

# RAPPORT RSE

2014



Responsabilité Sociale et Environnementale

fnac



## SOMMAIRE

03

Le mot  
du président

04

60 ans  
d'engagement

05

Introduction

09

Les femmes  
& les hommes

13

Nos métiers  
& l'environnement

20

La culture  
& la société

## Alexandre Bompard

Président - Directeur Général  
du Groupe Fnac

2014 a été pour la Fnac une année d'accélération de sa transformation. La forte progression de ses résultats valide la stratégie menée et consacre une année d'innovation. Elle est aussi le fruit de l'engagement des équipes et de l'ancrage de toutes nos actions dans un socle partagé de valeurs issues de notre histoire et constitutives de notre identité.

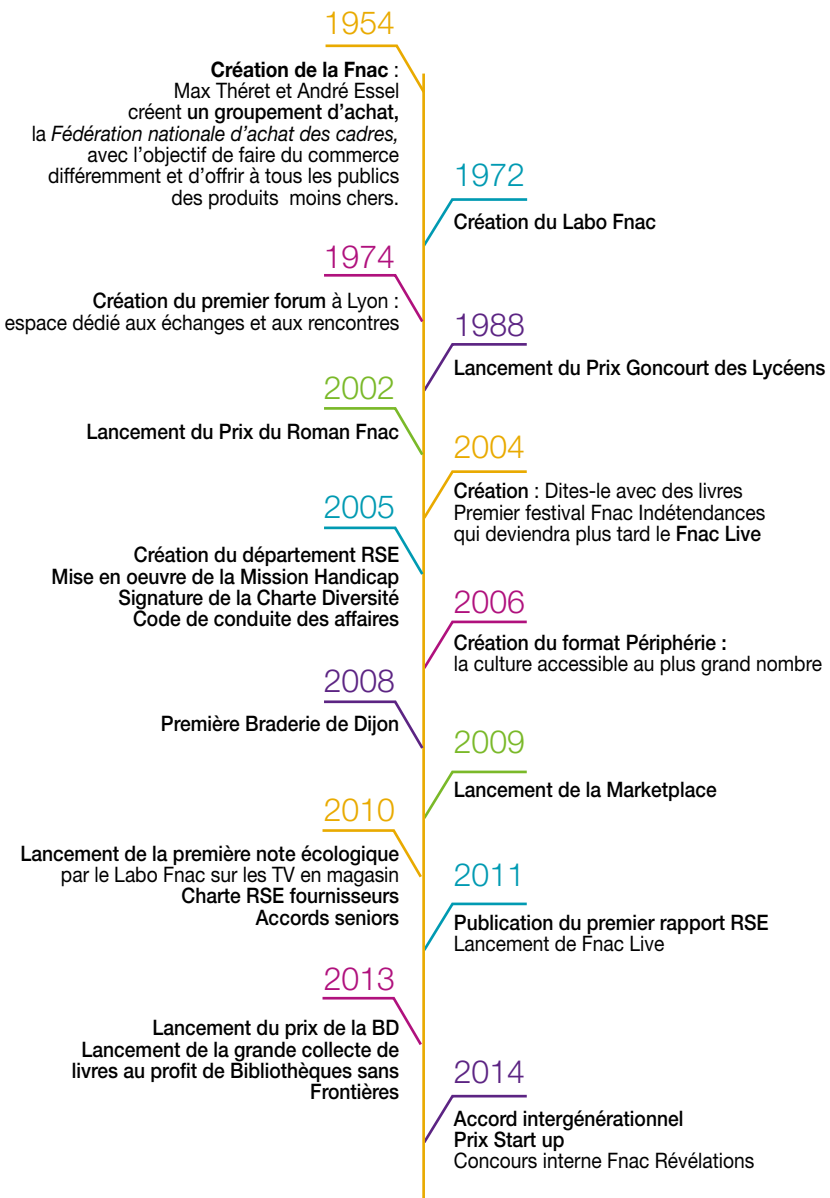
La diffusion de ces valeurs dans tout ce que nous entreprenons se matérialise par une politique de responsabilité d'entreprise ambitieuse.

Cette politique se décline en 3 volets principaux : renforcer notre place d'animateur et de promoteur culturel dans les territoires, limiter les impacts environnementaux liés à nos activités et développer nos actions en faveur de la solidarité et de la diversité.

Au quotidien, cela se traduit par des projets concrets portés par des équipes fières de concilier performance et utilité sociale.

Je vous laisse découvrir le présent rapport qui rend compte de cet engagement collectif.

# 60 ANS D'ENGAGEMENT



# LA FNAC EN CHIFFRES

Le Groupe Fnac est présent en France et à l'international avec un réseau de **184 magasins**, qui se déclinent en différents formats adaptés à tous les territoires (*centre-villes, périphéries, villes moyennes, gares ou aéroports*), ainsi que sur internet avec des sites de commerce électronique.

La Fnac, c'est aussi **Fnac.com, troisième site d'e-commerce en France** en nombre de visites avec ses 9,3 millions de visiteurs uniques par mois en 2014.

La place de marché "**Marketplace**" offre à nos clients une palette complète de **10 millions de produits neufs ou d'occasion** vendus par des particuliers ou des professionnels.

En 2014, la Fnac c'est :

**3,9 milliards** d'euros de chiffre d'affaires

Résultat opérationnel courant de **77 millions** d'euros après redevance



Ouverture de **11 magasins** nouveaux formats

La Fnac dans le monde

**184** magasins

France	111	Belgique	9
Espagne	25	Suisse	4
Portugal	22	Maroc	1
Brésil	12		



**14 500** collaborateurs

**5,5 millions** d'adhérents



# NOTRE POLITIQUE

La Fnac est engagée depuis 2011 dans un profond plan de transformation, en réponse à un marché et des modes de consommation en mutation.

Ce contexte a été une opportunité de considérer la RSE autrement, à savoir un levier de différenciation et d'innovation. La Fnac a une longue histoire faite d'engagements, et s'est forgé en 60 ans un positionnement unique : à la fois lieu de découverte, de partage, de rencontre et de conseil ...

Il est donc vital de renforcer ce qui constitue nos incontournables, de nourrir notre différence mais aussi d'apporter une ambition nouvelle en trouvant des terrains d'intégration de la RSE dans notre cœur de métier : le choix des produits et l'expérience client.



# STRATÉGIE RSE DE LA FNAC

## RENFORCER L'INCONTOURNABLE

- > Répondre aux obligations réglementaires
- > Mettre en place une politique sociale exemplaire et favoriser la diversité
- > Diminuer les impacts environnementaux liés à nos activités
- > Dialoguer avec nos parties prenantes : clients, salariés, fournisseurs, associations...

## NOURRIR NOTRE AXE SOCIÉTAL FORT (ADN)

- > Donner accès à la culture au plus grand nombre
- > Dynamiser l'activité économique locale grâce à nos magasins
- > Apporter un conseil indépendant

## SAISIR ET CRÉER DES OPPORTUNITÉS

- > La crise économique et écologique fait émerger de nouveaux produits et modes de consommation plus "durables"
- > La Fnac doit être à l'écoute de ces mutations et y répondre en innovant



# LA GOUVERNANCE RSE

Le rôle du service RSE à la Fnac est de définir la politique RSE du groupe, de collecter les informations relatives à la RSE au sein de toutes les directions et filiales afin de les valoriser et de mettre en œuvre des actions en cohérence avec la politique RSE. Le service Diversité est en charge des questions liées à l'égalité de traitement, égalité des chances et diversité.

Ces deux services sont rattachés à la Direction des Ressources Humaines et travaillent en lien étroit.

Depuis 2013, la politique RSE menée est évaluée par un comité de responsabilité sociale, environnementale et sociétale, rattaché au conseil d'administration. Ce comité examine notamment la bonne prise en compte des enjeux, les impacts générés et les résultats obtenus ou encore les orientations engagées pour un modèle

d'activité durable. Il s'assure également que les informations publiées dans le rapport de gestion ont fait l'objet d'un audit et qu'elles ont reçu une attestation de sincérité et d'exhaustivité de la part d'un organisme tiers indépendant.

Le comité procède enfin à la rédaction d'un compte-rendu qui sera lu au Conseil d'administration.

Par ailleurs, la volonté de la Fnac de soutenir la RSE au plus haut niveau s'illustre par la mise en place d'une part variable dans la rémunération des membres du comité exécutif directement corrélée à des objectifs RSE précis (émissions de CO2, énergie ...).

# LES FEMMES & LES HOMMES



*Attirer les talents*

*Motiver les équipes*

*Promouvoir la diversité  
par des pratiques exemplaires*

# ENJEUX

Les ressources humaines ont joué un rôle clé dans le plan de transformation engagé par la Fnac depuis trois ans.

L'objectif a été d'**accompagner les collaborateurs impactés** par l'évolution des métiers et organisations notamment à travers des plans de formation ambitieux.

Tout en menant cette transformation, la Fnac renforce chaque

année sa **politique de diversité et d'égalité de traitement**.

Cela se traduit par le maintien dans l'emploi de **plus de 500 personnes handicapées**, la mise en oeuvre de la **validation des acquis de l'expérience** (VAE) pour plus de 500 personnes en dix ans et par la signature d'un **accord intergénérationnel** pour l'emploi des jeunes et des seniors et le partage des savoirs.

# ACTIONS

## SANTÉ ET SÉCURITÉ DES COLLABORATEURS

La Fnac est particulièrement vigilante en matière de prévention de la santé physique et mentale de l'ensemble de ses salariés. La Fnac met ainsi en oeuvre des dispositifs d'accompagnement et d'information de ses collaborateurs pour prévenir au maximum les risques psycho-sociaux lors des évolutions nécessaires de certaines activités du Groupe.

Quant aux sites potentiellement les plus concernés par des risques de troubles musculo-squelettiques (TMS), comme les établissements de Fnac Logistique par exemple, des prestataires externes les accompagnent dans l'ergonomie des postes ainsi que dans l'automatisation et la mécanisation des activités (limitation du port de charge, chaîne de déplacement des marchandises, etc.).

En 2014 en France, 9403 heures de formation en matière de sécurité ont été dispensées à 1991 salariés.

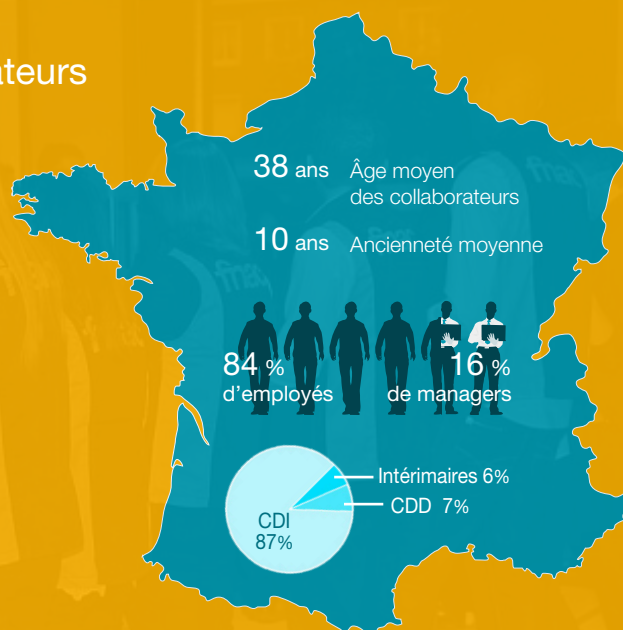
## VALIDATION DES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE (VAE)



La validation des acquis de l'expérience (VAE) constitue un levier d'action pour l'égalité des chances. Parce que l'expérience professionnelle et les savoir-faire acquis constituent la véritable richesse d'une entreprise, la Fnac s'engage depuis dix ans dans un programme ambitieux de VAE. Ainsi, la Fnac reconnaît l'engagement de ses collaborateurs et le valorise en leur permettant d'obtenir le diplôme correspondant à leurs compétences réelles. Elle améliore ainsi leur employabilité, ce qu'elle considère être de sa responsabilité.

Dans le cadre de programmes développés avec l'Éducation nationale, la Fnac a permis en dix ans d'obtenir un Bac, un BTS, une licence ou un Master à près de **500 salariés** en France.

**14 500** collaborateurs dans le monde



### DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DE TRAITEMENT

#### Signature d'une nouvelle Charte de la Diversité

La Fnac a renouvelé en 2014 son engagement pour faire de l'égalité des chances une réalité, en signant la nouvelle **Charte de la Diversité** après avoir mené ces dix dernières années de nombreuses actions en interne en faveur de la diversité culturelle et sociale.

#### La Fnac s'engage pour l'emploi des jeunes et des séniors

La Fnac a signé, avec les organisations syndicales, un accord intergénérationnel dont l'objectif est de favoriser le recrutement et l'intégration de jeunes dans l'entreprise, le recrutement et l'accompagnement de la fin de carrière des séniors, mais aussi le partage des savoirs.

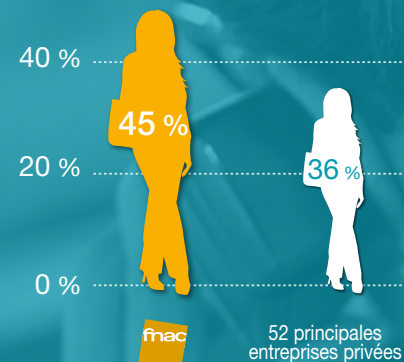
Cet accord prévoit notamment des engagements de recrutement, la mise en place de "référénts" dont le rôle est d'aider la jeune recrue à s'intégrer et la possibilité pour les séniors de passer à temps partiel avec prise en charge par la Fnac de la différence de cotisation retraite.



Notons l'originalité du plan d'égalité de **Fnac Espagne** qui a accompagné l'accord signé avec les partenaires sociaux d'un concours interne pour la création du logo du plan.

Ce concours a été un excellent vecteur de communication et de mobilisation des salariés qui ont été très nombreux à participer et à voter.

### HOMMES / FEMMES : MIXITÉ DES ÉQUIPES



La Fnac compte 45 % de collaboratrices

41,2 % des managers sont des femmes (vs 32% dans l'ensemble de la distribution)

40 % de femmes membres du COMEX Groupe (vs 8% en moyenne dans les grandes entreprises privées)

### GÉNÉRATIONS : EMPLOI DES JEUNES & DES SÉNIORS



### MIXITÉ CULTURELLE

59 nationalités représentées dans les effectifs en France



## DIVERSITÉ ET ÉGALITÉ DE TRAITEMENT

### L'insertion des personnes handicapées

En France, l'emploi des personnes handicapées est encadré par la **Mission Handicap** de la Fnac depuis 2005. Son rôle consiste à informer et accompagner dans leurs démarches les personnes handicapées, lors du recrutement et tout au long de leur parcours professionnel, et notamment les salariés de la Fnac qui souhaitent faire reconnaître leur qualité de travailleur handicapé.

Grâce à cette politique volontariste, au 31 décembre 2014, le Groupe comptait **501 personnes handicapées** (en France et à l'étranger).

Le Groupe a notamment mis en place en France un dispositif de

professionnalisation adapté, avec un cursus de **plus de 300 heures de formation** en alternance.

Des sessions de formation innovantes ont été organisées avec le groupement d'établissements publics locaux d'enseignement (GRETA) : l'une, pour la première fois, sur le métier de **magasinier** (intégration de 12 personnes), l'autre, pour la première fois également à destination d'un public sourd et déficient auditif, qui a permis d'intégrer 6 personnes sur le métier d'**hôte(sse) de caisse** en CDI.

[http://handicapiledefrance.greta.fr/Discrimination\\_Zero.php?video=497](http://handicapiledefrance.greta.fr/Discrimination_Zero.php?video=497)



## DIALOGUE AVEC LES EQUIPES

Soucieuse de s'assurer que les équipes comprennent et adhèrent au projet d'entreprise mais aussi de comprendre leurs aspirations et difficultés, la Fnac a mené en 2014 une **enquête d'opinion** au niveau monde dont les résultats et les plans d'action seront partagés en 2015.





# ACTIONS

## 60 ANS DE LA FNAC : CÉLÉBRATION DES TALENTS DES COLLABORATEURS

### FÉLICITATIONS AUX 4 LAURÉATS !

#### Les lauréats des jurys

Les jurys se sont prononcés sur 210 œuvres originales. Après délibérations voici leur choix parmi 117 candidatures photo, 58 candidatures musique et 35 candidatures littérature. La soirée officielle de remise des prix aura lieu courant septembre.



JEAN GOINERE

PHOTOGRAPHIE  
Wisous sort de terre  
(Massy)



FATMA BENVAMINA

LITTÉRATURE  
La balade avec papa  
dans le recueil Le sens de l'amitié  
(Reims)



JULIEN ROMANET

MUSIQUE  
My Summer Bee  
(Siège)

#### Le coup de cœur Fnac

3 080 collaborateurs de la Fnac ont élu leur œuvre préférée



MARCEL ONOUKA

MUSIQUE  
Dub Oyé  
(Forum)

Deux mois durant, l'ensemble des collaborateurs en France étaient invités à proposer des œuvres dans trois catégories : musique, littérature et photographie.

Dans chaque catégorie, un jury, composé d'experts Fnac était présidé par un parrain d'exception : Sorj Chalandon, Olivia Ruiz et Matthieu Pernot. Un prix du public a récompensé les œuvres les plus populaires. Au total, les jurys ont départagé plus de 200 œuvres consultées par plus de 6800 collaborateurs et plébiscitées par 4000 votes.

Les 4 lauréats ont pu bénéficier d'un accompagnement par l'enseigne pour les aider à professionnaliser leurs pratiques artistiques.

# NOS MÉTIERS & L'ENVIRONNEMENT



“  
Diminuer les impacts  
environnementaux liés  
à notre activité

”

L'environnement est un sujet qui préoccupe à juste titre nos consommateurs et qui connaît une évolution réglementaire importante.

Pour ces deux raisons, la Fnac se doit de maintenir son ambition de **réduire son impact environnemental** en agissant sur

tous les métiers et en réfléchissant sur son modèle et sa durabilité.

Ainsi en 2014 la Fnac a **renforcé sa politique de seconde vie** et **consolidé ses progrès** sur ses flux logistiques, sa consommation d'énergie et le traitement des déchets.

En 2014, la Fnac c'est :

Une réduction de **3,5 % de la consommation électrique** après cinq ans de baisse consécutifs

Une réduction de **6,5 % de ses émissions de CO<sub>2</sub>** liées au transport entrepôt-magasin

412 tonnes de déchets électriques et électroniques collectées en magasin.



## LA FNAC INFORME SES CLIENTS DE L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE SES PRODUITS TECHNIQUES

En 2014, l'entreprise a renforcé son rôle de conseil en apportant une information supplémentaire sur ses téléviseurs : leur impact sur l'environnement. Elle concerne environ **150 références**, en magasin et sur fnac.com.

Cette information est matérialisée par une note allant de 1 à 5 qui permet de comparer les produits et qui prend en compte l'impact sur le climat et sur les ressources naturelles de chaque modèle et pour chacune des étapes de son cycle de vie : sa fabrication, son transport, l'utilisation et le traitement des déchets générés.

Soucieuse d'accompagner les clients souhaitant introduire ce nouveau critère dans leur acte d'achat, **la Fnac a étendu en avril 2015 cette information à de nouvelles familles de produits** : les PC, tablettes et mobiles.



## GESTION RESPONSABLE DES DECHETS DIRECTS ET INDIRECTS

La nature des déchets produits par le Groupe est essentiellement liée à son activité de distribution. Le reconditionnement des produits ou l'utilisation de palettes pour le transport sont des activités qui génèrent majoritairement des déchets tels que le carton, le papier et des emballages plastique.

La Fnac a l'ambition de rendre plus systématique la revalorisation du carton dans l'ensemble de ses magasins, à l'image du centre logistique de Massy dans l'Essonne qui réexpédie la totalité des cartons utilisés à son fournisseur. La Fnac poursuit également ses efforts sur la gestion responsable des déchets d'emballages plastique, en profitant de la dynamique créée par l'arrêt de la distribution de sacs gratuits en caisse.

Les déchets d'équipements électriques et électroniques (D3E) proviennent eux de la reprise des matériels usagés des clients. La responsabilité de la Fnac est de promouvoir la collecte, notamment à travers la mise en place de bornes dans tous les magasins et de campagnes de communication pour inciter les clients à y déposer leurs D3E sans obligation d'achat. **412 tonnes de D3E ont ainsi été collectées et recyclées en 2014.**

## MAÎTRISE DES ÉMISSIONS DE GAZ À EFFET DE SERRE

Les deux principales sources d'émissions du Groupe proviennent de consommations d'énergie et le transport de marchandises et de personnes.

Le total des émissions de gaz à effet de serre dues à la consommation d'énergie (gaz naturel et électricité) est de 23 587 tonnes équivalent CO<sub>2</sub> en 2014.

**Dès 2009, le Groupe Fnac s'était fixé comme objectif de diminuer de 20 % sa consommation d'électricité en cinq ans.** A cet effet, la Fnac a investi dans des équipements moins énergivores et diffusé dès 2010 dans ses magasins un guide de bonnes pratiques pour la réduction de leur impact environnemental. Cinq ans plus tard la Fnac en France a dépassé son objectif avec **une baisse de 28% de sa consommation d'électricité à surface équivalente.**

Concernant les émissions de CO<sub>2</sub> liées aux activités de transport de marchandises des entrepôts aux magasins, **elles ont diminué de 16% en 2013 puis de 6,5% en 2014** grâce notamment aux efforts de la logistique. L'augmentation du nombre de produits par palette livrée

et l'optimisation du cadencement des livraisons des magasins ont permis de diminuer considérablement le nombre de kilomètres parcourus par les camions.

Ces progrès sont encourageants, mais le développement de l'activité

de Fnac.com engendre un accroissement du transport de colis chez le client. L'enjeu pour les prochaines années est donc de réduire l'impact environnemental de cette activité.



# ACTIONS

## FNAC OCCASION : UNE ÉCONOMIE VERTUEUSE

Donner une seconde vie aux produits techniques constitue un levier fondamental de réduction des déchets électriques et électroniques.

L'action de Fnac Occasion, qui propose notamment à ses clients des produits en excellent état, sous garantie, et à des prix

réduits, s'inscrit pleinement dans **ce modèle économique plus favorable à la préservation de l'environnement**. Ces produits proviennent en grande partie de retours clients.

A cette activité commerciale première s'est ajoutée en 2012 la volonté d'aller plus loin : les produits n'étant pas retenus pour être revendus sur notre marketplace sur fnac.com connaîtront eux aussi une seconde vie.

Fnac Occasion a ainsi cherché des acteurs de l'économie sociale et solidaire comme les Ateliers du Bocage (ADB), filiale d'Emmaüs, ou encore ENVIE, pour *a minima* garantir la revalorisation des matériaux, et au mieux réparer et revendre dans leurs réseaux ces matériels.

**En 2014, la Fnac a vendu à ADB des matériels pour un montant de 198 000€ et à ENVIE pour un montant de 49 000€.** Leur réparation a permis à de nombreuses personnes en difficulté employées par ces associations de se réinsérer sur la marché de l'emploi.

*Les bénéfices de ce partenariat sont importants pour ADB, les produits issus du SAV sont généralement des équipements quasi neufs et de dernière génération, cela permet*

*de fournir du travail à l'atelier pour la réparation des équipements et de diversifier les offres auprès de leurs bénéficiaires.*

Agnès Fuseau,  
chargée de communication,  
Ateliers du Bocage



# CULTURE & SOCIÉTÉ



*Favoriser l'accès  
à la culture  
au plus grand nombre*

L'ancrage territorial de la Fnac est un fort levier d'action sociétale : il favorise le dynamisme économique local et donne toute sa force à notre engagement en faveur de l'accès à la culture.

Cela se matérialise par l'organisation de milliers d'événements culturels gratuits au sein de nos magasins et hors les murs,

avec pour point d'orgue le festival **Fnac Live** à Paris.

Le soutien à l'innovation et l'entreprenariat fait également partie des préoccupations de l'enseigne et c'est ainsi qu'elle a organisé le **prix start up**, qui a permis à **250 projets** de se faire connaître et à 4 d'entre eux de recevoir un soutien financier.

- Fnac Live 2014 : 28 concerts gratuits à Paris (Hôtel de ville)
- Prix de la BD Fnac 2014 pour "Tyler Cross" de Fabien Nury et Bruno Cabral
- Prix Goncourt des Lycéens 2014 : "Charlotte" de David Foenninos
- Prix de Roman Fnac 2014 pour "Le complexe d'Eden Bellwether" de Benjamin Wood



## NOS MAGASINS ET NOS CLIENTS SE MOBILISENT POUR DONNER UNE SECONDE VIE AUX LIVRES

En 2014, la Fnac a organisé sa 2<sup>ème</sup> édition de "La Grande Collecte", opération de récupération de vieux livres, CD et DVD dans tous les magasins en France au profit des projets d'accès à la culture et à l'éducation de l'ONG

### Bibliothèques sans Frontières.

L'opération très bien accueillie par les clients a également été, pour les équipes de la Fnac, l'occasion de s'impliquer concrètement dans une action de solidarité.



# ACTIONS

## MECENAT ET GRANDS RENDEZ-VOUS AVEC LE GRAND PUBLIC

### Don d'inventus : une initiative magasin portée par des salariés

Projet original depuis 2008 par la Fnac de Dijon, la "**Braderie solidaire**" propose chaque année des inventus à tout petits prix, dont les recettes sont intégralement reversées au Secours Populaire.

L'édition de 2014 a vu sa fréquentation et son chiffre d'affaires atteindre un niveau record. Les sommes récoltées ont permis à des enfants défavorisés de partir en vacances, via l'action du secours populaire. De leur côté, 15 collaborateurs de la Fnac ont assuré bénévolement l'organisation de l'évènement.



- 80 palettes d'inventus FNAC
- 15 salariés bénévoles
- 6 000 personnes
- 133 000 euros versés au profit du Secours Populaire.

### NOTRE DIFFÉRENCE : UN CONSEIL DE QUALITE ET INDÉPENDANT

La Fnac a toujours accompagné ses clients pour un acte d'achat éclairé. Ses vendeurs sont des experts qualifiés et les produits techniques référencés bénéficient d'une évaluation indépendante réalisée par le Labo Fnac.

Cette institution, dotée de matériels de mesure spécifiquement conçus pour la Fnac, est née il y a près de 40 ans et publie sur le site fnac.com les résultats de tests menés sur plus de 1 500 produits par an. Sans équivalent chez ses concurrents, le Labo Fnac remplit ainsi un engagement fort d'un conseil d'expert et indépendant des fournisseurs.

# ACTIONS

## LES RELATIONS FOURNISSEURS

La Fnac a matérialisé son engagement en faveur du respect des droits de l'Homme (notamment de l'ensemble des règles édictées par l'**Organisation Internationale du Travail**) et d'une éthique des affaires rigoureuse (prévention des abus de biens sociaux, vigilance en matière de conflits d'intérêts, neutralité politique, cadeaux fournisseurs etc.) à travers **une charte RSE fournisseurs** et un **Code de Conduite des Affaires** qui ont vocation à s'appliquer sur l'ensemble de son périmètre. Par ailleurs, la Fnac apporte son soutien au secteur protégé (établissements et services d'aide par le travail et Entreprises Adaptées) en les intégrant le plus possible aux appels d'offres émis. Aujourd'hui, ces entreprises sont notamment sollicitées pour le nettoyage des gilets Fnac, l'impression de ses supports de communication interne et le tri des déchets du siège.



Charte RSE fournisseurs



# ACTIONS

## LA FNAC, ACTEUR DES TERRITOIRES

Partout où elle est implantée, la Fnac dynamise l'activité économique et culturelle. Sa stratégie de développement par la franchise lui permet d'augmenter son maillage territorial et d'être ainsi plus proche de ses clients.

**En 2014, la Fnac a ouvert sa 34<sup>ème</sup> franchise, atteignant ainsi les 184 magasins dans sept pays.**

## LA FNAC, ACTEUR DE LA CULTURE

Depuis **60 ans**, la Fnac promeut la culture et la rend accessible au plus grand nombre à travers des **centaines d'événements gratuits chaque année** dont le festival Fnac Live à Paris, mais aussi **l'organisation de 3 prix référents** : le Prix du Roman, le Prix de la BD et le Prix Goncourt des Lycéens. **Une équipe de 15 personnes est**

**dédiée à l'animation culturelle.**

Par ailleurs, la Fnac participe au financement de la Culture en reversant notamment la rémunération pour la copie privée et la taxe sur les vidéogrammes pour un **montant annuel d'environ 20 millions d'euros.**

## LA FNAC, CONTRIBUABLE RESPONSABLE

La Fnac est implantée sur chacun de ses marchés via une filiale qui assure le paiement de ses contributions fiscales et sociales dues au titre de son activité dans chacun des pays.

Par exemple en France, cela représente **un total de 167 millions d'euros.**









Contact : Valéria Maio  
Responsable Développement Durable / RSE Groupe Fnac  
[valeria.maio@fnac.com](mailto:valeria.maio@fnac.com)