

RAPPORT  
**RSE**  
2019-2020

**FNAC DARTY**

---



# SOMMAIRE

**FNAC DARTY,  
ENGAGÉ POUR  
UN CHOIX ÉCLAIRÉ** (04)

**ÉDITORIAL  
DU DIRECTEUR GÉNÉRAL** (05)

**LE GROUPE  
FNAC DARTY** (06)

**CHIFFRES CLÉS  
DU GROUPE** (07)

**PLUS DE 60 ANS  
D'ENGAGEMENT  
AU CŒUR DES  
ENJEUX SOCIÉTAUX** (08)

**UNE POLITIQUE RSE  
INTÉGRANT LES ENJEUX CLÉS** (10)

**NATURE  
& DÉCOUVERTES  
ENTREPRISE ENGAGÉE** (12)

**FNAC DARTY,  
CRÉATEUR DE VALEUR** (14)

DÉVELOPPER NOTRE  
PRINCIPAL ACTIF :  
**LE CAPITAL  
HUMAIN** (17)



FAVORISER  
UNE CONSOMMATION  
**PLUS  
RESPONSABLE** (27)



LIMITER L'IMPACT  
ENVIRONNEMENTAL  
**DE NOS  
ACTIVITÉS** (39)



DÉVELOPPER L'ACTIVITÉ  
ÉCONOMIQUE,  
SOCIALE ET CULTURELLE  
**DANS LES  
TERRITOIRES** (43)



CONDUIRE NOS AFFAIRES  
DE MANIÈRE  
**EXEMPLAIRE** (49)



# FNAC DARTY,

## ENGAGÉ POUR UN CHOIX ÉCLAIRÉ

L'accélération des rythmes de vie et la part croissante des nouvelles technologies dans notre quotidien s'accompagnent d'une exigence des consommateurs quant à la qualité des produits et d'une conscience accrue des enjeux environnementaux.

**À l'heure de l'hyperchoix, le groupe Fnac Darty s'engage à accompagner et à informer ses clients pour leur permettre de faire un choix éclairé.**

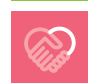
**CETTE MISSION QUE  
NOUS NOUS SOMMES  
DONNÉE EST RENDUE  
POSSIBLE GRÂCE À :**



**Des collaborateurs bien formés,  
sûrs de leur expertise (P. 18)**



**Une information transparente sur les  
produits et des services innovants (P. 28)**



**Une politique CO<sub>2</sub> et déchets ambitieuse  
et partagée avec nos clients (P. 40)**



**Un maillage territorial renforçant l'accès à la  
culture, aux services et à la technologie (P. 46)**



**Une éthique des affaires plus consciente  
de ses devoirs et engagements (P. 52)**



# ÉDITORIAL

## DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

“

*Les modes de consommation connaissent des changements profonds et rapides. Nos clients attendent de nous une approche responsable et durable pour, tous ensemble, mieux produire et mieux consommer. Afin d'apporter à cette aspiration une réponse ambitieuse et qui nous engage fortement dans la durée, notre groupe s'est donné pour mission d'offrir à ses clients un « choix éclairé ». Il s'agit non seulement de fournir la meilleure offre de produits et services, une information transparente et des conseils experts, mais également de garantir les meilleurs standards éthiques dans la conduite de nos affaires au quotidien. Cette ambition irrigue au quotidien l'action de tous nos collaborateurs, tant en magasin que dans les fonctions centrales, dans nos opérations et sur nos plateformes digitales. Je suis fier de vous présenter dans ce rapport les engagements concrets et exigeants qui fondent la relation de confiance entre notre groupe et toutes ses parties prenantes.*

**Enrique  
MARTINEZ**



”

# LE GROUPE

FNAC DARTY

## LES MARQUES DU GROUPE



### 2019, UNE ANNÉE D'ACCÉLÉRATION DANS LA MISE EN ŒUVRE DE NOS PRIORITÉS STRATÉGIQUES.

Afin de devenir la plateforme omnicanale de services de référence en Europe, et d'amplifier notre rôle sociétal, nous avons concentré nos efforts sur notre transformation digitale, l'excellence dans l'exécution de nos projets et le renforcement de nos engagements sociaux et environnementaux.

**Le Groupe s'est ainsi développé par des acquisitions stratégiques comme celle de Nature & Découvertes, et a su, grâce à l'engagement de ses collaboratrices et collaborateurs, consolider ses positions pour apporter un choix éclairé à ses clients.**



© Julien Pichot

# CHIFFRES CLÉS

DU GROUPE

## TOP 3

DES DISTRIBUTEURS EUROPÉENS OMNICAUX



## N°2

E-COMMERCE EN FRANCE SUR CE MARCHÉ



## 24 046

COLLABORATEURS EN 2019



## 7,3

MD € EN 2019



## + DE 60 ANS

D'HISTOIRE POUR LES 2 ENSEIGNES



880 MAGASINS DANS

## 13 PAYS



## 45 M

DE LIVRES VENDUS EN 2019



## 254 M

DE VISITES EN 2019



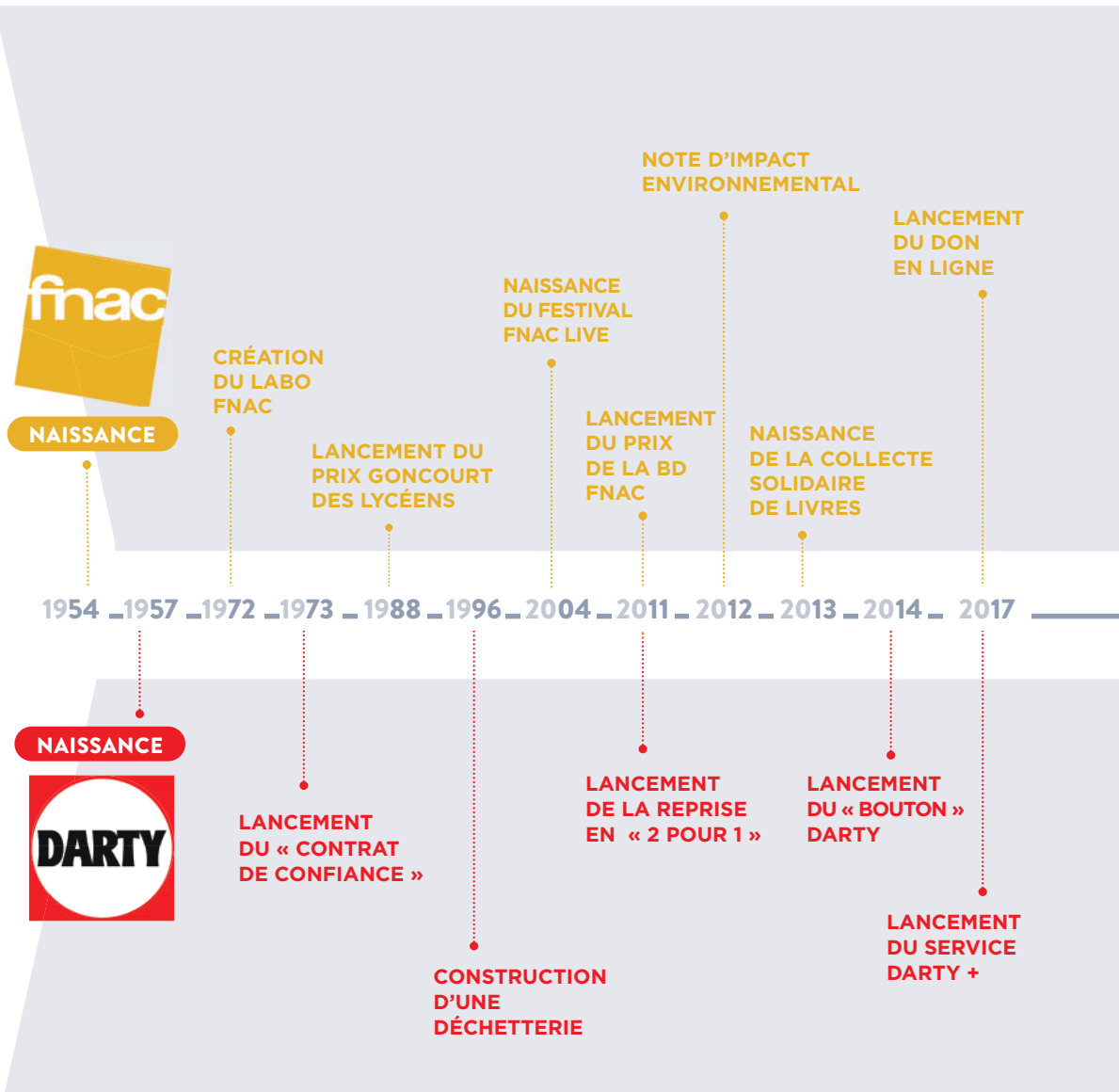
## 25 M

DE VISITEURS UNIQUES CUMULÉS EN MOYENNE PAR MOIS EN FRANCE SUR INTERNET EN 2019



# PLUS DE 60 ANS AU CŒUR DES

# D'ENGAGEMENT ENJEUX SOCIÉTAUX



## NOTE D'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Une nouvelle méthodologie, co-construite avec le gouvernement, pour cette innovation Fnac étendue à Darty en 2018. P. 29



## INDICE DE RÉPARABILITÉ

Fnac Darty, pionnier, devance l'obligation d'informer sur la réparabilité des produits. P. 34



## BAROMÈTRE DU SAV

Une étude inédite menée grâce aux interventions du SAV Darty pour informer sur la durée d'usage des produits et mettre en avant les marques les plus fiables. P. 35



## LE CHOIX DURABLE

Un logo créé par Darty, pour mettre en avant les produits les plus fiables et les plus réparables. P. 33



## RACHAT DE NATURE & DÉCOUVERTES

L'acquisition de cette enseigne emblématique et engagée, certifiée B Corp, est en phase avec la mission de Fnac Darty. P. 12



## DARTY MAX

Un service inédit d'abonnement à la réparation, pour tous les produits gros électroménagers du foyer, achetés chez Darty ou non. P.32



## PLATEFORME DU SAV

La base de connaissance du SAV Darty à disposition des clients pour favoriser l'auto-réparation. P. 36



## RACHAT DE WEFIX

L'acquisition de l'enseigne de réparation express de smartphone : un engagement fort en faveur de l'allongement de la durée de vie des produits. P. 36

# UNE POLITIQUE RSE

## INTÉGRANT LES ENJEUX CLÉS

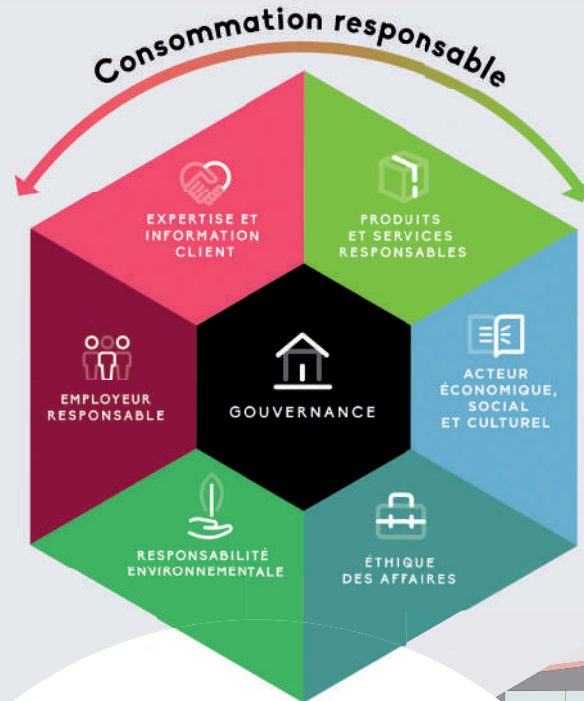
“

Nous avons structuré la politique RSE autour de 6 champs d'action qui couvrent les principaux enjeux du Groupe et répondent aux préoccupations de l'ensemble de nos parties prenantes. Dans un contexte de très forte évolution des métiers et des modes de consommation, le développement de l'engagement et des compétences de nos collaborateurs d'une part et l'accompagnement de nos clients vers une consommation plus responsable d'autre part constituent nos priorités.

**Frédérique Giavarini,**  
Secrétaire générale en charge  
des RH, de la  
RSE et de la  
Gouvernance



”



### Une gouvernance favorisant l'intégration de la RSE dans la stratégie et les métiers :

- Le Directeur Général et les membres du Comex ont un objectif RSE sur leur variable de rémunération
- Des référents RSE et Climat ont été nommés dans chaque direction
- Le conseil d'administration dispose d'un comité RSE qui se réunit 2 fois par an
- Un comité Éthique veille notamment à la conformité aux lois Sapin II, Devoir de Vigilance et RGPD

# UNE POLITIQUE RSE

## INTÉGRANT LES ENJEUX CLÉS

**FNAC DARTY DIALOGUE  
AVEC SES PARTIES PRENANTES  
ET LES INTÈGRE  
À SA DÉMARCHE RSE.**



“

En 2018, nous avons mené une large consultation de nos parties prenantes afin d'identifier nos risques en matière d'impact sur la santé/sécurité, les droits humains et l'environnement, mais aussi les opportunités liées aux évolutions des modes de consommation.

Cette approche par les risques et les opportunités nous a permis d'intégrer plus facilement les problématiques RSE dans les métiers, car le lien business était alors évident.

Les métiers ont par ailleurs pu prendre conscience des atouts du Groupe pour répondre à certains enjeux sociétaux : en effet, les enseignes Fnac comme Darty se sont construites sur la base de fortes valeurs et engagements !

**Valeria Maio,**  
Directrice RSE  
Groupe



”

# NATURE & DECOUVERTES

ENTREPRISE ENGAGÉE ET CERTIFIÉE



+ 1 000  
salariés



99  
magasins dans 5 pays

“

Depuis 1990, Nature & Découvertes porte des valeurs environnementales, sociales et sociétales fortes, qui s'incarnent dans l'engagement quotidien de ses collaborateurs et dans son offre. Plus que jamais, l'économie a besoin d'acteurs très engagés, qui vont au-delà des attentes ou des lois et qui œuvrent avec enthousiasme pour un futur souhaitable. Nous pouvons dire, avec fierté, que Nature & Découvertes fait partie de cette communauté qui s'agrandit de jour en jour en France comme en Europe.

**Antoine Lemarchand,**  
Directeur Général de  
Nature & Découvertes



”



Une politique d'achat responsable exigeante comprenant 16 critères rédhibitoires



Un « Réseau Vert » d'une centaine d'ambassadeurs de la politique environnementale

## B CORP : UN LABEL EXIGEANT POUR UN COMMERCE PLUS RESPONSABLE



**Certified Corporation** En 2015, Nature & Découvertes devient la deuxième entreprise française à obtenir la certification B Corp (« Benefit Corporation »), qui atteste de son impact positif sur la société et l'environnement, et lui permet de faire partie d'un réseau constitué aujourd'hui d'une centaine d'entreprises engagées en France et plus de 2 500 dans le monde.

# NATURE & DECOUVERTES

UNE ACQUISITION EN PHASE AVEC LA MISSION DE FNAC DARTY



## UNE FONDATION D'ENTREPRISE AU SERVICE DE LA BIODIVERSITÉ



Nature & Découvertes reverse chaque année 10 % des bénéfices nets de l'entreprise à sa Fondation. Depuis 1994, ces fonds soutiennent des associations de protection de la nature sur les champs de la biodiversité et d'éducation au contact de la nature.

Près de  
**2 700**  
projets financés à ce jour

**13,3**  
millions d'euros reversés

“  
Nature & Découvertes incarne le commerce de demain : humaniste et respectueux du monde, vertueux en créant et redistribuant de la richesse intelligemment autour de lui, via un écosystème responsable. Nos enseignes partagent une même ambition, celle de guider le consommateur et de lui permettre de faire des choix éclairés

**Frédérique Giavarini,**  
Secrétaire générale  
en charge des RH,  
de la RSE et de la  
Gouvernance



”

# FNAC DARTY, NOTRE MODÈLE

## FNAC DARTY AU CŒUR

### DES DÉFIS SOCIÉTAUX

- Essor du e-commerce
- Croissance de la consommation responsable
- Crise de confiance et quête de sens
- Baisse du pouvoir d'achat
- Crise climatique

### NOTRE RAISON D'ÊTRE

### ENGAGÉS POUR UN CHOIX ÉCLAIRÉ

Notre ambition repose sur un client plus fort, mieux informé et davantage maître de sa consommation

## NOTRE STRATÉGIE

Orientation client

Accélération digitale

AMÉLIORER  
NOTRE  
EXPÉRIENCE  
CLIENT

DÉVELOPPER  
NOTRE  
PLATEFORME  
OMNISCANALE  
OUVERTE

Responsabilité

Excellence  
opérationnelle

## NOS RESSOURCES

### Le capital humain : notre principale force

- Plus de 24 000 collaborateurs
- Dont environ 70 % au contact des clients
- Dont 2 500 personnes dédiées à la réparation

### Une plateforme omnicanale ouverte

- Un réseau de 880 magasins (dont 320 franchises), 21 entrepôts et 88 plateformes.
- 14 sites internet en Europe

### Une situation financière solide

- 7,3 milliard d'euros de chiffre d'affaires consolidé en 2019 et croissance de la rentabilité opérationnelle de plus de 45 % depuis l'intégration en 2016.

### Un rôle sociétal reconnu

- Des partenariats de longue date avec des acteurs de l'économie sociale et solidaire
- Une action historique en faveur de la réparation et du recyclage
- Un acteur culturel majeur, engagé pour la démocratisation de la culture

### Une gouvernance aux meilleurs standards

- Une diversité des compétences et une parité au sein du conseil d'administration
- Un système de rémunération du comité exécutif qui comprend des critères RSE.

## NOS MARCHÉS

### Une croissance à l'international maîtrisée

- 6 marchés en Europe : France-Suisse, Belgique-Luxembourg et Péninsule Ibérique
- Des franchises en Afrique, au Moyen Orient et dans les DOMTOM

## NOS REALISATIONS 2019

### Un écosystème en transformation

- Croissance des acquisitions et des partenariats

### De nouveaux services pour accompagner une consommation plus responsable...

- Darty Max : un abonnement inédit à la réparation
- Le Choix Durable : une mise en avant des produits les plus fiables
- Indice de réparabilité étendu aux smartphones : Fnac Darty précurseur
- Une activité dédiée à la Seconde Vie des produits (occasion et dons)

### Une stratégie RSE plus intégrée

- Un objectif de réduction de 50 % des émissions de CO<sub>2</sub> d'ici 2030
- Une gouvernance renforcée

## NOS MARQUES



## UNE CRÉATION DE VALEUR

### PARTAGÉE

#### Avec nos clients

- Des services et du conseil pour permettre un choix éclairé
- Une offre omnicanale pour s'adapter aux besoins de chacun

#### Avec nos salariés

- 60 % de salariés formés en 2019
- 2e plan d'actionnariat salarié

#### Avec nos investisseurs

- Une forte génération de cash
- Des notations extra-financières en forte progression

#### Avec l'environnement

- 1,6 million de produits réparés
- + 46 000 tonnes de déchets électriques et électroniques collectées et recyclées
- -9 % des émissions de CO<sub>2</sub> liées à l'énergie des sites

#### Avec nos fournisseurs et l'État

- Signature de la Charte E-Commerce avec les PME
- Respect des réglementations fiscales de chaque pays

#### Avec nos territoires

- 78 magasins Fnac et Darty ouverts en 2019
- 10 403 événements gratuits

## NOTRE CONTRIBUTION AUX OBJECTIFS DE DÉVELOPPEMENT DURABLE

De par son modèle, sa stratégie et sa mission, Fnac Darty concentre ses efforts et contribue aux ODD



De par sa vigilance et ses actions, Fnac Darty contribue également aux ODD suivants :







© Denis Allard / Agence REA



## DÉVELOPPER NOTRE PRINCIPAL ACTIF : **LE CAPITAL HUMAIN**



**ENGAGÉS**  
POUR UN CHOIX  
**ÉCLAIRÉ**

→ grâce à des collaborateurs bien formés et sûrs de leur expertise



# LE CAPITAL HUMAIN, NOTRE PRINCIPAL ACTIF

Ces dix dernières années, le Groupe a vécu les bouleversements les plus importants de son histoire : la dématérialisation des contenus culturels et l'émergence du commerce en ligne ont bousculé l'entreprise sur ses marchés.



**88,3 %**  
en 2019



**81,9 %**  
en temps complet



**4,61 %**  
d'absentéisme maladie  
(5,06% dans le secteur  
du commerce en 2018)



**24 046**  
collaborateurs dont 17 676  
en France en 2019



**+ 72 %**  
des collaborateurs  
au contact de nos clients

Fnac Darty anticipe et accompagne ces évolutions qui impactent de nombreux métiers. Pour le Groupe, il s'agit d'un enjeu stratégique autant que d'une responsabilité.

## ENGAGÉS

POUR

**DÉVELOPPER**  
l'employabilité

**GARANTIR**  
le bien-être au travail

**PROMOUVOIR**  
la diversité des équipes



© Denis Allard / Agence REA

Hors effectifs de Nature & Découvertes, qui n'ont rejoint le Groupe qu'en juillet 2019



# LE CAPITAL HUMAIN, NOTRE PRINCIPAL ACTIF

“

*Dans un contexte de digitalisation de la distribution et de concurrence intense, nous avons la chance de pouvoir compter sur l'expertise reconnue et complémentaire des salariés de nos enseignes, qui constituent le principal actif du Groupe. Pour nos clients, ce sont eux qui incarnent au quotidien l'expérience et les promesses de nos marques.*

*C'est pourquoi il est essentiel que le Groupe travaille continuellement à l'enrichissement de leurs compétences, grâce à des parcours construits sur mesure par notre Académie de formation, et au développement d'un environnement de travail épanouissant et stimulant.*

**Tiffany Foucault,**

Directrice des Ressources  
Humaines du Groupe



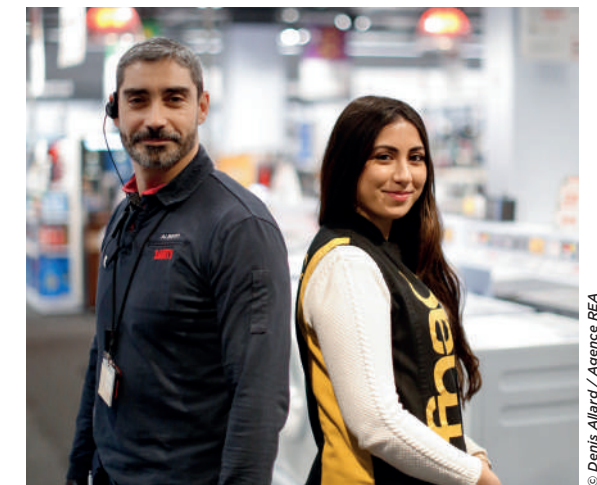
”

## RENFORCER LA QUALITÉ ET L'EFFICACITÉ

### DU DIALOGUE SOCIAL

Après la mise en place d'un comité d'entreprise européen (CEE) en 2018, l'année 2019 a été marquée par la mise en place des CSE (Conseil Social et Economique) et d'un comité de Groupe unique Fnac Darty.

Cette nouvelle structure sociale assure l'efficacité des échanges avec les représentants du personnel tout en garantissant un niveau de proximité suffisant avec les entités opérationnelles et les salariés, améliorant ainsi l'agilité du Groupe dans le déploiement de ses projets.



© Denis Allard / Agence REA



# FAVORISER L'ENGAGEMENT ET DÉVELOPPER UNE CULTURE COMMUNE



**CHAQUE ANNÉE,  
500 COLLABORATEURS  
DU SIÈGE VIENNENT  
EN RENFORT DANS LES  
MAGASINS ET SUR LE SITE  
LOGISTIQUE.**



Pendant les périodes de Noël et de Black Friday, les salariés du siège vont prêter main forte à leurs collègues des magasins et de la logistique. Basées sur le volontariat, ces opérations « renforts » constituent de formidables moments de solidarité entre les équipes en cette période cruciale pour notre commerce. Pour les volontaires, ces journées « sur le terrain » sont l'opportunité de partager de manière concrète le quotidien de nos métiers, de l'accueil au retrait des achats, en passant par la mise en rayon, la vente ou encore le SAV-logistique. Cette mobilisation permet aussi aux collaborateurs Fnac de découvrir l'univers Darty et inversement.

## ACTIONS 2019

### LANCEMENT D'UNE DIGITAL FACTORY

Avec pour objectifs de décloisonner les directions IT et Marketing, et d'attirer de nouveaux talents, Fnac Darty a créé une Digital Factory. Avec un mode de fonctionnement agile, cette nouvelle organisation est dédiée à des projets d'évolution des sites e-commerce du Groupe et de l'expérience client.

**2019 : 187 personnes  
dont 20 nouvelles recrues**

### TOUJOURS PLUS À L'ÉCOUTE DES COLLABORATEURS

**Supermood**

Qualité de vie au travail, management, formation, stratégie... les collaborateurs sont interrogés chaque mois sur des thématiques variées. L'outil Supermood, grâce à ses questions courtes et ses réponses anonymes, permet aux managers de piloter l'engagement de leurs équipes en temps réel et au plus près de leurs préoccupations.

**21 800 collaborateurs  
dans 6 pays ont accès à Supermood**  
En décembre 2019, la note de recommandation moyenne de l'entreprise était de 7 sur 10



# DÉVELOPPER EXPERTISE ET EMPLOYABILITÉ

## CHIFFRES 2019



**66 %**  
des collaborateurs ont suivi  
une formation en présentiel



Environ  
**80 %**  
des techniciens dédiés  
à la réparation formés  
durant l'année



**6**  
classes créées en partenariat  
avec des CFA\* pour former  
des techniciens SAV et des  
livreurs-installateurs



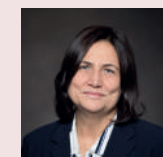
**+41**  
en 2019 dont 650 diplômés  
depuis 2004



© Denis Allard / Agence REA

“

En 2019, nous avons continué de renforcer notre offre de formation, grâce à la mutualisation des expertises des deux enseignes au sein de l'Académie Fnac Darty. En s'appuyant sur des programmes innovants et en tirant le meilleur du présentiel, du e-learning, et depuis peu de la réalité virtuelle, nos équipes viennent soutenir la stratégie du Groupe en replaçant le client au cœur des métiers. Pour nous, il s'agit autant de s'adapter aux évolutions du secteur et aux nouvelles attentes des clients que de mener une politique responsable, en permettant à tous les collaborateurs de développer leurs compétences et leur employabilité.



**Dominique Dusart,**  
Directrice du Développement RH

”

\*CFA : centre de formation des apprentis



# UNE OFFRE DE FORMATION MULTIMODALE

## POUR ACCOMPAGNER TOUS LES MÉTIERS

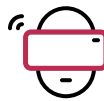
En plus des formations liées aux produits, le e-learning a été étendu à des sujets de société comme la lutte contre la corruption et le trafic d'influence, le droit à la consommation, la protection des données personnelles et la détection des agissements sexistes.



**+ 550**  
modules en 2019



**156 144**  
modules validés en 2019  
(contre 108 877 en 2018),  
en majorité par des vendeurs



**340**  
visites virtuelles de sites lors  
des parcours d'intégration



### L'INNOVATION AU SERVICE DE LA FORMATION POUR DES COLLABORATEURS ACTEURS DE LEUR FORMATION

L'application NAPS donne envie de se former grâce à son approche ludique et à son principe de valorisation des progrès. Elle permet d'ancrer les apprentissages dans les usages au quotidien.

→ **Prix de l'innovation 2016 des Digital Learning Excellence Awards** organisés par Cegos et AEF.

**+ 6 000**

« Napseurs » Fnac Darty  
(depuis 2016)



### LANCEMENT DE L'ACADÉMIE FNAC DARTY

#### POUR RENFORCER L'EXPERTISE PRODUIT ET LA QUALITÉ DE LA RELATION CLIENT

Inaugurée en 2018, l'Académie Fnac Darty pilote désormais l'offre de formation. Au service des ambitions stratégiques de l'entreprise, elle développe et propose des programmes multi-formats, composés de formations en présentiel et en e-learning. L'internalisation de la formation permet de capitaliser sur l'expertise et l'expérience des deux enseignes, et d'être au plus près des besoins.



# L'EXCELLENCE CLIENT AU CŒUR D'UN PROGRAMME DE FORMATION CERTIFIANT

La qualité de la relation client est au cœur de la stratégie du Groupe. L'an dernier, un ambitieux programme de formation a été déployé pour répondre à cet enjeu. Certifiant, il renforce l'employabilité des collaborateurs engagés dans ce cursus.



© Denis Allard / Agence REA



### EXCELLENCE CLIENT 2019-2020

#### Périmètre

800 collaborateurs au contact des clients : vendeurs, hôtes(ses) de caisse, livreurs, techniciens à domicile, logisticiens, réceptionnistes SAV...

#### Objectif

Améliorer la qualité de la relation client et développer l'employabilité en permettant d'accéder aux métiers de la vente.

#### Résultat

Les collaborateurs engagés dans le programme obtiendront une certification reconnue à la CNCP\*.



Après avoir formé près de 600 encadrants à la posture de manager-coach, nous avons lancé en 2019 un programme visant à développer les compétences managériales, aussi bien en matière d'excellence client, que de création de valeur et de développement durable. Adossé à Kedge Business School, ce programme certifiant participera à la sécurisation des parcours professionnels. Nous avons également poursuivi le déploiement de notre programme «Excellence Client», qui vise à donner à nos collaborateurs en magasin et en logistique, de nouvelles clés pour mieux répondre aux besoins de nos clients. En plus de développer leur employabilité, il permettra, à ceux qui le souhaitent, d'évoluer vers les métiers de la vente.

**Anne-Laure Dugert,**  
Responsable du développement  
des compétences



\* Commission Nationale de la Certification Professionnelle



# FAVORISER L'EMPLOI DES PERSONNES HANDICAPÉES

Convaincu que la mixité des profils constitue une source de richesse et de créativité, Fnac Darty est engagé de longue date pour l'inclusion de personnes en situation de handicap.



**5,97 %**  
de collaborateurs  
en situation de handicap  
en France en 2019



**3<sup>e</sup> édition**  
**du concours**  
prix attribué à  
Fnac Logistique

## [ZOOM] FNAC ESPAGNE S'ENGAGE POUR LA DIVERSITÉ !

Signature d'un accord avec le programme Incorpora de la Fondation La Caixa, qui œuvre pour l'intégration socio-économique des publics les plus vulnérables (personnes en situation de handicap, chômeurs de longue durée, seniors, immigrés...).



“

Le handicap n'est pas quelque chose d'exceptionnel. Intégrer des personnes handicapées renforce le collectif de travail et nous pousse à innover. Former et recruter des personnes sourdes sur des métiers de relation client en magasin (en caisses et à la vente livres) est une manière concrète de mettre en œuvre cette conviction. Ce programme de professionnalisation a été récompensé en 2018 par le Trophée LSA Diversité.

**Florence Maurice,**  
Responsable Diversité et QVT



”



Prix Coup du Cœur du Jury de la 5<sup>e</sup> édition des Trophées LSA de la diversité et de la RSE !



# PROMOUVOIR L'ÉGALITÉ DE TRAITEMENT ENTRE LES FEMMES ET LES HOMMES

L'égalité professionnelle femmes-hommes pour Fnac Darty, c'est s'assurer que femmes et hommes puissent s'épanouir et construire leur carrière en toute équité, notamment vers les postes de leadership.



**39 %**  
de femmes  
dans l'effectif



**90/100**  
index sur l'égalité  
hommes-femmes



**33 %**  
de femmes au Comex



**50 %**  
de femmes au Conseil  
d'Administration

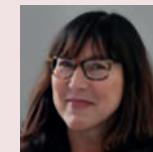


© Denis Allard / Agence REA

“

Avec mes collègues directrices de magasins, nous avons travaillé à identifier les freins et les leviers qui peuvent aider les femmes à accéder à ce poste. Nous avons participé à construire ce programme pour qu'il donne envie aux femmes d'exercer ce métier, en leur permettant de se projeter et en les accompagnant sur le plan professionnel et personnel.

**Christiane Buisson,**  
Directrice  
Fnac Nantes



”

## [ZOOM] DM AU FÉMININ

### OBJECTIF

#### 3 axes :

- mieux faire connaître le métier et montrer que les femmes y sont en réussite
- faciliter les conditions d'exercice dans le respect de l'équilibre vie professionnelle / vie privée
- renforcer l'accompagnement des femmes qui souhaiteraient évoluer vers cette fonction



# PROMOUVOIR L'INSERTION

## DES JEUNES ET L'ÉGALITÉ DES CHANCES



### CAP SUR L'ALTERNANCE

Notre Groupe favorise l'insertion professionnelle des jeunes à travers une politique volontariste de recrutement en alternance.



plus de

**960**

alternants en 2019

### PARRAINAGE DE JEUNES

Fnac Darty s'engage pour plus d'égalité des chances, aux côtés de partenaires comme l'institut Télémaque et l'association Sport dans la Ville. Cette dernière a fait l'honneur à Enrique Martinez de parrainer la promotion 2018 de « Job dans la Ville ».



### ENRIQUE MARTINEZ



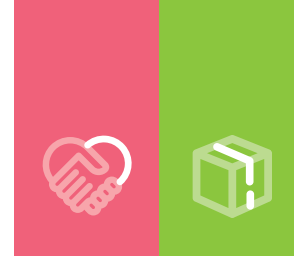
#### Enrique, pourquoi avoir accepté ce rôle de parrain ?

*Fnac Darty s'est engagé dans ce projet pour accompagner des jeunes venus de quartiers défavorisés dans leur insertion dans*

*le monde professionnel. Nous sommes fiers d'être partenaire de ce beau programme. Et puis en tant qu'amateur de sport et dirigeant d'entreprise, je me retrouve totalement dans les valeurs de l'association.*

#### Au cours de la soirée que tu as passée avec eux, quel message as-tu voulu leur adresser ?

*Je sais que le monde de l'entreprise peut impressionner les jeunes. J'ai voulu les rassurer, leur montrer qu'une entreprise est, dans la plupart des cas, un lieu où l'on tient compte du bien-être des employés, de leur épanouissement et de leur progression dans l'entreprise. Que la valeur et la force d'une entreprise tiennent aux femmes et aux hommes qui la composent. Il faut qu'ils aient confiance en leur jeunesse, en leur force et en leur avenir !*



## FAVORISER UNE CONSOMMATION PLUS RESPONSABLE



**ENGAGÉS**  
POUR UN CHOIX  
**ÉCLAIRÉ**

→ à travers une information transparente et des services innovants



# FNAC DARTY ŒUVRE

## EN FAVEUR D'UNE CONSOMMATION RESPONSABLE

“

Ces dernières années, les consommateurs ont pris conscience de l'impact de leurs achats sur les ressources de la planète ; ils n'hésitent plus à interpeller producteurs et distributeurs sur le sujet. L'étude que nous menons chaque année auprès de nos clients montre ainsi qu'ils sont 75% à attendre que nous nous engagions pour l'allongement de la durée de vie des produits. Pour notre Groupe, c'est une opportunité de renforcer nos initiatives en faveur d'un commerce sincère où le client peut nous aider à faire bouger les choses. Pour cela, Fnac Darty peut s'appuyer sur l'ADN des deux enseignes.



**Vincent Gufflet,**  
Directeur Commercial Produits et Services France

”

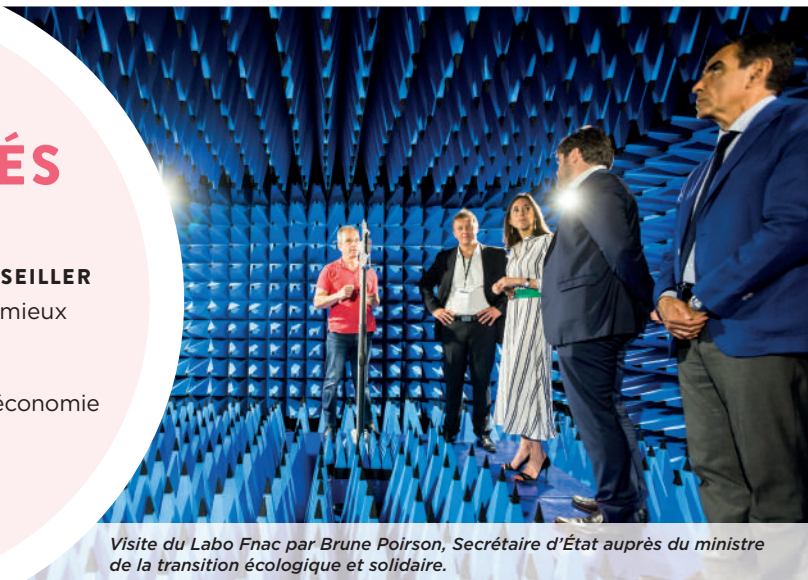
## ENGAGÉS

POUR

### INFORMER ET CONSEILLER

pour permettre de mieux consommer

ŒUVRER pour une économie plus circulaire



Visite du Labo Fnac par Brune Poirson, Secrétaire d'État auprès du ministre de la transition écologique et solidaire.

© Denis Allard / Agence REA



# L'EXPERTISE ET LE CONSEIL

## POUR AIDER LES CLIENTS À MIEUX CHOISIR

INFORMER EN TOUTE

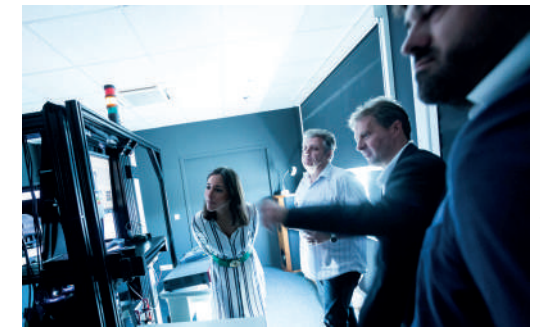
INDÉPENDANCE : LA MISSION

HISTORIQUE DU LABO FNAC

**Labofnac**  
Tests, actu et comparatifs high-tech

En 2019, **764 tests** ont été réalisés sur 374 produits

Le Labo Fnac est un concept unique, au service des clients de l'enseigne depuis 1972. Équipés d'un ensemble de systèmes de mesure sophistiqués, ses experts testent chaque année la performance technique de centaines de nouveaux produits électroniques. Les méthodes scientifiques et objectives du Labo sont reconnues par les plus grandes marques, qui viennent régulièrement y faire évaluer leurs prototypes.



© Denis Allard / Agence REA



## NOTE D'IMPACT ENVIRONNEMENTAL : FNAC DARTY, UN GROUPE PRÉCURSEUR

Dès 2013, la Fnac a mis en place un affichage environnemental sur les téléviseurs, étendu en 2015 aux PC, tablettes et téléphones mobiles et ce, aussi bien en magasin que sur fnac.com. Les clients ont ainsi à leur disposition un nouveau critère de sélection, lié à l'impact sur le climat et sur les ressources naturelles non renouvelables du produit tout au long de son cycle de vie, depuis sa fabrication jusqu'à son déchet en passant par son transport et son utilisation. **Reconnu comme précurseur, Fnac Darty a participé en 2017 et 2018 à l'élaboration d'un affichage environnemental de référence** avec le ministère de la Transition écologique et solidaire, l'Ademe et trois autres entreprises volontaires. Le logo et la méthodologie issus de cette collaboration inédite ont été validés et déployés en 2018 sur les sites fnac.com et darty.com ainsi que dans l'ensemble des magasins Fnac.



# FNAC DARTY, ENGAGÉ POUR...

Les impacts environnementaux des produits électriques et électroniques sont importants : extractions de ressources naturelles, pollutions, émissions de gaz à effet de serre, production de déchets... Notre Groupe innove chaque année pour créer un modèle économique plus circulaire et ainsi réduire ces impacts.



© Denis Allard / Agence REA

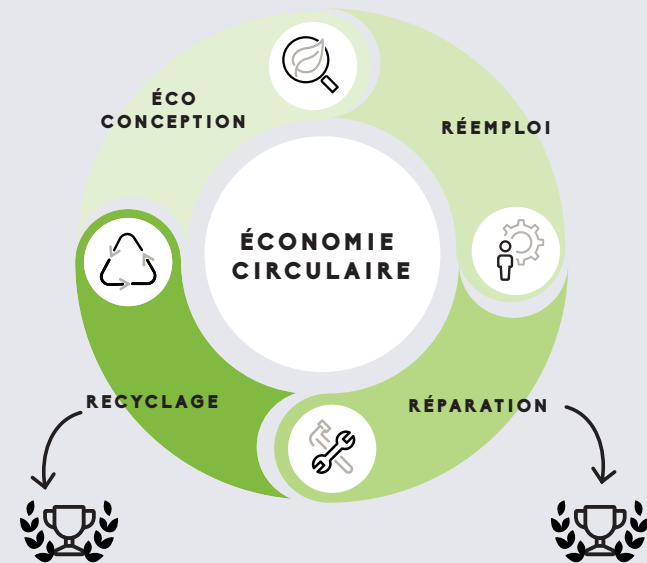
## ENGAGÉS POUR

Inciter les fournisseurs à **ÉCOCONCEVOIR** en apportant des informations produits aux clients

Favoriser le **RÉEMPLOI** via la vente de produits d'occasion et le don à des associations

Favoriser la **RÉPARATION**, même hors garantie

Augmenter la collecte et le **RECYCLAGE** des DEEE\*



**FNAC DARTY**  
1<sup>er</sup> COLLECTEUR DE FRANCE

Plus de 46 000 tonnes de DEEE collectées en France et confiées à Eco-systèmes en 2019

**FNAC DARTY**  
1<sup>er</sup> RÉPARATEUR DE FRANCE

2,6 millions d'interventions en 2019



# ...UNE ÉCONOMIE PLUS CIRCULAIRE

## FNAC DARTY PREND LES DEVANTS ET INNOVE POUR FAVORISER L'ÉCONOMIE CIRCULAIRE

Ces deux dernières années, 6 projets clés ont été lancés pour favoriser l'économie circulaire :



### DARTY MAX

Un service inédit d'abonnement à la réparation, pour tous les gros électroménagers du foyer, achetés chez Darty ou non.



### LE CHOIX DURABLE

Un logo créé par Darty, pour mettre en avant les produits les plus fiables et les plus réparables.



### INDICE DE RÉPARABILITÉ

Fnac Darty, pionnier, devance l'obligation d'informer sur la réparabilité des produits.

“

*Nous sommes fiers d'avoir bousculé le marché en permettant aux clients de choisir plus réparable et en rendant plus accessible la réparation. Ces innovations lancées ces deux dernières années montrent notre conviction profonde : Fnac Darty a un rôle à jouer dans la transition qu'opère la société vers une consommation plus responsable.*



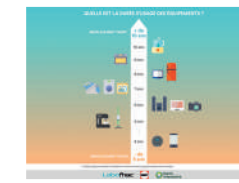
**Régis Koenig,**  
Directeur de la politique Services de Fnac Darty

”



### RACHAT DE WEFIX

Un engagement fort en faveur de l'allongement de la durée de vie des smartphones.



### BAROMÈTRE DU SAV

Une étude inédite menée grâce aux interventions du SAV Darty pour informer sur la durée d'usage des produits et mettre en avant les marques les plus fiables.



### PLATEFORME DU SAV

La base de connaissance du SAV Darty à disposition des clients pour favoriser l'auto-réparation.





# INNOVATIONS 2019

## LEVER LES FREINS À LA RÉPARATION

Réparer un produit, c'est retarder sa fin de vie et donc diminuer la quantité de déchets, mais aussi diminuer l'impact écologique lié à la fabrication de son remplaçant. Ce sont également des emplois non délocalisables et une équation économique de plus en plus favorable au client.



SELON UNE ÉTUDE DE L'ADEME\*  
EN PARTENARIAT AVEC FNAC DARTY



**81 %**

des Français ont une bonne image de la réparation (+ 7 points par rapport à 2014)



Mais **30%**

seulement font réparer leurs produits lorsqu'ils tombent en panne



**68 %**

des Français jugent le coût comme principal frein à la réparation

### DARTY MAX, UN SERVICE POUR RÉPARER FACILEMENT TOUT L'ÉLECTROMÉNAGER

Pour démocratiser la réparation et la rendre plus accessible, le premier réparateur de France a lancé en 2019 «Darty Max», le premier abonnement à la réparation. Il permet de faire réparer simplement et rapidement tous les appareils gros électroménager, récents ou anciens, achetés chez Darty ou ailleurs.

Assistance par visio, conseils d'entretien et d'usage, déplacement à domicile, pièces détachées, tout est inclus dans l'abonnement\*, sans limite sur le nombre d'appareils ou de pannes. Darty Max permet ainsi de lever tous les freins à la réparation et d'allonger la durée de vie des produits.



\*ADEME : Agence de la transition écologique  
\*\*Réparation prise en charge à 100% entre 7 et 15 ans selon la durée de disponibilité des pièces détachées pour les appareils achetés chez Darty



# INNOVATIONS 2019

## METTRE EN AVANT LES MARQUES LES PLUS FIABLES

La fiabilité et la réparabilité sont, avec les caractéristiques techniques, les critères qui varient le plus entre les produits d'une même gamme. Pour permettre aux clients de choisir des appareils durables, le Groupe met désormais en avant ces produits grâce à un affichage clair et objectif.



**82**

produits étiquetés "Choix durable" en février 2019

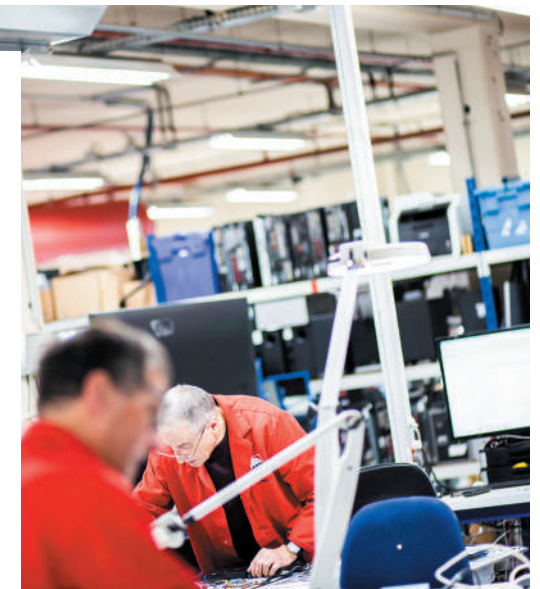
Pour sélectionner les produits « Choix Durable », les critères retenus sont les taux de panne constatés par le SAV Darty et l'engagement des marques à fournir des pièces détachées (au moins 10 ans pour le gros électroménager). Une sélection revue tous les trois mois afin d'intégrer les nouveaux produits.



### UN PROJET À IMPACT POSITIF

Suite à la création du Choix Durable, de grandes marques comme Miele, Samsung, Beko, LG et Electrolux ont étendu la disponibilité de leurs pièces détachées, parfois de plus de quatre années supplémentaires.

Le Choix Durable contribue ainsi concrètement à allonger la durée de vie des produits, non seulement pour les clients du Groupe, mais également pour l'ensemble du marché français.





# INNOVATIONS 2018

## INFORMER SUR LA RÉPARABILITÉ DES PRODUITS



© Denis Allard / Agence REA

### INDICE DE RÉPARABILITÉ : FNAC DARTY PIONNIER !

À l'heure où des marques sont mises en cause pour leur rôle dans l'obsolescence programmée ou anticipée de leurs produits, Fnac Darty prend le contre-pied de ces pratiques en apportant une information sur la réparabilité des produits.

Ce projet lancé en 2018 s'appuie sur l'expertise technique du Labo Fnac, qui a étudié la réparabilité des ordinateurs portables à partir de douze critères, dont la disponibilité de documents/notices comprenant des instructions de démontage ou d'aide au diagnostic, la simplicité de démontage ou encore la disponibilité et le prix des pièces détachées.

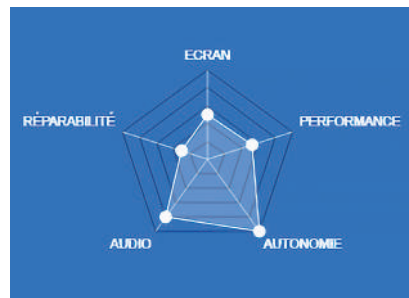
“

Notre équipe décortique les appareils pour évaluer leur réparabilité, en s'appuyant sur un ensemble de critères bien précis. Pour le client, c'est une information importante au moment de choisir un produit plutôt qu'un autre : l'indice de réparabilité lui permet de faire un choix éclairé. C'est la mission du LaboFnac depuis sa création, et nous travaillons chaque année à la renforcer.

**Lionel Costa,**  
Responsable du développement  
LaboFnac



”



# INNOVATIONS 2018

## INFORMER SUR LES DURÉES D'USAGE PAR MARQUE

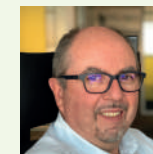
### DEUXIÈME ÉDITION DU BAROMÈTRE DU SAV

Cette étude, désormais annuelle, donne en toute transparence la durée d'usage de quinze catégories de produits (GEM\*, PEM\*\*, High-Tech) et permet notamment de reconnaître les marques les plus fiables. Elle s'appuie sur des enquêtes post-achat réalisées auprès des clients, sur la disponibilité des pièces détachées auprès des fournisseurs et sur **l'analyse de près de 600 000 réparations** réalisées par le SAV Darty.

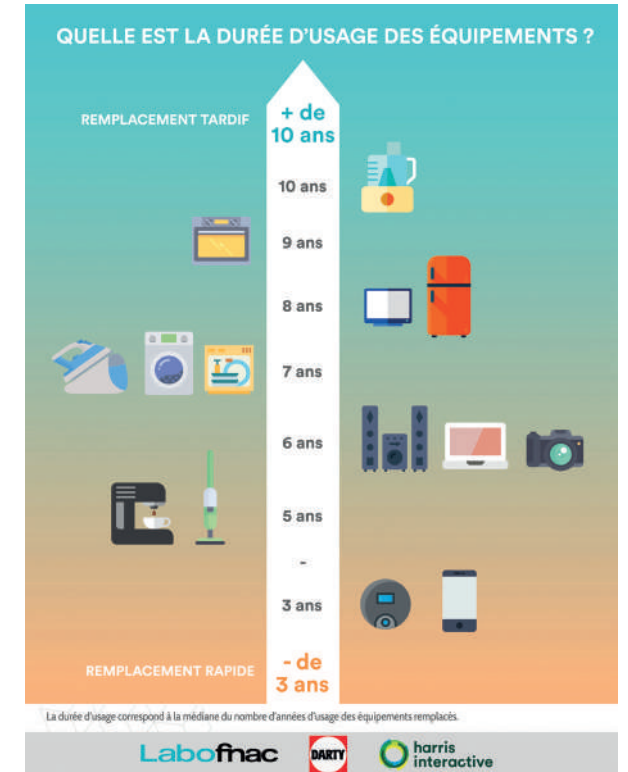
“

Cette étude annuelle, unique au monde, doit permettre au client de mieux choisir et ainsi contribuer à faire évoluer les pratiques des fabricants qui sont incités à concevoir des produits plus réparables et plus durables.

**Jean-Yves Prigent,**  
Directeur technique en charge de l'allongement de la durée de vie des produits



”



La durée d'usage correspond à la médiane du nombre d'années d'usage des équipements remplacés.



© Denis Allard / Agence REA

\* Gros électroménager, \*\* Petit électroménager



# INNOVATIONS 2018

## FAVORISER LA RÉPARATION

### L'ATOUT WEFIX

WeFix, ce sont 96 points de vente fin 2019 en France et en Belgique et un service de réparation rapide (20 minutes en moyenne) des principaux modèles de smartphones, soit plus de 20 000 réparations par mois. Cela représente environ 30 tonnes de déchets électroniques évitées.

WeFix a aussi développé son offre de téléphone reconditionné, dont les ventes ont plus que triplé par rapport à 2018. **Une croissance qui a permis d'embaucher 250 personnes en 2019 !**



© Denis Allard / Agence REA

### FAVORISER L'AUTO-RÉPARATION AVEC LA PLATEFORME DU SAV



Avec plus de 1,5 millions de produits réparés chaque année, nos équipes du SAV ont construit au fil du temps une formidable base de connaissances. Depuis 2018, une partie de ces informations sont progressivement ouvertes à tous sur le site sav.darty.com. Les internautes et les techniciens y partagent leur expérience et leurs savoirs pour allonger la durée de vie des produits. Notre

**« Wikipédia de la réparation » compte déjà Plus de 4 millions d'utilisateurs cumulés depuis le lancement de la communauté en 2018**



# DONNER UNE SECONDE VIE

## AUX PRODUITS

“

*Pour développer ce marché de la Seconde Vie, nous avons constitué une équipe spécialisée et dédiée à la revalorisation des produits. Soutenue par la demande croissante des clients, l'activité de l'occasion n'a cessé de se développer et en 2018, nous avons dupliqué le label Fnac occasion en créant le label Darty occasion. Dans le même temps, nous avons renforcé nos partenariats avec des acteurs de l'économie sociale et solidaire à travers le don. Enfin, une charte de responsabilité encadre désormais toutes les ventes Fnac à des soldeurs afin de s'assurer du bon retraitement des produits vendus.*



**Katell Bergot,**  
Directrice de la Seconde Vie

”

**PARTENARIAT HISTORIQUE AVEC LE RÉSEAU SOLIDAIRE ENVIE**

**L'OCCASION EN PLEIN DÉVELOPPEMENT**

En 2019, Darty a confié plus de **300 000 appareils** en panne à ENVIE qui œuvre à la réinsertion par l'emploi tout en donnant à ces produits une seconde vie.

Testés, réinitialisés, nettoyés, réemballés par nos équipes d'experts : **plus de 42 000** produits en parfait état de marche ont été vendus en 2019 par Fnac et Darty Occasion, soit une hausse de 17% par rapport à 2018. Une activité en pleine accélération pour 2020.

**DONS EN NATURE**

En 2019, **138 782 produits** de toute sorte ont été donnés à des associations. Aux côtés d'associations partenaires de longue date comme Emmaüs France, Bibliothèques sans frontières, Envie et le Secours Populaire, Fnac Darty a ouvert ses dons à de nouveaux acteurs associatifs comme l'Agence du don en nature, la Fondation des hôpitaux de France, Les papillons du ciel, Cekedubonheur, Clocliclown et Marions.



© Denis Allard / Agence REA



# DONNER UNE SECONDE VIE

## AVEC LE SOUTIEN DES CLIENTS



### GRANDE COLLECTE DE LIVRES

Depuis 7 ans, la Fnac invite ses clients à venir donner une seconde vie à leurs livres au profit de



**GRANDE COLLECTE SOLIDAIRE**

7<sup>ÈME</sup> ÉDITION - DU 31 MAI AU 10 JUIN 2019

DONNEZ UNE **SECONDE VIE** À VOS **LIVRES** En rapportant vos livres en magasin

**840 000 LIVRES COLLECTÉS EN 6 ANS**  
**OBJECTIF 2019 : ATTEINDRE 1 MILLION DE LIVRES COLLECTÉS**



### BRADERIE SOLIDAIRE DE DIJON

Depuis plus de 10 ans, la Fnac est partenaire du Secours Populaire et organise chaque année une grande braderie à partir d'invendus. Les recettes sont reversées à l'association, qui finance ainsi chaque année l'organisation de vacances pour des centaines d'enfants défavorisés.



**168 157**  
euros récoltés  
en 2019 !



## LIMITER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS ACTIVITÉS



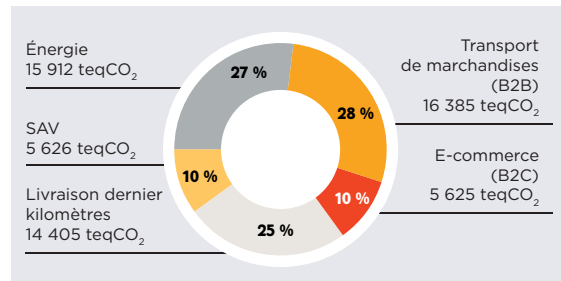
**ENGAGÉS**  
POUR UN CHOIX  
**ÉCLAIRÉ**

→ à travers une politique CO<sub>2</sub> et déchets ambitieuse



# LIMITER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS ACTIVITÉS

Transporter des marchandises des entrepôts aux magasins, livrer un colis ou un gros électroménager à domicile, dépanner ou encore reprendre un ancien équipement : la logistique est au cœur des activités du Groupe. Afin de réduire les impacts environnementaux associés, le Groupe a renforcé sa gouvernance et a lancé de nombreux projets.



**58 000 teqCO<sub>2</sub>\*** émises par le Groupe en 2019 (contre 60 000 en 2018)

**8,8 kgCO<sub>2</sub>e\*\* / k€** de Chiffre d'affaires\*\*\* en France (contre 9,1 en 2018)



Grâce à notre modèle omnicanal, nous pouvons nous appuyer sur notre réseau d'entrepôts et de magasins pour optimiser les distances parcourues et réduire les emballages. Avec la création d'un Comité Climat trimestriel dont la mission est de piloter l'objectif de -50 % des émissions de CO<sub>2</sub>, nous lions les enjeux business aux enjeux climatiques et responsabilisons les managers.

**Olivier Theulle,**  
Directeur des Opérations et des Systèmes d'Information



\*tonnes d'équivalent CO<sub>2</sub>  
\*\*kilogrammes d'équivalent CO<sub>2</sub>  
\*\*\*Chiffre d'affaires lié aux produits (hors services)

## ENGAGÉS POUR

**RÉDUIRE** de 50% nos émissions de CO<sub>2</sub> liées au transport et à l'énergie des sites d'ici 2030 (par rapport à 2018)

**RÉDUIRE ET VALORISER** nos déchets d'emballage



# LIMITER LES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX LIÉS À L'ÉNERGIE DES SITES



La réduction de nos consommations d'énergie passe par le déploiement de solutions LED en magasin et en entrepôts, et par la mise en place de Gestion Technique Centralisée sur nos sites. Les résultats sont au rendez-vous et nous encourageant à accélérer sur ce sujet de performance, aussi bien économique qu'environnementale.

**Géraldine Olivier,**  
Directrice des Achats Indirects et de l'amélioration de la performance



**15 900 teqCO<sub>2</sub>\*** pour le Groupe en 2019 (-20% par rapport à 2018)

**-9 %** de consommation énergétique en France par rapport à 2018

**22 %** de l'électricité du Groupe provient de sources renouvelables (+33 % par rapport à 2018)

## DE L'ÉNERGIE D'ORIGINE ÉOLIENNE

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2020, le parc éolien de Fontanelles, entre Montpellier et Toulouse, produit de l'électricité pour Fnac Darty. Ce contrat d'achat direct (Power Purchase Agreement) couvrira environ 13 % de la consommation annuelle de nos sites français.

Ailleurs dans le Groupe, **l'Espagne, le Portugal, la Belgique et la Suisse s'approvisionnent presque exclusivement en électricité certifiée d'origine renouvelable\***.

\*Espagne à 100%, Belgique à 95 %, la Suisse à 97 % et le Portugal à 60 %.



© Abby Anaday / Unsplash



# LIMITER LES IMPACTS ENVIRONNEMENTAUX LIÉS AUX TRANSPORTS

**42 040 TEQCO<sub>2</sub> ÉMISES** par les transports du Groupe en 2019, contre 40 865 teqCO<sub>2</sub> en 2018. Des émissions stables, malgré l'ouverture de plus de 70 magasins. L'intensité carbone (par magasin) décroît en 2019.

Périmètre Groupe*	2018	2019
TeqCO <sub>2</sub> / magasin	58	54



## EXPÉDITION DE COLIS

Grâce à Colissimo et Chronopost, prestataires engagés dans des démarches environnementales, plus de 6 colis Fnac Darty sur 10 sont qualifiés de « neutres en carbone ».

Périmètre France	2019
Nombre de colis expédiés	+ 10 millions
KgCO <sub>2</sub> / colis	0,49

### LE SAVIEZ-VOUS ?

Plus d'un million et demi de produits ont été délivrés aux clients en Click&Collect depuis les stocks des magasins : ce sont autant d'expéditions évitées.



## LIVRAISON DE GROS

**ÉLECTROMÉNAGERS (FRANCE)**  
Prévenir les clients des créneaux de livraison a permis de faire baisser les échecs de livraison, et donc les re-livraisons.

Périmètre France	2019
Nombre de tournées de livraison	+ 1,7 millions
KgCO <sub>2</sub> / livraison	7,00

### LE SAVIEZ-VOUS ?

Pour les plus petits produits, des expérimentations sont menées dans les grandes villes pour effectuer les livraisons à vélo ou à pied.



## TRANSPORTS DE MARCHANDISES (FRANCE)

L'optimisation du chargement des camions et des tournées vers les magasins, en partie grâce à la mutualisation des flux Fnac et Darty, a permis de réduire l'intensité carbone de cette activité.

Périmètre France	2019
Nombre de palettes	+ 1,6 millions
KgCO <sub>2</sub> / palettes	7,74

\*Hors Nature&Découvertes et hors BCC, afin de conserver un périmètre comparable  
\*\*compensation des émissions de CO<sub>2</sub> résiduelles à travers des projets de compensation certifiés



**SAV à distance**  
Pour de meilleurs diagnostics et moins de déplacements inutiles

↓  
**+ 30 000**  
déplacements évités  
↓  
**390 teqCO<sub>2</sub>**  
en 2019

Périmètre France	2019
Nombre d'interventions à domicile	+ 700 000
KgCO <sub>2</sub> / intervention	5,5

## [ZOOM] DES CAMIONS PLUS PROPRES POUR LA LIVRAISON DE GROS ÉLECTROMÉNAGERS

En veille permanente sur les technologies les moins émettrices, nous avons acquis, en 2020, **34 camions roulant au Gaz Naturel pour Véhicules (GNV)**. Avec 15% de biogaz, ces camions émettent beaucoup moins de CO<sub>2</sub> et 93% moins de particules fines par rapport au Diesel. À partir de l'été 2020, cette flotte assurera les livraisons des clients des grandes agglomérations.

“

Par nature, la réparation allonge la durée de vie des produits et permet donc de réduire leur impact environnemental. Mais nous allons plus loin : afin de limiter le nombre de déplacements à domicile, nous misons sur la prise en charge des pannes minimales directement aux comptoirs SAV des magasins, et sur le développement de solutions d'assistance à distance. En effet, dans 40 % des cas, les pannes n'en sont pas réellement : des conseils d'entretien suffisent à résoudre le problème. Pour les pannes avérées, il est de plus en plus aisé de dépanner à distance, en visio, ou grâce aux conseils des techniciens des centres de relation à distance.

Mehdi Dahmani,  
Directeur du SAV



”





# LA COLLECTE, LE RECYCLAGE ET LA REVALORISATION DES DÉCHETS

## UNE DÉCHETTERIE

### 100 % FNAC DARTY

Fondée en 1994 par Darty, la déchetterie de Mitry-Mory centralise la gestion des déchets de la région Île-de-France.

Lors des livraisons de gros électroménager, les produits sont déballés dans le camion. Ces emballages, ainsi que les anciens équipements récupérés, sont acheminés jusqu'à Mitry-Mory pour revalorisation ou recyclage.



La déchetterie de Mitry-Mory a revalorisé plus de 1 600 tonnes de carton en 2018.



### COLLECTE ET RECYCLAGE DE DEEE

**1<sup>er</sup> collecteur de DEEE**  
en France

**46 373 tonnes** collectées en 2019  
et recyclées par ÉCO-SYSTÈMES



### REVALORISATION DES DÉCHETS D'EMBALLAGES

Une réorganisation complète de la gestion des déchets d'emballages permettra une meilleure revalorisation des cartons, plastiques et polystyrènes.

### LA REPRISE EN « 2 POUR 1 »

Depuis plus de dix ans, lors de la livraison d'un gros électroménager, le client peut remettre jusqu'à deux appareils aux livreurs, pour recyclage.



## DÉVELOPPER L'ACTIVITÉ ÉCONOMIQUE, SOCIALE ET CULTURELLE DANS LES TERRITOIRES



**ENGAGÉS**  
POUR UN CHOIX  
**ÉCLAIRÉ**

→ en offrant conseils,  
services et culture,  
au plus près des clients



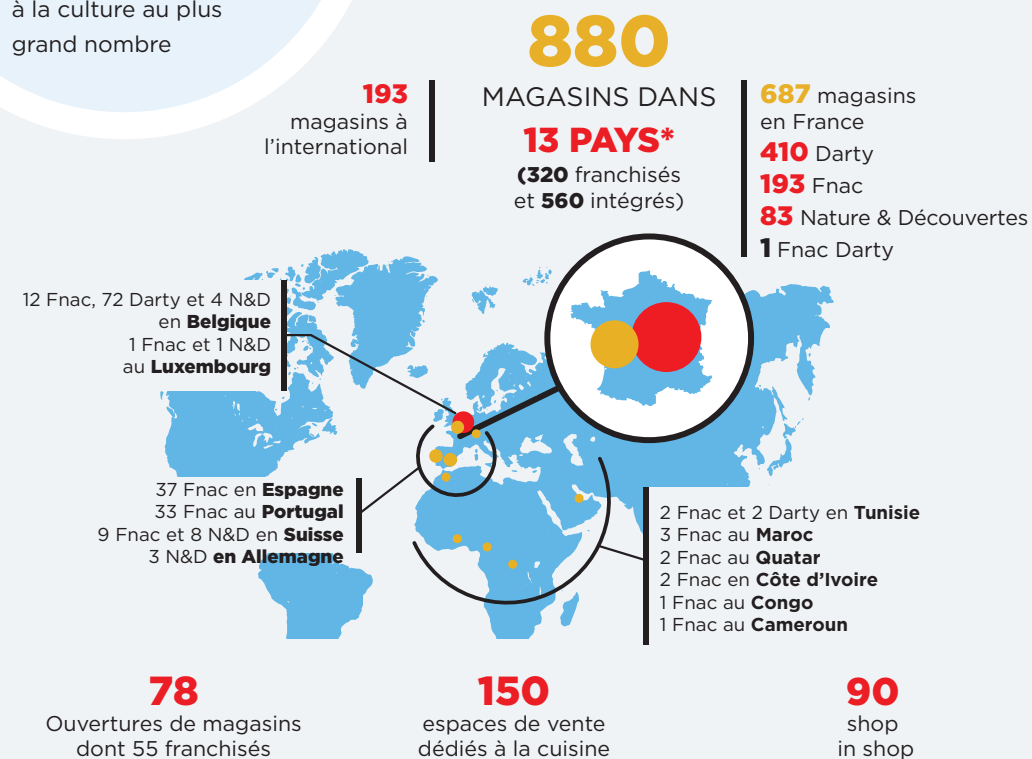
# OUVRIR DES MAGASINS, C'EST AUSSI CONTRIBUER À L'ÉCONOMIE ET À LA VIE CULTURELLE ET SOCIALE LOCALE

## ENGAGÉS POUR

**SOUTENIR**  
l'emploi local

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

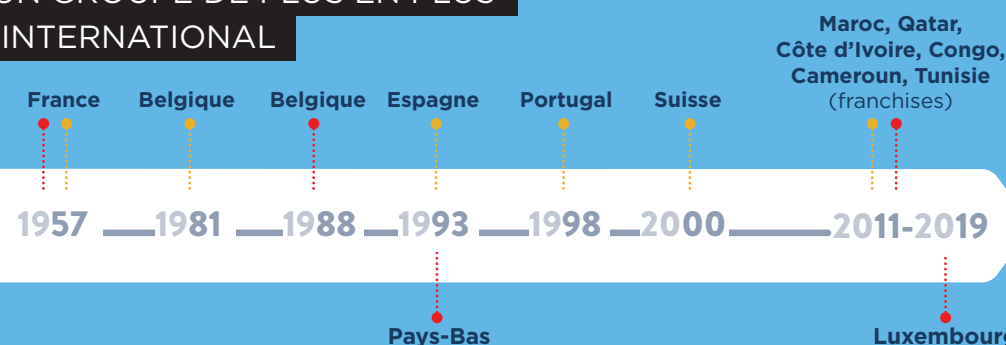
Le Groupe est un acteur important du tissu local de par l'activité économique, sociale et culturelle qu'il génère, grâce à son réseau de magasins et de franchises en France, en Europe et ailleurs dans le monde.



\*A fin décembre 2019



## UN GROUPE DE PLUS EN PLUS INTERNATIONAL



## [ZOOM] LA FNAC A OUVERT DANS LE SPLENDIDE PROJET ARCHITECTURAL ROYAL HAMILIUS, SITUÉ AU CENTRE NÉVRALGIQUE DE LUXEMBOURG







# DONNER ACCÈS À LA CULTURE

## AU PLUS GRAND NOMBRE

En 2019, l'ensemble des opérations culturelles Fnac a mobilisé plus de **323 000 personnes** avec 10 403 événements gratuits organisés à travers le monde, en magasin ou hors les murs.



**1<sup>er</sup> disquaire**  
de France



**1<sup>er</sup> libraire**  
de France



**1<sup>er</sup> acteur**  
billetterie de France



Une équipe dédiée en France  
**15 collaborateurs**  
dont **7 en régions**



© Sarah Bastin

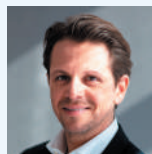


© Sarah Bastin

“

*La politique d'action culturelle traduit la volonté du Groupe de diffuser la culture au plus grand nombre, en particulier par le contact « live » entre l'artiste et ses publics, et par le soutien aux jeunes talents et artistes émergents.*

**Benjamin Perret**  
Directeur de la Communication



”



# ÉVÉNEMENTS CLÉS 2018



ÉVÉNEMENTS  
GRATUITS EN  
MAGASINS

Plus de **10 000 événements** culturels dans le monde



SALON  
FNAC LIVRES

Créé en 2016  
Plus de **100 auteurs**  
**15 000 visiteurs**  
**35 conférences**



FESTIVAL  
FNAC LIVE PARIS

**9<sup>e</sup> édition en 2019**  
Au cœur de Paris  
30 concerts gratuits sur 3 jours  
**près de 100 000 spectateurs**

3

**prix littéraires de référence**  
**3 temps forts de l'année et un coup de projecteur pour les auteurs et leurs ouvrages**



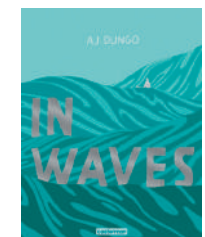
**PRIX GONCOURT DES LYCÉENS**

31<sup>e</sup> édition en 2019



**PRIX DU ROMAN FNAC**

18<sup>e</sup> édition



**PRIX DE LA BD FNAC FRANCE INTER**

8<sup>e</sup> édition



# ASSOCIER LES CLIENTS À LA POLITIQUE DE SOLIDARITÉ DU GROUPE

## MICRO-DONS : UN PETIT CLIC

### POUR CHANGER DES VIES

Fnac Darty associe ses clients à ses engagements solidaires en leur proposant de réaliser des petits dons lors de leurs achats sur Fnac.com ou sur Fnac Spectacles. Mises bout à bout, ces petites sommes ont permis de grandes choses !



FNAC.COM

UN RIEN C'EST TOUT  
1

**170 300**  
euros collectés en 2019



FNAC SPECTACLES



**94 000 €**  
collectés en 2019  
(245 000 € depuis  
le lancement)

## FNAC, PARTENAIRE

### DE LA BRIGADE DES PÈRES

### NOËL VERTS

En partenariat avec le Secours Populaire, pendant les fêtes de fin d'année, la Fnac invite ses clients à donner des cadeaux neufs pour permettre à des enfants vivant dans la précarité de fêter Noël dignement.

**COLLECTE DE JOUETS**

DÉPOSEZ UN CADEAU NEUF  
DANS LA HOTTE  
=  
1 ENFANT DANS LA PRÉCARITÉ  
COMBLÉ POUR NOËL

Déposez  
un cadeau  
neuf

1 CADEAU  
NEUF =  
1 ENFANT  
COMBLÉ

BRIGADE DES  
PÈRES NOËL  
VERTS  
SECOURS  
POPULAIRE  
FRANÇAIS

fnac



## CONDUIRE NOS AFFAIRES DE MANIÈRE EXEMPLAIRE



**ENGAGÉS**  
POUR UN CHOIX  
**ÉCLAIRÉ**

→ à travers une éthique  
des affaires plus consciente  
de ses devoirs et engagements



# CONDUIRE NOS AFFAIRES DE MANIÈRE EXEMPLAIRE

De plus en plus, Fnac Darty s'appuie sur des partenaires externes pour offrir à ses clients la meilleure offre de produits et de services possible. Ces relations partenariales s'accompagnent d'une grande responsabilité : garantir que les droits de chacun et les principes éthiques du Groupe sont respectés par tous.

Très naturellement, le Groupe a ainsi **signé en mars 2019 la charte de bonne conduite du e-commerce**, engageant l'entreprise à mener des relations commerciales équilibrées avec ses fournisseurs, notamment les PME.

## PRÉVENIR LA CORRUPTION ET LE TRAFIC D'INFLUENCE



*Avec la volonté permanente d'examiner, de renforcer et compléter les dispositifs visant à garantir le respect des engagements éthiques, Fnac Darty sensibilise ses collaborateurs, à tous les niveaux et partout où le groupe est implanté, par la diffusion de son code de conduite des affaires, de sa charte cadeaux et avantages mais aussi par une action de formation spécifique à distance. Soucieux de garantir la transparence dans les relations et transactions d'affaires, Fnac Darty renforcera en 2020 son dispositif d'alerte éthique en l'externalisant afin de le rendre plus accessible et conforme aux exigences des lois Sapin 2, Devoir de vigilance et de la réglementation sur la protection des données.*

**Bruno Frésart,**  
Directeur de  
l'Audit Interne



## ENGAGÉS POUR

**LUTTER** contre la corruption et le trafic d'influence

**METTRE EN PLACE** un plan de vigilance face aux risques liés au sourcing de produits

**PROTÉGER** les données des clients et des salariés

**GARANTIR** des relations commerciales équitables



# CONDUIRE NOS AFFAIRES DE MANIÈRE EXEMPLAIRE

## PROTECTION DES DONNÉES

### PERSONNELLES

Fnac Darty continue de travailler activement dans tous ses métiers à l'amélioration de ses processus afin d'assurer à ses clients et ses salariés un contrôle accru sur leurs données, et toujours plus de transparence.



### EN 2019, ÉLABORATION D'UN PLAN D'ACTION COORDONNÉ PAR LE DPO ET LES RELAIS MÉTIERS

Poursuite de la mise en place d'une gouvernance de la protection des données personnelles

La sensibilisation et formation des collaborateurs du Groupe

La documentation des procédures et processus internes

L'amélioration de l'information des personnes dont les données sont collectées

La définition de durées de conservation limitées

L'amélioration de la sécurité des systèmes d'information permettant les traitements

La mise à jour des contrats et l'obtention de garanties des prestataires/partenaires



*Dans un contexte de transformation numérique accéléré, la confiance des clients passe nécessairement par une protection renforcée de leurs données. Fnac Darty a mobilisé l'ensemble de ses équipes pour avancer sur ce chantier de transformation majeure. Une culture de la protection des données fait désormais partie intégrante de Fnac Darty.*

**Julie Darnaud,**  
Déléguée à la  
protection des  
données



**25**  
millions de visiteurs  
uniques cumulés en  
moyenne par mois  
sur l'ensemble des  
sites Fnac et Darty



**9,2**  
millions de cartes  
de fidélité

\* DPO : Data Protection Officer



# CONDUIRE NOS AFFAIRES

## DE MANIÈRE EXEMPLAIRE

### SOURCING DES PRODUITS

DE MARQUE PROPRE :

DES PROCÉDURES DE

CONTRÔLE RENFORCÉES

Depuis 2018, le Groupe a établi un Plan de Vigilance s'appuyant sur une cartographie des risques couvrant l'ensemble de ses activités et celles de ses fournisseurs directs.

Les risques identifiés font l'objet de plan d'actions et sont passés en revue deux fois par an. Ainsi, les procédures liées au sourcing des produits de marque propre sont renforcées d'année en année.

### LES PRODUITS DE MARQUE

PROPRE, QUELQUES

REPÈRES :



**11**

marques de distributeurs et

**7**

marques sous licence



**165 M€**

d'achats en Asie et Europe, soit environ 3% des achats totaux

”

*Les produits de marque propre ou sous-licence sont approvisionnés directement auprès des fabricants, pour une grande partie en Chine. 100 % des nouvelles usines sont auditées selon des critères de qualité, mais aussi éthiques, sociaux et environnementaux, puis sont soumises à un audit tous les deux ans. En cas de doute, nous menons également des audits non-annoncés.*

**Hervé Hédouis,**  
Directeur du sourcing



“



### AUDITS

**27 points de vérification** en lien avec l'éthique, la santé-sécurité, les droits humains et l'environnement

En 2019, **105 usines** auditées sur 200 usines

# FNAC DARTY



## **Contact : Valeria Maio**

Direction RSE Fnac Darty  
9 rue des Bâteaux-Lavois  
94 768 Ivry sur Seine Cedex  
France

