traduit par des mots, des gestes et des actes qui discriminent et infériorisent les femmes. Une initiative qui a pour objectif de « partager et promouvoir les bonnes pratiques de lutte contre le sexisme et de créer un collectif d'entreprises et de dirigeant(e)s engagés sur cette question ».

Concrètement, les signataires de #StOpE vont

déployer, cette année, au moins l'une des huit actions « prioritaires » de la charte (afficher et appliquer le principe de tolérance zéro, diffuser des outils pédagogiques aux salariés...) et se réunir une fois par an pour « dresser un bilan des actions menées ». « Pour notre Groupe, avec ses 62% de femmes, il était clair que nous devions être de cette initiative, explique Christian Guet, adjoint au directeur des Relations humaines du groupe Lagardère. Notre focus, cette année, sera axé autour de la sensibilisation et la formation car il s'agit avant tout de faire évoluer notre culture. »

À l'Arkéa Arena !



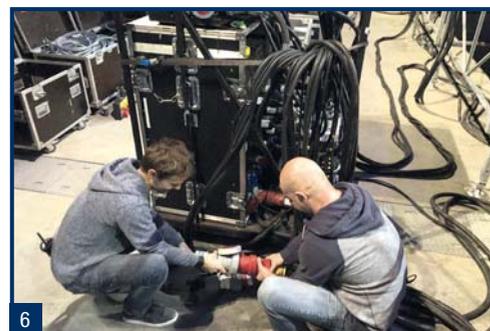
Le 24 janvier, l'Arkéa Arena¹ (la salle de spectacles multifonctionnelle de la métropole bordelaise exploitée par Lagardère Live Entertainment) a fêté son premier anniversaire avec la série de concerts inédits des Enfoirés... et avec un « premier bilan » très positif : 85 événements organisés – 48 concerts, 31 spectacles et 6 journées « Arena Tours » (visites guidées de la salle et de ses coulisses) –, 4^e salle la plus populaire en France (2^e salle de province)², 2^e site Internet le plus visité de France³ et surtout 410 000 spectateurs accueillis ! Des chiffres qui réjouissent Jérôme Langlet, p-dg de Lagardère Live Entertainment, et de préciser qu'il s'agit de « la salle régionale à la fréquentation la plus élevée ! » Retour sur cette « première saison ». www.arkeaarena.com

¹ Depuis le 3 octobre 2018, Bordeaux Métropole Arena est devenue Arkéa Arena après un contrat de naming d'une durée de dix ans. ² En nombre de likes sur les réseaux sociaux. ³ Catégorie Salles de spectacles, au 15 janvier 2019 : source Arkéa Arena.

36 693

C'est le nombre d'heures de formation au management ayant été suivies au niveau du Groupe en 2017.

Source : Repères 2017-2018.



1 Mercredi 24 janvier 2018 : après vingt-deux mois de travaux, la salle est inaugurée par le mythique groupe Depeche Mode. Un concert à guichets fermés qui a réuni 11 300 personnes !

5 Les plus grands noms sont déjà venus à Bordeaux en 2018 : Shakira (pour l'une de ses trois dates en France lors de sa tournée El Dorado World Tour), Imagine Dragons, Lenny Kravitz, Indochine, Orelsan...

2 L'Arkéa Arena dispose d'une brasserie, de huit bars, d'un salon Côté jardin de 650 m² ouvert au grand public, ainsi que d'un salon Côté cour (en photo) de 490 m², réservé aux prestations « premium ».

6 Avec 12 personnes à temps complet, les équipes de Lagardère Live Entertainment sont plus de 350 à Bordeaux les soirs de concert ! En photo : Yoan Roujanski, régisseur, et Anthony Marmiesse, chef électro, en train de câbler les départs électriques pour la « lumière ».

3 Marie-Philippine Perrin, directrice de la salle et Jonathan Potiez, directeur Développement et marketing, lors d'une réunion sur les prochains événements majeurs et les actions de communication à développer.

7 Jeudi 24 janvier 2019 : 1^{er} anniversaire célébré avec le 1^{er} des six concerts de la troupe des Enfoirés ! Un show à la « hauteur » de ses chiffres : 350 personnes mobilisées, 400 costumes, 600 projecteurs, plus de 40 tonnes de matériel suspendu, 26 camions de matériel... La nouvelle saison s'annonce encore plus spectaculaire avec plus de 60 événements programmés, dont les concerts de Mariah Carey (pour l'une de ses deux dates en France), -M- ou encore Elton John !

4 En novembre 2018, le Cirque du Soleil et son spectacle *Ovo* ont été plébiscités par plus de 28 000 personnes pour sept représentations sur cinq jours ! Sur la photo, prise à l'occasion de l'opération #TakeOVO : les « coulisses » avec une partie des costumes de la troupe québécoise.

Photos : © Anaka / Arkéa Arena ; Jonathan Potiez / Arkéa Arena ; Gaston Bergeret / TFI - C Chevallin



© Emilie Buzyn / Lagardère

FONDATION Jean-Luc
Lagardère

En avant toute(s) et SOSLED'A : lauréates des bourses de l'Engagement 2018

Thierry Funck-Brentano (3^e à gauche) et Pierre Leroy (4^e à gauche) entourés des deux lauréats des bourses de l'Engagement 2018 (et de membres des associations)



© Olivier Rolier

La question à...

Constance Benqué,

directrice générale de Lagardère News et CEO Elle International

Quel est le périmètre de Lagardère News et quelles sont vos missions ?

Europe 1, Virgin Radio, RFM, *Le Journal du Dimanche*, *Paris Match*, Elle International et leurs régies constituent désormais le pôle News du groupe Lagardère.

La force de Lagardère News tient dans ses marques influentes et emblématiques, ancrées dans le quotidien des français, que ce soit en matière d'actualités, d'exclusivités et de divertissement. Aujourd'hui, la structure regroupe des directions transverses en lien étroit, selon leur activité – communication, finance, juridique, ressources humaines... –, avec les directions du Corporate, et s'appuie sur de puissantes marques médias unanimement reconnues et composées d'équipes et de journalistes talentueux : *Le Journal du Dimanche*, qui mêle la distance d'un hebdomadaire à la réactivité d'un quotidien ; *Paris Match*, l'hebdomadaire par excellence du photojournalisme et premier magazine d'actualité en diffusion ainsi qu'en audience, qui célébrera d'ailleurs ses 70 ans en juin ! Quant à nos trois radios, – Europe 1, RFM et Virgin Radio, elles fédèrent plus de 7,3 millions d'auditeurs chaque jour ! Enfin, Elle International gère notre marque iconique Elle à travers le *licensing* ou encore la syndication de contenus. À ces marques, il faut également ajouter leurs régies : Lagardère Publicité News pour la France et Lagardère Global Advertising pour l'international.

C'est sur toutes ces fondations que doit capitaliser Lagardère News – en associant proximité, simplification et agilité – afin de bâtir nos futurs succès.

Au service de causes solidaires

Pierre Leroy, cogérant de Lagardère SCA et administrateur délégué de la Fondation Jean-Luc Lagardère et Thierry Funck-Brentano, cogérant de Lagardère SCA et directeur des Relations humaines, de la Communication et du Développement durable du Groupe, ont remis les bourses

Salariés engagés

de l'Engagement décernées par la Fondation Jean-Luc Lagardère. Pour cette cinquième édition, deux associations parrainées par des salariés du Groupe ont été distinguées, après un vote interne, et ont

reçu une dotation de 10 000 €. **Les associations lauréates 2018 sont SOS Les enfants d'abord et En avant toute(s), parrainées respectivement par Sophie Cojan de Lagardère Studios et par Simon Ruben d'Europe 1.** Grâce à cette bourse, SOS Les enfants d'abord – dont l'une des missions est d'améliorer l'accès à l'éducation des enfants en Afrique – va faire construire et aménager une salle de classe maternelle pour l'école publique de Melen (Cameroun) ; quant à En avant toute(s), l'association va poursuivre l'accompagnement des jeunes femmes

victimes de violences et leur mise en relation, via un tchat anonyme et gratuit, avec des professionnels. « Cela va nous être d'une grande aide, se réjouit Simon Ruben. Cette bourse permettra à l'association d'élargir les disponibilités horaires du tchat et donc d'être davantage à l'écoute des personnes qui nous contactent. » Rappelons que ces bourses accompagnent et encouragent « l'engagement des salariés du Groupe impliqués dans des causes solidaires en lien avec les champs d'action de la Fondation Jean-Luc Lagardère ». ←



© Bahmane / Lagardère

Dix-neuf talents récompensés !

Le 29 janvier, la Fondation Jean-Luc Lagardère, représentée par Pierre Leroy, administrateur délégué, a remis ses bourses annuelles à 19 jeunes talents dans 11 catégories. Cette 29^e promotion a révélé : Simon Panay (Auteur de documentaire), Hugo de Faucompret (Auteur de film d'animation), Romain Cavrot, Benjamin Darmon et Raphaël Raizon (Créateur numérique), Mohamed Mbougar Sarr (Écrivain), Justine Salvestroni (Journaliste de presse écrite), Caroline Diény et Baptiste Gros (Libraire), Nicolas Fox, Rémi Fox, Valérien Langlais, Matthieu Naulleau et Linda Oláh, pour nOx.3 & Linda Oláh (Musicien – Jazz et musique classique), Pauline de Tarragon, alias Pi Ja Ma (Musicien – Musiques actuelles), Kasia Strek (Photographe), Alice Bloch (Producteur cinéma), Marion Carmel et Déborah Hadjedj (Scénariste TV).

Lagardère

Chiffre d'affaires du quatrième trimestre 2018

Progression soutenue du chiffre d'affaires en 2018 :

7 258 M€, soit une croissance de +3,3% en données comparables¹

4^e trimestre 2018 : 1 997 M€, +2,1% en données comparables¹

Lagardère confirme l'objectif de croissance du Résop Groupe¹ 2018 entre +1% et +3%²

¹ Indicateurs alternatifs de performance. ² Par rapport à 2017, retraité IFRS 15, à change constant et excluant l'impact des cessions de Lagardère Active et de l'acquisition de Hojeji Branded Foods par Lagardère Travel Retail.



FAX CORPORATE

Le Groupe va constituer (pour la 10^e année !) une équipe de coureuses pour **La Parisienne**. Modalités d'inscription sur : <http://enter.lagardere.net>