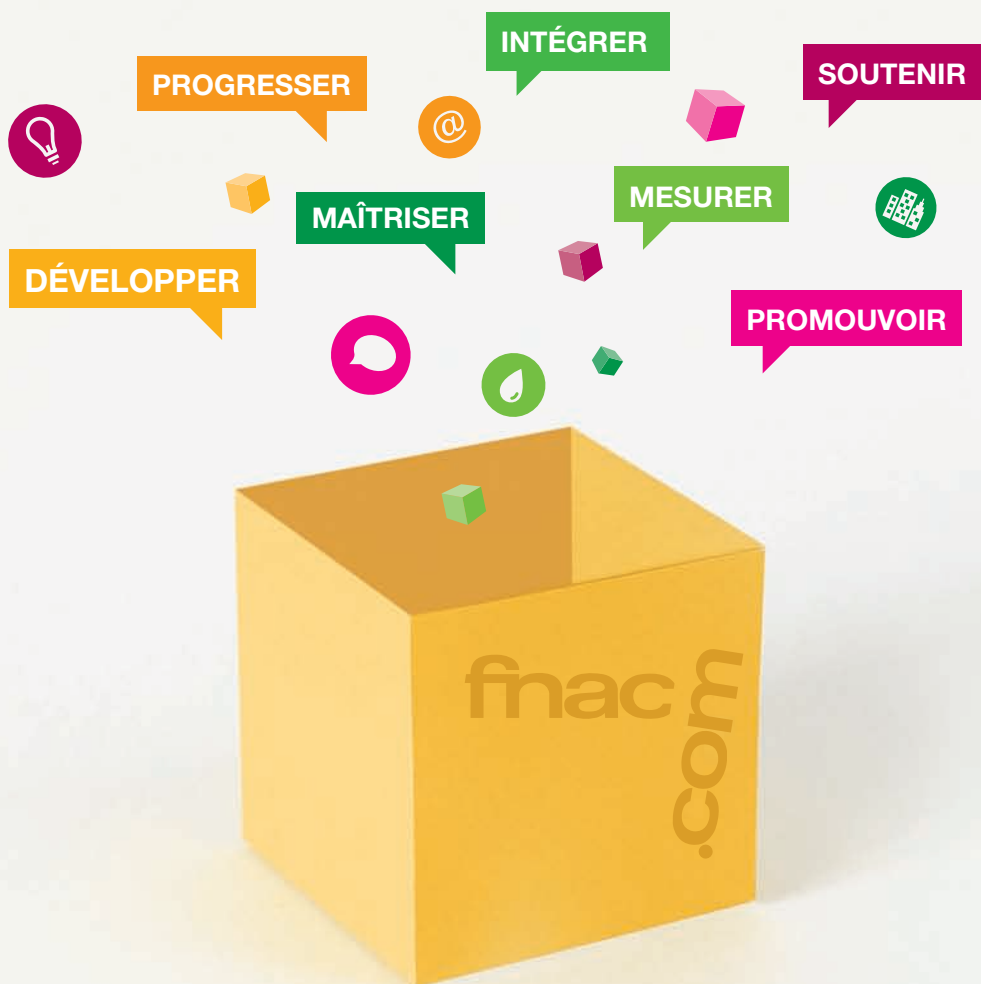


RESPONSABILITÉ SOCIALE ET ENVIRONNEMENTALE

Au cœur de la Fnac

RAPPORT 2012





La Fnac présente son deuxième rapport sur sa politique de Responsabilité Sociale et Environnementale.

Je suis convaincu que c'est en inscrivant résolument nos activités dans une démarche responsable que nous assurerons, dans le respect de notre environnement, la durabilité de notre modèle économique.

Elle repose sur quelques priorités claires : lutter pour l'égalité des chances et la diversité, réduire notre empreinte environnementale et nos émissions de gaz à effet de serre, s'engager aux côtés de grandes associations et bien sûr, permettre à nos collaborateurs de développer de nouvelles compétences. Cela se traduit de manière très concrète par des actions, mises en œuvre par nos équipes, au siège comme sur l'ensemble des sites Fnac, dans notre politique interne avec la mise en place de parcours de compétences pour les salariés comme dans nos relations avec nos parties prenantes - clients, fournisseurs, société civile - avec la promotion des produits et des usages responsables.

Alexandre BOMPARD
Président-directeur général de la Fnac



La RSE en quelques dates...

2000

La RSE, priorité de l'Union européenne

Sommet de Lisbonne de l'UE

Un vrai tournant dans l'évolution de l'engagement sur la Responsabilité Sociétale des Entreprises. La RSE est un concept qui désigne l'intégration volontaire des préoccupations sociales et environnementales des entreprises à leurs activités économiques et à leurs relations avec les parties prenantes que sont les salariés, les actionnaires, les fournisseurs, les sous-traitants, les consommateurs...

2002

“La maison brûle et nous regardons ailleurs”

Déclaration de Jacques Chirac

Une formule choc prononcée par le Président français pendant le sommet de la Terre de Johannesburg, consacré au développement durable, en présence de chefs d'États, de citoyens, d'ONG et d'entreprises de plus de 100 pays.

2004

Les oubliés de l'égalité des chances

Rapport de l'Institut Montaigne

Des propositions concrètes poussent les entreprises à s'engager en faveur de l'égalité des chances.

2005

Un département RSE à la FNAC, les premiers engagements

Année charnière : après le groupe PPR en 2003, la Fnac crée une direction RSE, et met en œuvre la Mission Handicap. Elle signe également la charte de la Diversité ainsi qu'une première convention avec l'Agefiph.

2007

Grenelle de l'Environnement

268 engagements collectifs à long terme sont pris en faveur du développement durable.



2008

Les sept enjeux environnementaux et sociétaux de PPR

La RSE s'enracine. PPR définit ses engagements RSE autour de sept grands enjeux stratégiques et les partage avec ses branches.

2010

Charte RSE des fournisseurs et Accord Seniors

Toujours dans sa politique de développement durable volontariste, la Fnac signe avec les Organisations syndicales le premier accord de groupe en lien avec la diversité. Elle invite également ses fournisseurs à s'engager et à respecter les pratiques environnementales et sociales.

2011

La RSE au cœur de tous les process

La Fnac intègre progressivement une dimension RSE dans toutes ses politiques : baisse de son empreinte énergétique et carbone, expérimentation sur l'affichage environnemental de ses produits et publications, introduction d'un variable RSE pour ses managers...



Document à usage interne, émis par la Direction de la RSE de la Fnac. Juin 2012. Directrice de la publication: Dominique Brard. Équipe éditoriale: Emilia Moldovan. Crédits photographiques: photothèque Fnac, DR. Création et Réalisation : Terra Lab

DÉVELOPPER

La Fnac développe les **compétences** et l'**employabilité** de ses collaborateurs.

OB-
JEC-
TIF

Multiplier les possibilités de parcours professionnels et les opportunités d'évolution au sein de l'entreprise

100 %

... des entités couvertes par un accord d'entreprise ou un plan d'actions Fnac concernant l'égalité professionnelle entre les femmes et les hommes

EN-
JEUX

Développement des compétences, diversification des parcours, respect des différences, dialogue social, équité professionnelle

298

... c'est le nombre de personnes handicapées employées en CDI en France (au 31/12/2011)

3,18 % c'est le « taux d'emploi » des personnes handicapées à la Fnac en 2011 (pour 3,09 % en 2010 et 2,91 % en 2009)

1 SENIORS : L'AVENIR SE CONSTRUIT À TOUT ÂGE



Le guide pratique de l'Accord Seniors.

Accord Seniors : objectifs atteints

- 100 % des encadrants ont suivi une action de sensibilisation aux enjeux de l'emploi des seniors.
- 63 % des salariés de 50 ans et plus ont bénéficié d'un entretien de seconde partie de carrière.

2009

Signature de l'Accord de groupe en faveur de l'emploi des seniors comprenant des objectifs :

- de recrutement des personnes de 45 ans et plus
- de maintien dans l'emploi des personnes de 55 ans et plus

2 PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ DES CHANCES TOUT AU LONG DE LA CARRIÈRE



La Fnac logistique, 1ère entité Fnac à s'engager sur la mixité.

Objectif 2011 : renforcer la mixité du top management avec le programme Leadership et Mixité

- Neutralisation de l'effet retard lié à la maternité
- Aide à la mobilité
- Accords d'entreprises Égalité professionnelle hommes-femmes

Prochaine étape

Signature de la Charte de la Parentalité

3 FAVORISER L'INTÉGRATION PROFESSIONNELLE DES PERSONNES HANDICAPÉES

Mission Handicap, l'outil de la politique d'emploi en faveur des personnes handicapées



Affiche "Marque de Respect", diffusée dans tous les établissements du groupe.



Participation de la Mission Handicap de la Fnac au HandiChat de l'Agefiph.

Participation à la Semaine nationale pour l'emploi des personnes handicapées avec le lancement de la campagne d'affichage "Marque de Respect".

Le dispositif de professionnalisation a permis d'intégrer plus de 50 personnes handicapées depuis la première session en 2006. Il se poursuit en 2011.

PROGRESSER

La RSE est placée au cœur des actions de la Fnac pour progresser et améliorer le bien-être dans les différents secteurs d'activité, et apporter une autre vision de l'entreprise.

OB— JEC— TIF

Valoriser
les compétences
et l'expérience

87%

... des salariés Fnac estiment qu'il existe dans l'entreprise une équité de traitement quelle que soit la diversité des origines

EN— JEUX

Équité,
lien social,
épanouissement
professionnel,
performance

450

C'est le nombre de bénéficiaires de la VAE depuis 2004

France, Belgique, Brésil, Espagne, Italie, Portugal et Suisse : **100 %** des managers formés à la diversité

1 MESURER LA PERCEPTION DES COLLABORATEURS DE LA VIE DANS L'ENTREPRISE



6^e édition de l'étude d'opinion interne « Quel temps fait-il chez vous ? » : 84 % de participation

□ Interrogés sur l'équité de traitement, les répondants estiment qu'à la Fnac les personnes sont traitées de façon équitable :

- | | |
|--|------|
| 1 Quel que soit leur sexe | 85 % |
| 2 Quelle que soit la diversité de leurs origines | 87 % |
| 3 Quel que soit leur âge | 78 % |
| 4 Quel que soit leur état de santé ou handicap | 77 % |

Ces quatre items font partie des dix questions qui recueillent le plus fort taux d'opinion favorable.

3 RECONDUIRE LE VARIABLE RSE



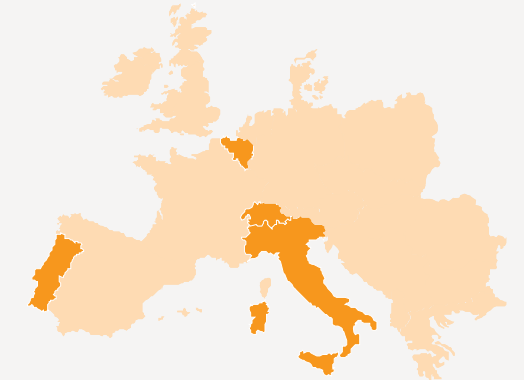
La Fnac est l'une des rares entreprises françaises à lier la rémunération variable de ses dirigeants à des critères sociaux, environnementaux ou sociétaux

Cette initiative a été lancée en mars 2011 par Alexandre Bompard.

Objectifs RSE des dirigeants

- Nombre de kilowattheures économisés
- Mise en place d'audits énergétiques
- Progression de l'emploi des personnes handicapées et des seniors
- Déploiement des bornes de recyclage

2 ÉTENDRE À L'INTERNATIONAL LA FORMATION DES MANAGERS À LA DIVERSITÉ



La Belgique, le Brésil, l'Espagne, l'Italie, le Portugal et la Suisse aussi

□ "Influence des stéréotypes", "cadre légal", "enjeux de management et de performance" et "mieux-être au travail" sont les sujets évoqués pour permettre aux encadrants de devenir acteurs de la politique Diversité.

4 VAE : VALORISER LES ACQUIS DE L'EXPÉRIENCE



Depuis huit ans, la VAE est devenue une institution à la Fnac

□ En 2011, 36 diplômes d'État ont été obtenus par des collaborateurs Fnac souhaitant faire reconnaître officiellement leur expérience.

Il est possible, selon son métier et son niveau de responsabilité, d'obtenir les diplômes suivants : BAC, BTS, Licence et Master.

EN 2011

- 27 BAC
- 4 Licences
- 4 BTS
- 1 Master

MAÎTRISER

Diminuer les émissions de dioxyde de carbone (CO₂) est devenu un impératif. Le secteur du transport, poids lourd des émissions de gaz à effet de serre (GES), fait l'objet de toutes les révolutions.

- Le transport des marchandises représente à lui seul 35 % des émissions de CO₂ de la Fnac •

OB-
JEC-
TIF

Mesurer et limiter les émissions de CO₂ liées aux transports

Émissions de CO₂, consommation d'énergie, santé des salariés, nouveaux usages de mobilité

EN-
JEUX

0,59 KG ÉQ. CO₂



... par colis transporté commandé sur Internet (moyenne 2011)

100%



... des personnels Form@home formés à l'éco-conduite en 2011 et début 2012

ÉCO-GESTES

Penser à activer les économiseurs d'énergie de mon écran d'ordinateur et à couper les veilles de mes appareils électriques

AU QUOTIDIEN

4

Offre découverte quatre fois moins chère pour les adhérents Fnac

1 MOINS DE CO₂ POUR LE FRET



Camion électrique Lodigyne.

La Fnac Annecy expérimente des livraisons silencieuses et respectueuses de l'environnement pour les navettes de livraison entre la plate-forme et le magasin en centre-ville (80 km).

Choix

Un camion électrique de 25 m³ avec le prestataire Lodigyne.

2 MOINS DE CO₂ POUR LES SERVICES



Atelier "éco-conduite" animé par Mobigreen.

Les salariés de Form@home se forment à l'éco-conduite.

L'éco-conduite vise à réduire la consommation de carburant par un usage raisonné du véhicule.

Cette réduction de consommation de carburant engendre non seulement une réduction des émissions de gaz à effet de serre, mais également une économie substantielle tout en confortant la sécurité au volant.

Form@home, filiale de la Fnac, forme ses salariés à l'éco-conduite en organisant des sessions de formations théoriques et pratiques.

Choix

Formation des collaborateurs Form@home, puis extension progressive aux salariés de la filiale SFL.

ÉCO-GESTES

Utiliser les transports verts : vélo, voiture électrique... Et privilégier le covoiturage pour aller au bureau!

AU QUOTIDIEN

3 MOINS DE CO₂ POUR ACCÉDER AUX MAGASINS



À Bruxelles, une voiture partagée remplace sept voitures privées ou de société.

Les clients de la Fnac City 2, à Bruxelles, se déplacent en véhicule électrique.

Le magasin Fnac City 2, situé en plein centre urbain, propose à ses adhérents et clients de se familiariser à la voiture électrique. Plus grand magasin de Belgique, Fnac City 2 est partenaire de l'opération pilote de partage de voitures électriques (ZEN Car), menée par la région Bruxelles-Capitale.

Choix

Accompagnement de l'objectif de réduction de la charge de trafic urbain à Bruxelles de 20 % d'ici à 2018 (par rapport à 2001) par la sensibilisation des adhérents et clients.

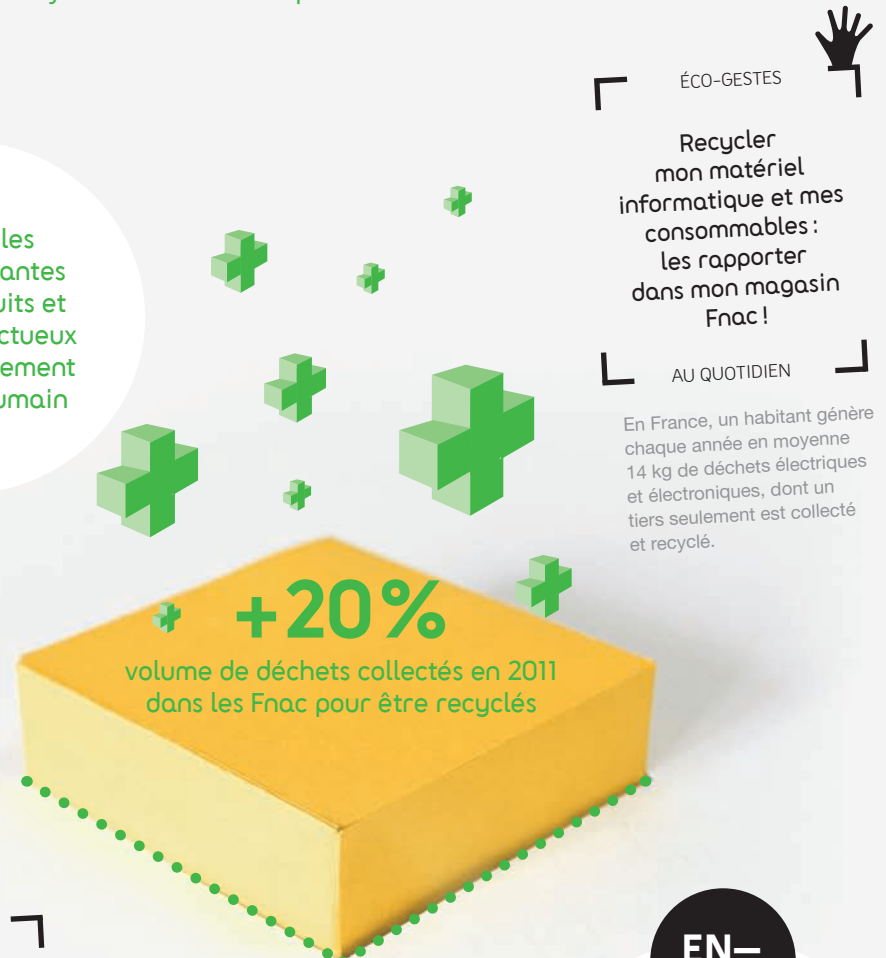
INTÉGRER...

... DES PRODUITS ET USAGES RESPONSABLES

Le développement durable invite chacun dans sa sphère de responsabilité à intégrer des **pratiques vertueuses** tout au long du cycle de vie des produits.

OB- JEC- TIF

Mobiliser les parties prenantes sur les produits et usages respectueux de l'environnement naturel et humain



EN- JEUX

Environnement et bonnes pratiques des affaires, information environnementale, gestion des produits

ÉCO-GESTES

Penser à imprimer recto/verso, en noir et blanc, sur du papier recyclé ou certifié

AU QUOTIDIEN

En France, un salarié imprime en moyenne 35 pages par jour, soit 80 kg par an. Environ 24 % de ces imprimés finissent à la poubelle.

1 IMPLICATION DES FOURNISSEURS

ÊTRE RESPONSABLE DEPUIS LA PRODUCTION...



Vers une production engagée

Nos fournisseurs s'investissent et agissent à nos côtés en accord avec les principaux textes relatifs au respect des Droits de l'Homme, des droits du travail, de la préservation de l'environnement et de la lutte contre la corruption.

Choix

- Diffusion depuis 2009 de la charte RSE des fournisseurs auprès de l'ensemble des partenaires commerciaux de la Fnac.

2 EXPÉRIMENTATION NATIONALE DE L'AFFICHAGE ENVIRONNEMENTAL

... JUSQU'À



Trois indicateurs environnementaux sont proposés au consommateur : l'impact sur l'ozone, sur les ressources non renouvelables et sur le climat.

Plus d'information verte !

□ Dans le cadre du Grenelle de l'Environnement, le gouvernement français généralise l'affichage des informations environnementales sur les produits et services.

□ La Fnac s'implique de manière proactive sur le sujet en participant à l'expérimentation nationale lancée par le ministère en charge du Développement durable. L'étiquette environnementale sera progressivement intégrée en 2012 sur l'ensemble de ses publications externes.

Choix

- Scoredit : une opération pilote nationale pour les supports imprimés. Le collectif regroupe des entreprises de toutes tailles au sein de la filière professionnelle édition-impression (Prisma, Editis, Terra eco, Mayence, Circle Printers, etc.).

3 DÉVELOPPEMENT DE LA TRAÇABILITÉ ET DU RECYCLAGE DES DÉCHETS

... LA FIN DE VIE DES PRODUITS



La signalétique espace de collecte "ici je recycle".

La collecte des déchets électroniques et électriques s'étend : la Fnac installe dans tous ses points de vente des bacs sélectifs de collecte.

Le dépôt de petits appareils électriques et électroniques (sèche-cheveux, réveil, appareil photo, baladeur MP3...), des téléphones portables et chargeurs, et des consommables s'effectue en magasin.

À la fin de l'année 2012, l'ensemble des établissements de Fnac France sera équipé de mobiliers de collecte.

MESURER

La directive Énergie-Climat de l'Union européenne, adoptée en 2008, fixe l'objectif de réaliser 20 % d'économies d'énergie d'ici à 2020.

La réduction de l'**empreinte écologique** est une priorité du volet environnemental de la Fnac.

**OB-
JEC-
TIF**

Diminuer de 20 % l'empreinte énergétique de la Fnac en 5 ans [2009-2014]

2010

-6,2% de l'empreinte énergétique [-10 M de kWh]

ÉCO-GESTES
Utiliser des produits naturels et écologiques. Et se fier aux éco-labels!

AU QUOTIDIEN

2012

-4,45% de l'empreinte énergétique [-7 M de kWh]

2011

-5,25% de l'empreinte énergétique [-8 M de kWh]

ÉCO-GESTES

Ne pas laisser couler l'eau inutilement

AU QUOTIDIEN

Douche : 60 litres
Bain : 120 litres
Chasse d'eau : 10 litres...
En France, 150 litres d'eau sont consommés par personne et par jour.

**EN-
JEUX**

Consommation d'énergie, émissions de CO₂, conformité réglementaire, réduction des impacts environnementaux

1 DIMINUER LES KWH CONSOMMÉS DANS TOUS LES MAGASINS



En 2011, la Fnac a économisé 8,7 millions de kWh sur l'ensemble de son parc de magasins, soit l'équivalent de la consommation annuelle de 79 000 m² des entrepôts logistiques de Massy et Wissous.

Choix

- Investissements dans l'éclairage et la climatisation
- Formation de la maintenance
- Sensibilisation des personnels
- Reporting environnemental

2 METTRE EN PRATIQUE LA POLITIQUE ENVIRONNEMENTALE

La Société Française du Livre (SFL)

Cette filiale de la Fnac a obtenu, en 2011, le premier niveau de certification ISO 14001 dans le cadre de sa certification de management environnemental.

Les entrepôts de Massy et de Wissous

Ils intègrent les principes de la norme ISO 14001 dans leur système de management environnemental. Chaque branche développe ainsi sa propre organisation pour la gestion de l'environnement et met en place des plans d'actions spécifiques.

Choix

- Conformité réglementaire
- Maîtrise des risques
- Réduction des impacts environnementaux



Fnacécolog (extraits)
Un système de management environnemental qui permet, depuis 2009, de mettre les sites aux normes en vigueur.

□ FNAC ESPAGNE

Mise en place en 2011 d'un plan environnemental global avec des actions prioritaires sur :

- les flux de papiers, d'énergie et de déchets
- l'optimisation du taux de remplissage des camions
- la systématisation des bonnes pratiques

□ FNAC BELGIQUE

Développement de l'approvisionnement électrique en énergie d'origine renouvelable.

□ FNAC SUISSE

Approvisionnement exclusif du siège social, d'un entrepôt et de deux magasins en électricité d'origine renouvelable.

SOUTENIR

Depuis 2009, la Fnac affiche sa solidarité autour de deux axes prioritaires : **la lutte contre la fracture numérique**, facteur d'exclusion culturelle, et l'engagement en faveur de **la liberté d'expression**.

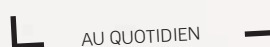
**OB-
JEC-
TIF**

Accompagner des associations qui favorisent l'accès aux nouvelles techniques de l'information et à la formation



ÉCO-GESTES

Aider les personnes à mobilité réduite



AU QUOTIDIEN

Par le biais, par exemple, d'une association... D'autre part, faire attention à ne pas garer sa voiture sur un emplacement réservé à leur intention.

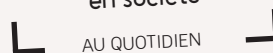
Donner à voir la Fnac comme un acteur à part entière dans la lutte contre la fracture numérique et pour la liberté d'expression

**EN-
JEU**



ÉCO-GESTES

Donner du temps à des associations qui œuvrent à l'amélioration de la vie de tous en société



AU QUOTIDIEN

Participer à l'insertion, à l'accueil ou à l'intégration de personnes en difficulté...

1 DONS & PARTENARIAT

Dons d'ordinateurs en seconde vie à des associations, et d'ordinateurs portables à des classes d'élèves issus de zones sensibles

L'association Jeunes Espoirs 2000, qui distribue du matériel informatique aux plus démunis, a bénéficié du don de 50 ordinateurs en 2011.

Partenaires

- Lycée Henry-IV de Paris, en faveur des classes d'élèves issus de zones sensibles
- Association Jeunes Espoirs 2000

Partenariat avec l'entreprise d'insertion Emmaüs-Ateliers du Bocage pour l'opération téléphones portables

L'entreprise d'insertion Emmaüs-Ateliers du Bocage a donné une seconde vie à tous les téléphones portables.

2 DÉVELOPPEMENT

Les offres de produits-partage

Le produit-partage est un produit ou un service sur lequel, sans majoration, un reversement — fixé, en général, entre 5 et 20 % du prix de vente TTC — est reversé au profit d'une association.

Ainsi, 14 000 albums photos ont été vendus au profit de Reporters sans frontières, et une centaine de produits-partage ont été proposés dans l'ensemble des magasins Fnac.

Partenaires

- Reporters sans frontières (RSF)
- Fédération internationale des ligues des droits de l'Homme (FIDH)

3 ADHÉSION

Le programme Adhèrent & Solidaire

Les adhérents peuvent soutenir les associations partenaires de leur choix en faisant don de points fidélité.

Partenaires

- Bibliothèques sans frontières
- FIDH
- RSF
- Emmaüs-Ateliers du Bocage



36 700 €
reversés aux associations partenaires depuis 2008 avec le programme Adhèrent & Solidaire

4 SOLIDARITÉ

La Fnac participe au rendez-vous national de sensibilisation à la solidarité internationale et au développement durable en mettant en avant une sélection de livres engagés, choisis conjointement avec le collectif d'associations participantes.

FNAC SUISSE

Partenariat avec l'association Pro-Natura. Les bénéfices de la ventes de deux produits-partage, fabriqués à partir de bâches publicitaires recyclées, ont soutenu la protection de la biodiversité.

FNAC BELGIQUE

Partenariat avec l'association Cliniclowns. En 2011, 4 000 € ont été collectés pour soutenir leur action auprès des enfants hospitalisés.

FNAC ESPAGNE

1 500 livres collectés au bénéfice d'un centre culturel, construit et équipé par Fnac Espagne.

La RSE à la Fnac est portée par toutes les parties prenantes : salariés, clients, fournisseurs, partenaires.

OB-
JEC-
TIF

Échanger pour conjuguer les énergies des acteurs internes et externes



Sébastien LIORZOU
Directeur des opérations

Le développement durable au cœur du quotidien de Fnac logistique

Nous avons mis en place, depuis 2009, un système de management environnemental inspiré de la démarche ISO 14001 qui allie performance, efficacité et prise en compte des enjeux environnementaux. Nous avons réussi à diminuer de 4,5% notre consommation d'électricité et de 8,5% notre consommation de gaz. Nous avons aussi mis en place un tableau de bord trimestriel de nos émissions de CO₂ pour le transport et la consommation d'énergie et mensuel pour la gestion de nos déchets.

Ces indicateurs et ces excellents résultats permettent à tous les collaborateurs de s'engager pleinement dans ce projet éco-responsable.



Florence MAURICE
Responsable Diversité et Mission Handicap

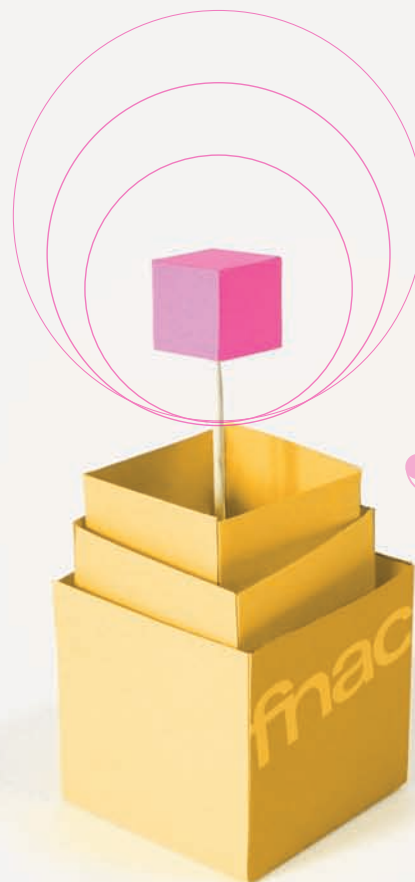
Les différences, de véritables sources de richesses

La diversité est une réalité à la Fnac, héritage d'une histoire riche d'engagements où la différence a toujours eu sa place.

Promouvoir la diversité implique le mouvement, la remise en cause de nos certitudes, parfois de nos habitudes, et le changement de notre regard sur l'autre afin de prendre en compte les différences comme source de richesse, comme levier de performance, et non comme obstacle. En intégrant la diversité comme un enjeu stratégique, et en menant au quotidien des actions concrètes, nous profitons tous de nos différences.

Notre action se structure notamment à travers le dialogue social et s'empare de tous les sujets : handicap et état de santé, égalité professionnelle entre les femmes et les hommes, âge, insertion...

Pour continuer à avancer, nous misons sur une énergie durable : la nôtre.



Grégoire,
Adhérent de la Fnac

Adhérent... et solidaire !

Client et adhérent de la Fnac depuis quelques années déjà, je vous écris pour vous faire part de ma satisfaction par rapport au programme Adhérent & Solidaire. Je trouve cette initiative formidable. Elle m'a permis de me sentir utile et de participer à des combats qui

me tiennent à cœur. Ce genre de programme devrait être plus fréquent, car beaucoup, comme moi, souhaiteraient pouvoir faire plus pour le bien commun, mais n'ont ni le temps, ni la volonté suffisante. **Pour cela, je tenais à vous remercier.**



Valérie HEURTEBISE
Responsable RH de Form@home

La RSE, une formidable perspective pour l'entreprise

La RSE permet de fédérer les salariés autour d'un but commun et concret, qui dépasse même le cadre de l'entreprise... C'est aussi un moyen d'innover et d'améliorer ses résultats. Elle bouscule les idées reçues et demande de se régénérer.

Pourquoi avoir proposé une formation à l'éco-conduite ?

On pense prioritairement à l'économie de carburant qu'elle génère, mais elle joue aussi sur le stress. Certains salariés de Form@home étaient demandeurs de ce type de formation, qui a un impact à la fois dans la vie professionnelle et personnelle...

Les sessions se sont si bien déroulées que beaucoup aimeraient faire une piqûre de rappel dans les six mois à venir.



Bernard ARRU
Directeur de l'association Emmaüs-AdB

Plus qu'un contrat, un vrai partenariat

Depuis 2006, nous travaillons avec les services de la Fnac sur les collectes de cartouches d'encre usagées et de téléphones portables. Sur le plan économique, ce contrat nous a permis de nous positionner et nous faire connaître sur le marché émergent de l'époque, la téléphonie mobile. Nous avons alors imaginé ensemble une campagne de presse qui a eu de fortes retombées médiatiques. Sur le plan social, ce contrat représente près de deux postes entre la logistique, la production et le suivi. Sur le plan environnemental et sociétal, nous sommes en parfaite adéquation. Tous les ans, la Fnac soutient le mouvement Emmaüs par d'importants dons matériels et culturels.

Le contrat Fnac est la preuve que nous pouvons combiner affaires, respect de la réglementation environnementale et solidarité. Un modèle de réussite !

LES FLUX DE LA FNAC

La RSE intègre tous les process de la Fnac.

SOCIAL ENVIRONNEMENTAL SOCIÉTAL

PROVENANCE DES PRODUITS



Des produits avec emballage

FLUX ET ACTIVITÉS INTERNES



Des personnes



Tous modes de transport

Autres (emballages)

FLUX SORTANT



Vers le domicile, le travail et autres lieux (comme les salles de concerts)



Document édité
en juillet 2012



Direction de la Responsabilité
Sociale et Environnementale
dir.rse@fnac.com

Fnac
9 rue Bateaux-Lavoirs
94200 Ivry-sur-Seine