



S'ENGAGER
POUR UN **CHOIX ÉCLAIRÉ**
ET UNE **CONSOMMATION**
DURABLE

FNAC DARTY

RAPPORT RSE 2023-2024





SOMMAIRE

LE GROUPE

Éditorial du Directeur général	3
La RSE au cœur du plan stratégique « Everyday »	4
Plus de 65 ans d'engagement	5
Notre gouvernance RSE	6
Notre stratégie climat	7



RÉDUIRE LES IMPACTS DU GROUPE SUR LE CLIMAT ET LA BIODIVERSITÉ

Stratégie climat

Notre bilan carbone 2023	9
Notre trajectoire de décarbonation	10
Plan de transition - Réduire l'impact des consommations énergétiques	11
Plan de transition - Décarboner les transports et optimiser la logistique	12
Plan de transition - Agir sur les émissions indirectes	13
Intégrer les enjeux liés à la biodiversité	14



FAVORISER UNE CONSOMMATION DURABLE ET UN CHOIX ÉCLAIRÉ

Stratégie climat

Notre approche	16
Informers les clients et faire évoluer notre offre pour un choix éclairé	17
Encourager la maintenance et la réparation	18
Donner une seconde vie aux produits	19
Optimiser les emballages et réduire les déchets	20



DÉVELOPPER NOTRE PRINCIPAL ACTIF, LE CAPITAL HUMAIN

Notre capital humain	22
Attirer et retenir les talents, notamment sur les métiers pénuriques et en croissance	23
Capitaliser sur tous les talents	24
Accompagner les évolutions des métiers et des organisations du travail	25
Développer le sentiment d'appartenance, le lien social et la qualité de vie au travail	26



AGIR AVEC ÉTHIQUE, TOUT AU LONG DE LA CHAÎNE DE VALEUR

Notre démarche éthique	28
Identifier et prévenir les risques	29
Déployer une politique d'achats indirects responsables	30
Protéger les données personnelles	31



CONTRIBUER AU DÉVELOPPEMENT SOCIAL ET CULTUREL DES TERRITOIRES

Notre participation à la vie des territoires	33
Garantir l'accès à la culture pour tous	34
Mener des projets solidaires	35



L'ENGAGEMENT DE NOS FILIALES

L'engagement au cœur des valeurs de Nature & Découvertes	37
Les actions de nos filiales européennes	38





ÉDITORIAL

du Directeur général

« En 2023, Fnac Darty a poursuivi sa transformation autour du service, du conseil et de la durabilité. Un cap qui va de pair avec notre exigence dans le déploiement de notre démarche RSE. Pleinement intégrée à notre modèle d'affaires, elle occupe une place centrale dans le quotidien de chacun et contribue à faire de Fnac Darty un leader en matière de responsabilité sociétale et environnementale.

Rien qu'en 2023, notre Groupe a réparé 2,5 millions de produits et dépassé le million d'abonnés à Darty Max, consolidant notre rôle de locomotive de cette économie de la réparation que nous avons largement contribué à développer au cours des dernières années.

Chacun d'entre nous est également conscient de la nécessité de réduire notre consommation d'énergie. C'est le chemin que nous empruntons depuis plusieurs années maintenant avec en 2023 la formalisation d'une politique énergétique à part entière qui doit nous permettre d'aller encore plus loin dans la réduction de nos coûts et la baisse drastique de notre consommation. Cet impératif de sobriété énergétique s'inscrit en adéquation avec nos efforts pour réduire l'impact de nos activités sur le climat et mieux appréhender les risques inhérents au réchauffement climatique, une stratégie saluée cette année encore par le CDP*. En 2023 le Groupe a maintenu sa note de A-.

Dans ce rapport, vous découvrirez la diversité de nos actions RSE, solidement ancrées dans notre culture d'entreprise et fièrement portées par nos collaborateurs au quotidien.

Bonne lecture ! »



Enrique Martinez
Directeur général

OBJECTIFS RSE DU PLAN EVERYDAY

À 2025



2,5 M
de produits réparés



2 M
d'abonnés Darty Max



135
de score de durabilité



35 %
de femmes aux postes de leadership

À 2030



- 50 %
d'émissions liées à nos consommations énergétiques et à nos transports d'ici 2030 par rapport à 2019

PERFORMANCES

2019**

2023

1,8 M

2,5 M

0

1 125 K

100

118

24.3 %

33,2 %

82.3K tCO₂e

60.6 K tCO₂e
-26 %

* CDP : Carbon Disclosure Project
** Année de référence



LA RSE AU CŒUR

du plan stratégique « Everyday »

Avec près de 25 000 collaborateurs à travers le monde, plus de 1 000 magasins et 11 millions de clients fidèles, Fnac Darty a pleinement conscience de sa responsabilité d'entreprise et des attentes grandissantes des consommateurs.

Le Groupe a choisi de placer la RSE au cœur de son plan stratégique « Everyday », pour inscrire son projet dans un modèle de développement durable et générer des impacts positifs sur la société.



NOTRE RAISON D'ÊTRE

« S'engager pour un choix éclairé et une consommation durable. »

CHIFFRES CLÉS FIN 2023



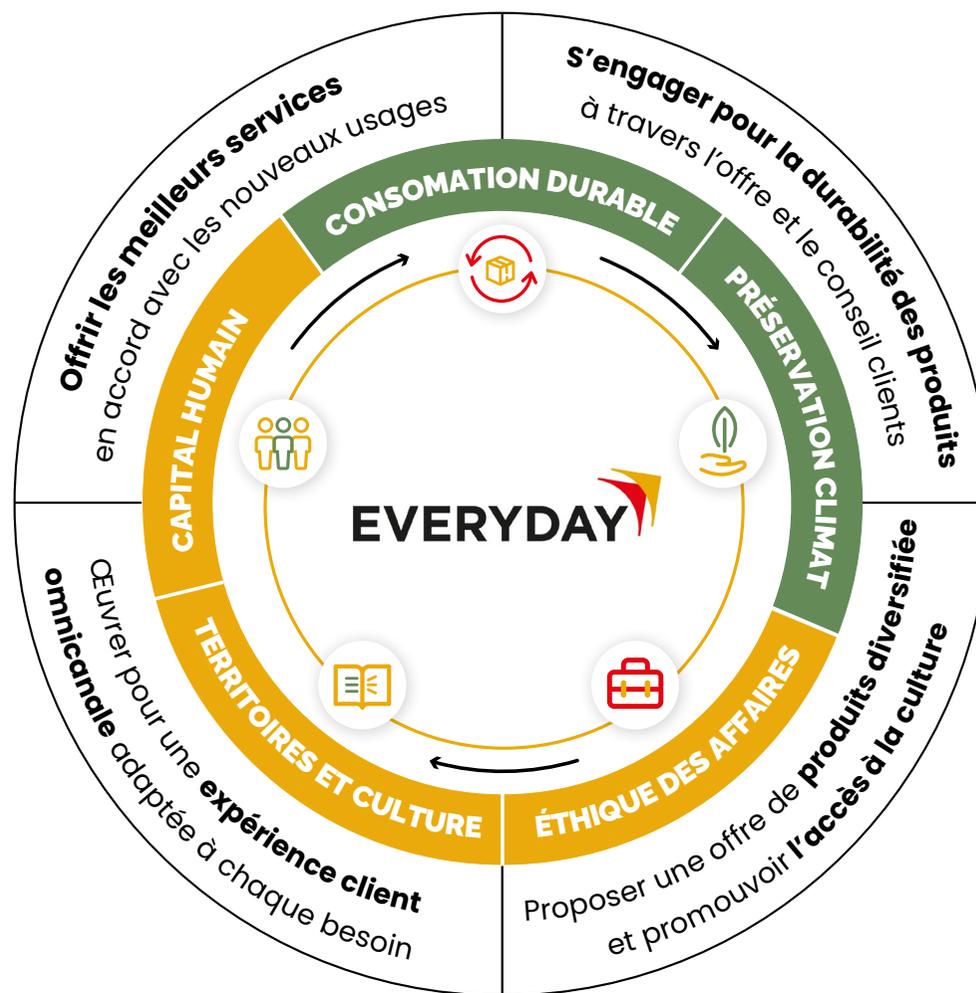
1 010
| magasins



≈ 25 000
| collaborateurs



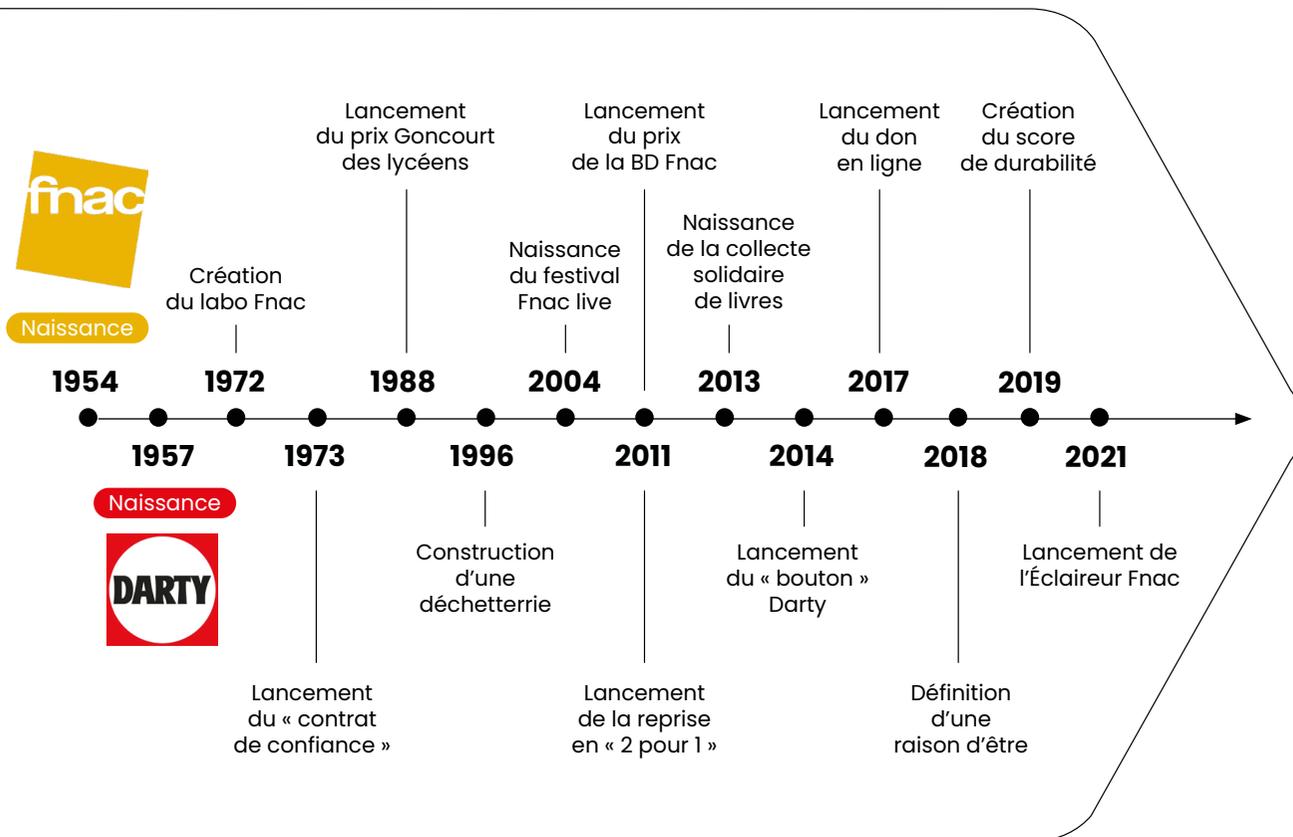
7.9 Mds €
| de chiffre d'affaires





PLUS DE 65 ANS D'ENGAGEMENT

au cœur des enjeux sociétaux



BAROMÈTRE DU SAV
6^{ème} édition

[En savoir plus](#)

WeFix

RACHAT DE WeFix

[En savoir plus](#)

LE CHOIX DURABLE

[En savoir plus](#)

NATURE & DÉCOUVERTES

NATURE & DÉCOUVERTES SOCIÉTÉ À MISSION

[En savoir plus](#)

FNAC & DARTY SECONDE VIE

[En savoir plus](#)

PARTENARIAT JEUX OLYMPIQUES

[En savoir plus](#)

ARRONDI SOLIDAIRE EN CAISSE

[En savoir plus](#)

ecosystem
recycler c'est protéger

PARTENARIAT AVEC ECOSYSTEM POUR LA REPRISE DE DEEE*

[En savoir plus](#)

Darty MAX

[En savoir plus](#)

* Déchets Electriques et Electroniques



Notre GOUVERNANCE RSE

La démarche RSE du Groupe, bâtie autour de 5 piliers, s'appuie sur une gouvernance permettant d'intégrer la RSE à la fois dans la stratégie d'entreprise et au cœur des pratiques métiers.

UNE GOUVERNANCE DÉDIÉE

- Un Comité RSE au Conseil d'administration, qui se réunit trois fois par an.
- Un Comité Climat, un Comité Économie Circulaire et un Comité Durabilité, pour accompagner le plan stratégique et insuffler des projets de transformation.
- Un Comité Éthique, pour veiller au respect de nos valeurs, à la conformité, au devoir de vigilance, à la loi Sapin 2 et au RGPD*.
- Des référents RSE nommés dans chaque direction, chaque pays et dans chaque magasin.
- Des objectifs RSE intégrés à la part variable de la rémunération du Directeur général et des membres du Comex, ainsi qu'à l'ensemble des cadres éligibles.

UN PLAN DE FORMATION ET UNE LARGE SENSIBILISATION

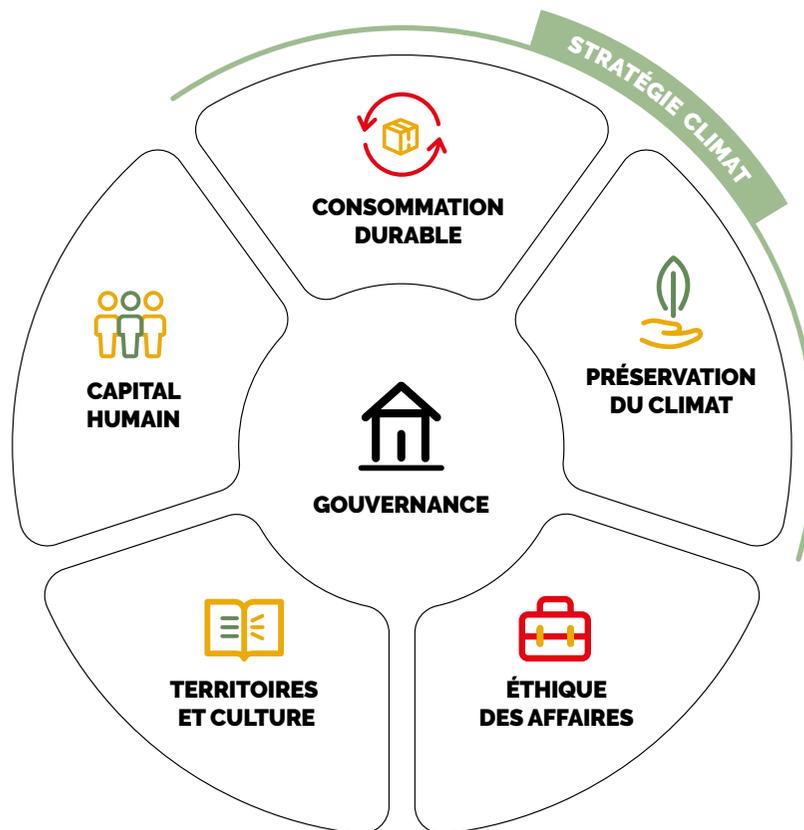
- Formation du conseil d'administration et du Comex à l'évolution de la prise en compte des enjeux climatiques et leurs conséquences.
- Formation des comités de direction France et Pays aux enjeux RSE et climat en particulier (atelier 2 tonnes).
- Journée RSE à destination de tous les collaborateurs du Groupe.

* Règlement Général sur la Protection des Données



Initiée en 2023, la communauté #TousEngagés est un réseau de référents RSE en magasin. Au total, plus de 300 référents RSE (un dans chaque magasin intégré Fnac et Darty) incarnent nos engagements auprès de nos clients.

LES 5 PILIERS DE NOTRE STRATÉGIE RSE répondent aux préoccupations sociales, environnementales et éthiques de nos parties prenantes.





Notre STRATÉGIE CLIMAT

Le Groupe a défini une stratégie climat autour de deux piliers majeurs et interconnectés : contribuer à la préservation du climat et favoriser une consommation plus responsable.

Afin de réduire les impacts des activités du Groupe sur le climat et s'adapter dans un contexte de réchauffement climatique, Fnac Darty a renforcé son système de gouvernance et de gestion des risques climatiques et s'est doté d'objectifs de réduction de ses émissions directes et indirectes de gaz à effet de serre.

Alors que 91 % de l'empreinte carbone du Groupe est liée aux produits vendus, contribuer à la transformation des modes de consommation est un levier essentiel pour agir efficacement en faveur du climat. Pour cela, Fnac Darty s'engage à favoriser une économie plus circulaire, à travers l'allongement de la durée de vie des produits, la réparation ou encore le réemploi et à apporter aux consommateurs les informations utiles à un choix éclairé et plus durable.



NOS OBJECTIFS DE RÉDUCTION

Fnac Darty s'est fixé trois objectifs pour ses émissions des GES* directes (scopes 1 et 2) et indirectes (scope 3), alignés avec la trajectoire la plus ambitieuse de l'Accord de Paris (+ 1,5 °C à horizon 2100) :

- réduire de 50 % les émissions des scope 1 et 2 à horizon 2030 vs 2019 ;
- réduire de 22 % par produit vendu les émissions de CO₂ liées à l'utilisation des produits d'ici 2030 vs 2019 ;
- les fournisseurs représentant 80 % des émissions de CO₂ liées à la fabrication des produits auront défini des objectifs alignés sur la science d'ici 2026.

Résultats clés 2023



-26 %

d'émissions liées à nos consommations énergétiques et nos transports**



-10 %

d'émissions liées à l'utilisation de nos produits**



60,5 %

des émissions de CO₂ liées à la fabrication des produits sont générées par des fournisseurs qui ont défini des objectifs alignés sur la science***

DES AMBITIONS FIABLES ET CONCRÈTES

Nos objectifs sont fondés sur la science climatique et ont été validés par l'initiative Science Based Target (SBTi). Un plan de transition détaille les mesures concrètes à déployer pour atteindre ces objectifs (cf page 10).



* Gaz à effet de serre

** Par rapport à 2019

*** Pour un objectif de 80 % en 2026

RÉDUIRE LES IMPACTS DU GROUPE SUR LE CLIMAT ET LA BIODIVERSITÉ

Stratégie climat



© Rea





Stratégie climat

Notre BILAN CARBONE 2023

Mesurer notre impact tout au long de notre chaîne de valeur est une étape essentielle. Avec une vision claire et précise, nous pouvons mieux maîtriser et réduire efficacement les émissions de CO₂ induites par nos activités et nos produits.

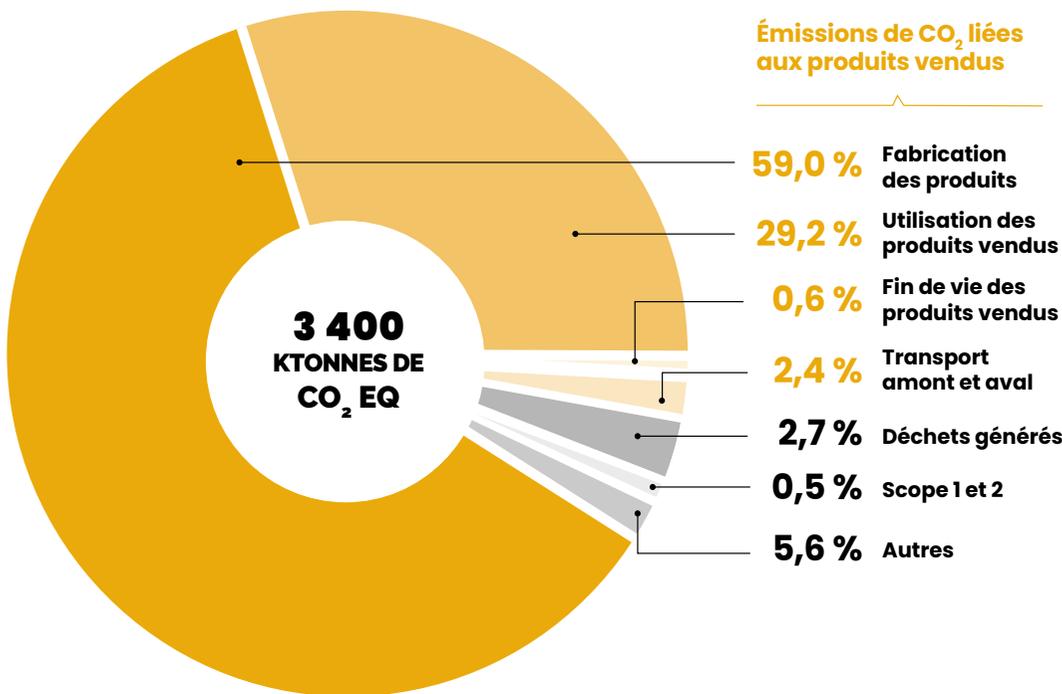
RÉPARTITION DES ÉMISSIONS DU BILAN CARBONE 2023

(scopes 1, 2 et 3)

● Émissions liées aux produits : 91,2 %

Scope 1 et 2 : nos émissions les plus directes (énergie, transport) représentent 18 K tonnes de CO₂ eq*

Scope 3 : 3 382 K tonnes de CO₂ eq* principalement liées aux produits vendus sur l'ensemble de leur cycle de vie (fabrication, transport, utilisation et fin de vie)



La stratégie climat de Fnac Darty a été saluée par le CDP, qui lui a attribué la note A- (contre C pour le secteur) pour la 3^{ème} année consécutive, ce qui permet au Groupe de se maintenir dans la catégorie « Leadership ».

* Le dioxyde de carbone est le principal gaz à effet de serre (GES), mais pas le seul. Pour simplifier la mesure des émissions de GES, les autres gaz sont exprimés en appliquant un facteur de conversion (le potentiel de réchauffement global). L'unité obtenue s'exprime en « équivalent CO₂ ».



Stratégie climat

Notre trajectoire DE DÉCARBONATION

Afin d'atteindre sa trajectoire bas-carbone et réaliser ses objectifs de réduction des émissions les plus directes (scopes 1 et 2) et indirectes (scope 3), le Groupe met en œuvre un plan de transition axé sur trois postes d'émission : les consommations énergétiques, les transports et les produits vendus. Ce plan définit les ambitions à atteindre, les actions à déployer, les moyens alloués ainsi que les indicateurs permettant de suivre les performances.

LEVIERS ACTIVÉS

- Une gouvernance climatique dédiée.
- Une analyse des risques et opportunités climatiques.
- Une intégration dans les orientations stratégiques, via une trajectoire alignée sur les objectifs de l'Accord de Paris et la diversification des activités.
- Un plan de transition avec des actions concrètes, des moyens alloués et des résultats mesurés.

Résultats clés 2023



60,6 KTCO₂EQ

liés aux transports et à l'énergie soit une réduction de 26 % par rapport à 2019



- 15,5 %

des consommations électriques en France* versus 2022



22 %

de la flotte des transporteurs entrepôts-magasins désormais bas-carbone



* Calculé en degré jour unifié, périmètre hors Nature & Découvertes.



Stratégie climat

Plan de transition

RÉDUIRE L'IMPACT

des consommations énergétiques

Avec plus de 1 600 000 m² d'entrepôts, de magasins et de bureaux, la consommation énergétique des sites du Groupe représente plus de 30 % des émissions de scope 1 et 2.



© Rea

OPTIMISER LA GESTION DES ÉNERGIES

Le Groupe s'appuie sur un système de management de l'énergie - pour lequel nous avons obtenu en 2024 la certification ISO 50001, sur un outil de collecte et d'analyse des consommations et enfin, sur un réseau de référents RSE en magasin.

De nombreuses actions sont déployées : des équipements moins énergivores, la mise en place d'un éclairage réduit, de nouvelles consignes de température, le renforcement des opérations de maintenance ou encore la sensibilisation des équipes.

DÉCARBONER NOTRE MIX ÉNERGÉTIQUE

Le Groupe a contribué à la construction d'un parc agri-voltaïque dans le centre de la France, opérationnel depuis avril 2023. Ce parc d'une puissance de 20 MW permet de couvrir environ 17 % de la consommation énergétique annuelle des sites de Fnac Darty.

Par ailleurs, les filiales du Groupe s'approvisionnent à 99 % en électricité d'origine renouvelable.

CHIFFRES CLÉS



-13 %

d'électricité consommée à l'échelle du Groupe par rapport à 2022



137

magasins passés en éclairage LED en 2023



Plus de **300**

référents RSE en magasin



51 %

d'électricité d'origine renouvelable dans le mix total de consommation



Stratégie climat

Plan de transition

DÉCARBONER LES TRANSPORTS

et optimiser la logistique

Chaque jour, des milliers de produits transitent entre nos entrepôts, nos magasins et nos clients. Il est essentiel pour le Groupe de s'appuyer sur plusieurs leviers afin de limiter l'impact de ces transports sur la qualité de l'air et le changement climatique.

DÉCARBONER

LA FLOTTE DE VÉHICULES

Le Groupe fait évoluer sa flotte de véhicules vers des motorisations plus respectueuses de l'environnement :

- pour les véhicules de fonction : une plus large variété de véhicules (électriques, hybrides) et pas de nouveaux véhicules diesel au catalogue ;
- pour sa flotte SAV : des véhicules roulant au bioéthanol à court terme et une évolution progressive vers 100 % de véhicules électriques d'ici 2030.

TRAVAILLER

SUR LES FLUX LOGISTIQUES

Entre les entrepôts et les magasins

Fnac Darty travaille avec ses prestataires pour augmenter la part des biocarburants et du biogaz sur les longues distances et la part de camions électriques sur les courtes distances.

Le dernier kilomètre

Dernier maillon de la chaîne, la livraison du dernier kilomètre nécessite une gestion optimale. Le Groupe opte pour des camions roulant au GNV (gaz naturel), un carburant alternatif moins émetteur de gaz à effet de serre que l'essence.

En parallèle, en 2023, des boîtiers télématiques ont été installés dans les camions, qui fourniront des données afin d'optimiser la gestion de la flotte.

LES COMMANDES E-COMMERCE

Le Groupe agit sur l'impact des livraisons e-commerce, en favorisant le « click&collect » en magasin et en privilégiant des transporteurs qui investissent dans la décarbonation de leur flotte, ou dont les émissions de GES sont compensées.



* Soit environ 25 % du total de la flotte SAV

CHIFFRES CLÉS



50

véhicules électriques et 200 véhicules au bioéthanol intégrés à la flotte SAV en 2023*



39

camions roulant au gaz naturel pour assurer la livraison du dernier km



LE SAVIEZ-VOUS ?

Le Groupe développe la réparation à distance. Un échange avec un technicien SAV permet de mieux qualifier les pannes et contribue ainsi à réduire le nombre de déplacements.



Stratégie climat Plan de transition

AGIR sur les émissions indirectes

Dans une démarche de progrès continu, le Groupe cherche à réduire ses émissions de CO₂ des autres postes du scope 3, dites émissions indirectes. Parce que 91,2 % de ces émissions sont liées aux produits vendus, le Groupe fait évoluer son modèle économique pour le rendre plus circulaire et ainsi réduire ou éviter ces impacts.

LEVIERS ACTIVÉS

- Faire évoluer le modèle d'affaires du Groupe en privilégiant l'allongement de la durée de vie des produits au remplacement.
- Sélectionner, mettre en avant et inciter les clients à choisir des produits plus fiables, plus réparables et moins énergivores.
- Inciter nos fournisseurs à éco-concevoir leurs produits.



LE SAVIEZ-VOUS ?

Selon l'Étude réalisée par Fnac Darty et Eco Act, le rayon « gros électroménager » représente 46 % des réparations mais 70 % des émissions évitées du groupe. En effet, l'impact de la réparation est d'autant plus pertinent pour les produits lourds et plus intense en carbone. La réparation d'un lave-linge frontal via les services de Fnac Darty évite l'émission d'environ 173 kilos de CO₂eq soit 59 % de moins en comparaison avec un remplacement à neuf.



S'ENGAGER POUR UN NUMÉRIQUE PLUS RESPONSABLE



En 2023, Fnac Darty a signé la charte numérique responsable FTCC (Mission French Tech Corporate Community).

Dans cette dynamique, une démarche « Green IT » a été initiée en interne afin de calculer l'impact numérique du Groupe et déployer des leviers de réduction, comme l'allongement de la durée de vie des équipements, l'hébergement des données chez des prestataires engagés dans une démarche environnementale ou encore la sensibilisation des équipes, sur leurs pratiques quotidiennes.

CHIFFRE CLÉ



3,1 M

de tonnes de CO₂ liées aux produits vendus, sur tout leur cycle de vie - 4 % vs 2022



Stratégie climat

INTÉGRER LES ENJEUX

liés à la biodiversité

En lien direct avec les enjeux climatiques, la prise en compte de la biodiversité est un aspect essentiel pour réduire l'impact de nos activités sur les écosystèmes, contribuer à leur préservation et déployer des initiatives en faveur de leur protection.



ÉVALUER NOTRE IMPACT SUR LA BIODIVERSITÉ

En 2023, le Groupe a finalisé une mesure d'impact de ses activités sur la biodiversité, en s'appuyant sur le Global Biodiversity Score (GBS). Cet outil d'évaluation développé par CDC Biodiversité étudie la contribution des activités économiques aux pressions sur la biodiversité et en déduit des impacts.

Cette étude a pu démontrer que l'intensité d'impact du Groupe Fnac Darty est plus modérée que la moyenne mondiale des entreprises et est d'abord constituée par son impact sur le climat. Ces résultats offrent une première base de travail afin d'élaborer un plan de réduction aligné sur les objectifs de Kunming-Montréal*.

Les résultats de la mesure d'impact :

- près de 86 % des impacts dynamiques terrestres du Groupe sont liés à la pression « changement climatique ». Le reste des impacts est principalement engendré par l'« utilisation des terres ».
- le poste « scope 3 amont – Fabrication des produits » représente plus de 98 % des impacts terrestres statiques et aquatiques statiques ;
- près de 60 % des impacts sont liés aux écosystèmes terrestres et 40 % aux systèmes aquatiques.

* Le Cadre Mondial de la biodiversité de Kunming à Montréal est le plan stratégique adopté lors de la 15^e réunion des parties à la Convention sur la diversité biologique en décembre 2022 (COP 15).

** Union Internationale pour la Conservation de la Nature

LA FONDATION NATURE & DÉCOUVERTES FAVORISE LES LIENS AVEC LA NATURE

Depuis 1994, la Fondation Nature & Découvertes soutient des projets associatifs de terrain pour la protection de la biodiversité et de pédagogie au contact de la nature. Placée sous l'égide de la Fondation de France, elle est depuis 2005 membre de l'UICN.**

En 2023, aux côtés de 7 autres fondations et du mouvement « 1 % pour la planète », elle a lancé le deuxième appel à commun « grandir en lien avec la nature ». Grâce à une dotation globale de 512 411 euros, à laquelle la Fondation Nature & Découvertes a participé à hauteur de 100 000 euros, 29 projets ont pu bénéficier de ce soutien.



FAVORISER UNE CONSOMMATION DURABLE ET UN CHOIX ÉCLAIRÉ

Stratégie climat



© Rea





Stratégie climat

Notre APPROCHE

L'engagement du Groupe pour une consommation durable et un choix éclairé constitue notre raison d'être et s'inscrit au cœur de notre plan stratégique Everyday. Notre ambition est d'accompagner nos clients vers une consommation plus responsable.

Pour cela, nous sélectionnons et mettons en avant des produits plus fiables, plus réparables et moins énergivores, incitons nos fournisseurs à travailler sur l'éco-conception des produits et favorisons l'allongement de la durée de vie - notamment grâce aux services de réparation et de réemploi - et assurons le recyclage des produits.

CHIFFRES CLÉS

Gestion des déchets



42 K T

| de DEEE* collectés



70,6 %

| des déchets valorisés

Réparation et réemploi



≈ 3 000

| personnes dédiées à la réparation



1 125 K

| abonnés Darty Max



2,5 M

| de produits réparés

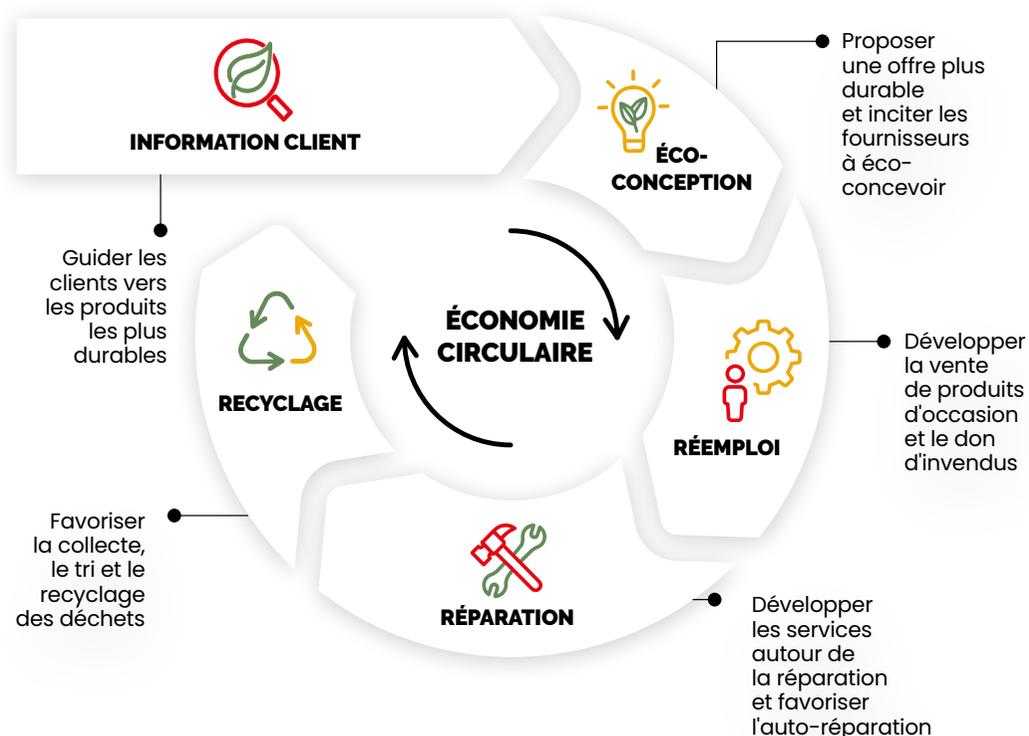


Près de

600 K

| produits donnés à des associations

LEVIERS ACTIVÉS



* Déchets d'équipements électriques et électroniques



Stratégie climat

INFORMER LES CLIENTS

et faire évoluer notre offre pour un choix éclairé

Afin d'accompagner les clients vers une consommation plus responsable et les aider dans leurs choix, le Groupe renforce le partage d'informations sur les performances des produits et développe de nouveaux services pour répondre à ces besoins.

APPORTER DES INFORMATIONS UTILES À UN CHOIX ÉCLAIRÉ

Le score de durabilité des produits

Fnac Darty calcule un score de durabilité pour chaque produit en évaluant sa fiabilité (taux de panne) et sa réparabilité (taux de réparation, disponibilité et prix des pièces détachées). Ce score, pondéré par les volumes de vente, permet d'améliorer les assortiments de produits.

CHIFFRES CLÉS

Information client



95

catégories de produits couvertes par le baromètre SAV (vs 80 en 2022)



Score de durabilité

118

objectif 135 d'ici 2025 (vs 100 en 2019)

Le Baromètre du SAV



Outil incontournable d'information et de benchmark, la 6^{ème} édition du Baromètre du SAV a été étendue à 95 catégories de produits électroménagers et techniques et plus de 160 marques. Il aide les clients à faire un choix éclairé et incite les fournisseurs à accélérer leur démarche visant à allonger la durée de vie de leurs produits.

[En savoir plus](#)

L'étiquette « Choix durable »



Utile pour guider les clients dans leurs choix, l'étiquette « Choix Durable » met en avant les produits les plus fiables, réparables et les moins énergivores de leur catégorie.



Plus de **900**

références « Choix Durable »

[En savoir plus](#)

PROPOSER DE NOUVEAUX SERVICES DURABLES

Une solution dédiée aux économies d'énergie



À l'automne 2023, Darty s'est associé à Voltalis pour offrir aux clients une solution d'économie d'énergie gratuite, qui permet d'optimiser la consommation d'électricité liée à l'utilisation du chauffage.

Une offre de réparation étendue avec HomeServe



En octobre 2023, Fnac Darty a étendu son partenariat avec HomeServe, en lançant le premier abonnement d'entretien et de réparation illimitée pour la plomberie et l'électricité : « MaisonRelax ».

Au service de la vie digitale des consommateurs



Le service « Fnac Vie Digitale », lancé en 2023, répond aux besoins numériques des consommateurs, incluant la protection de l'utilisateur et de l'appareil, des conseils d'experts et les avantages du programme Fnac+. Le service assure ainsi une vie numérique sereine et sécurisée pour ses clients, notamment les familles.



Stratégie climat

Encourager la maintenance ET LA RÉPARATION

La réparation est un levier essentiel pour allonger la durée de vie des produits techniques et électroménagers et ainsi réduire leur impact environnemental, tout en créant des emplois localement. Pour soutenir cette transition vers une économie plus circulaire, le Groupe peut compter sur ses 3 000 collaborateurs, qui constituent le premier SAV de France.



FACILITER LA RÉPARATION AVEC DARTY MAX

Avec le service Darty Max, les clients peuvent facilement opter pour la réparation, sans limite sur le nombre d'appareils, de pannes ou d'ancienneté, tant que les pièces détachées sont disponibles. Les produits de seconde vie vendus par le Groupe sont également concernés par ce service. Pilier majeur du plan stratégique Everyday et de la trajectoire bas carbone du Groupe, Darty Max a fêté son millionième abonné en 2023. Depuis 2021, un service équivalent est proposé par Vanden Borre en Belgique.

1 125 000 abonnés Darty Max et Vanden Borre Life fin 2023.



LE SAVIEZ-VOUS ?

40 % à 70 %* des pannes résulteraient d'un problème d'entretien ou d'un mauvais usage de son appareil. Le service Darty Max, étendu à la Fnac, intègre un service de maintenance préventive des appareils sous forme de rendez-vous annuel par visioconférence avec un expert Darty.



CHIFFRES CLÉS



190 000

tonnes de CO₂ eq** évitées en 2023 grâce aux réparations effectuées par nos techniciens SAV à domicile et en atelier.

* Selon une étude de l'Ademe
** Méthodologie de calcul validée par un organisme certificateur extérieur et indépendant en janvier 2023



Stratégie climat

Donner une seconde vie AUX PRODUITS

La vente de produits reconditionnés ou d'occasion participe à une transition vers une économie plus circulaire. Le don aux associations de nos produits neufs dits « non vendables » constitue également un levier important de la politique de solidarité du Groupe.

FAVORISER LA CIRCULARITÉ AVEC LA REPRISE



Des produits usagés ?
On vient les récupérer !

Le Groupe a lancé des programmes de reprise pour inciter les clients à remettre leurs objets d'occasion sur le marché. Fnac et Darty reprennent, contre un bon d'achat, les produits techniques : smartphones, appareils photos et autres appareils multimédias. La reprise peut s'effectuer en magasin ou encore en ligne grâce au dépôt du produit en point relais. La grande majorité de ces produits sont ensuite remis à neuf et revendus directement par Fnac Darty.

DÉVELOPPER UNE OFFRE "SECONDE VIE" QUALITATIVE



Le groupe a fait le choix de placer l'offre de produits de seconde vie en complément de l'offre de produits neufs et de proposer à ses clients en ligne et en magasin une alternative au neuf avec les standards de qualité, de confiance et de service qui caractérisent ses marques en termes de SAV (avec une garantie pendant deux ans), de livraison/installation ou de services de réparation associés (avec l'intégration des produits de seconde vie dans le périmètre de Darty Max).

FAIRE DON DE NOS PRODUITS NEUFS NON VENDABLES

Fnac Darty donne les produits neufs non vendables à des associations et entreprises de l'économie sociale et solidaire. En 2023, près de 600 000 produits ont été donnés à des associations comme l'Agence du Don en Nature, Emmaüs France, Bibliothèques sans Frontières, Envie et le Secours Populaire.

CHIFFRE CLÉ



120 M€

de volume d'affaires lié à la seconde vie en 2023 (+ 30% vs 2022)





Stratégie climat

OPTIMISER LES EMBALLAGES

et réduire les déchets

Afin de limiter l'impact environnemental associé, le Groupe améliore ses performances en matière de gestion des emballages et des déchets. Cela passe à la fois par la contribution à la collecte et au recyclage au niveau national et également par des actions de réduction des emballages et d'éco-conception.

CONTRIBUER À LA COLLECTE ET AU RECYCLAGE

En 2023, en collaboration avec Ecosystem, Fnac Darty a décidé de compléter son service de reprise des DEEE* avec un nouveau service de collecte gratuit et illimité pour les gros électroménagers. La reprise n'est plus conditionnée à l'achat en magasin ou sur les sites marchands Fnac et Darty et permet désormais à tous les consommateurs français de recycler facilement leurs électroménagers sans frais, rapidement et sans obligation d'achat.



42 000

| tonnes de DEEE* recyclées

* Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques.

AMÉLIORER LA CONCEPTION DE NOS EMBALLAGES

Pour limiter l'impact des emballages des produits de marque propre, Fnac Darty active plusieurs leviers :

- intégration de plastique recyclé dans les parties non-visibles des produits ;
- suppression du polystyrène dans les emballages et remplacement par des renforts en carton ;
- 100% d'emballages en carton pour les nouveaux produits de type « Accessoires », référencés pour les marques propres du Groupe.

Par ailleurs, le Groupe agit également au niveau des déchets d'emballages générés par les activités logistiques de produits de marque propre (palettes, emballages des colis, etc.).

De nombreuses actions ont été mises en place afin d'optimiser ces emballages, comme l'utilisation d'un film étirable 100 % recyclé et recyclable dans les entrepôts, ou encore le remplacement des calages en plastique par du kraft recyclé et recyclable, permettant de réduire de 20 % le nombre de rouleaux de plastique. Le volume d'emballages (carton et plastique) achetés est en baisse de 17 % par rapport à 2022.

OPTIMISER LA GESTION ET LA VALORISATION DES DÉCHETS

Fnac Darty utilise un système centralisé de gestion des déchets pour les magasins et les entrepôts afin de suivre sa performance et de corriger les failles éventuelles. Le Groupe investit également dans du matériel et a lancé de nouveaux processus afin d'améliorer le tri et réduire le nombre de collectes.

Certains sites stratégiques ont ainsi bénéficié de compacteurs qui permettent de réduire le nombre de navettes et de conditionner les matières dans un format permettant de les céder à des filières de valorisation. Le taux de valorisation des déchets est passé de 68,1 % en 2022 à 70,6 % en 2023.



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





Notre CAPITAL HUMAIN

Avec près de 25 000 collaborateurs dont 3 sur 4 au contact des clients, anticiper et accompagner l'évolution rapide des métiers, garantir la santé et la sécurité des collaborateurs, et favoriser leur engagement sont des enjeux majeurs pour le Groupe.

LEVIERS ACTIVÉS

- Attirer et retenir les talents, notamment sur les métiers pénuriques et en croissance.
- Capitaliser sur tous les talents
- Accompagner les évolutions des métiers et des organisations du travail.
- Développer le sentiment d'appartenance, le lien social et la qualité de vie au travail.

CHIFFRES CLÉS



Près de **25 000** collaborateurs, dont 18 000 en France



89 % de contrats en CDI



94 % de salariés formés en 2023



33 % de femmes au sein du Leadership Group*



PARTAGER DES VALEURS COMMUNES

« Tous Leaders », le programme de culture d'entreprise Groupe, s'est poursuivi en 2023 autour de trois axes :

- un objectif « Tous leaders » a été fixé à l'ensemble des cadres du siège pour leur permettre de se développer sur un des cinq principes d'action du programme en travaillant la partie « savoir être » de leur performance ;
- une plateforme de cooptation a été lancée en 2023 pour permettre à l'ensemble des collaborateurs du Groupe de faire connaître aux membres de leurs réseaux, les postes ouverts au recrutement externe ;
- des groupes de travail se sont réunis en 2023 pour préparer un programme de séminaire d'équipes, destinées à mobiliser les managers et leurs équipes sur les 5 principes d'action. Le déploiement en 2024 permettra de lancer des plans d'action collectifs par équipe.

* Sur environ 200 top managers au niveau du Groupe



ATTIRER ET RETENIR LES TALENTS, notamment sur les métiers pénuriques et en croissance

Pour accompagner la diversification de nos activités, le développement du e-commerce et de la réparation, certains métiers sont clés : techniciens SAV, livreurs-installateurs, concepteurs-vendeurs cuisine et développeurs web. Des profils toutefois en pénurie ou en tension. Plusieurs leviers ont été activés afin d'attirer et retenir ces talents.

DIVERSIFIER LES SOURCES DE RECRUTEMENT

En 2023, deux nouveaux dispositifs ont été testés pour développer la diversité du recrutement. Un système de cooptation a été lancé pour favoriser le recrutement. Tous les collaborateurs ont la possibilité de coopter une personne en utilisant une plateforme dédiée. Dans le cas d'une cooptation réussie, le collaborateur se voit offrir une prime de 500 euros pour le recrutement d'un cadre et de 1 000 euros pour un candidat sur un métier en tension.

Un pilote de recrutement par simulation a été mis en œuvre en collaboration avec France Travail pour le métier de technicien réparateur en électroménager. Les personnes réussissant les tests se voient proposer ensuite des « Job dating » et une orientation vers le parcours de formation nécessaire. Cette voie permet le recrutement de profils différents, indépendamment du diplôme initial ou de l'expérience métier.

UNE FORMATION ACCÉLÉRÉE AUX MÉTIERS DE LA RÉPARATION

Un an après la création de son CFA, le Groupe Fnac a lancé en 2023 un parcours de formation certifiant au métier de technicien réparateur en électroménager et multimédia. Ce programme immersif d'une durée de 6 mois constitue une solution pour permettre le recrutement à court et moyen terme de réparateurs au sein du Groupe. En développant ce cursus, Fnac Darty consolide son rôle clé d'acteur majeur de l'économie de la réparation, et participe activement à la structuration d'une filière dédiée partout en France.



Fnac Darty recrute

+500

techniciens SAV pour accompagner sa stratégie

ACCOMPAGNER LA DIVERSIFICATION DE NOS ACTIVITÉS

L'Académie Cuisine est un parcours spécifique, qui a été développé pour répondre aux besoins de formation sur l'activité de conception-installation cuisine. En 2023, 298 collaborateurs ont été formés via ce parcours.



CHIFFRES CLÉS de la Tech Académie



27

| classes



176

| diplômés en 2023



236

| apprenants



116

| embauches en CDI à l'issue de la formation



Capitaliser sur TOUS LES TALENTS

Fnac Darty a mis en place de nombreux dispositifs pour développer tous les talents au sein du Groupe et valoriser la diversité des profils, notamment en soutenant les potentiels féminins et en capitalisant sur la valeur ajoutée de toutes les générations, des « jeunes aux seniors ».

1^{RE} ÉVALUATION DES POLITIQUES DE DIVERSITÉ ET D'INCLUSION

En partenariat avec Mixity, le groupe Fnac Darty a réalisé une première étude d'impact de ses politiques via une méthodologie reconnue par le Ministère chargé de l'Égalité entre les femmes et les hommes. Le score obtenu est de 75 %, qui est supérieur au benchmark des entreprises du secteur de la distribution.*

FAVORISER LA PARITÉ GRÂCE AU MENTORING

Créé en 2021, le réseau Ex Aequo recense plus de 220 adhérents, hommes et femmes. Ce réseau a pour objectif de lever les freins à la parité et d'accompagner la carrière des femmes du groupe. En 2023, le Groupe a déployé plus largement le programme de mentoring à destination des femmes qui avait été mis en place en 2022.

S'ENGAGER FACE AU SEXISME ORDINAIRE

En 2023, le Groupe a rejoint l'initiative #StOpE, Stop au sexisme ordinaire en entreprise, aux côtés de 47 autres nouvelles entreprises et organisations.

Le Groupe s'engage ainsi à informer pour faire prendre conscience des comportements sexistes et de leurs impacts et à réagir face au sexisme ordinaire.

Ces engagements ont été partagés avec l'ensemble du Leadership group**, autour d'une ambition « Zéro sexisme chez Fnac Darty ».

ATTIRER LES « JEUNES » TALENTS

Fnac Darty déploie une politique d'alternance sur l'ensemble des entités. Le Groupe entretient des relations durables avec des établissements de formation, proposant des cursus diplômant en lien avec les métiers de l'entreprise. En 2023, près de 1 391 alternants ont été recrutés au sein du Groupe.

CHIFFRES CLÉS



33 %

de femmes au Leadership Group** en 2023 (+7 points en 2 ans)
Objectif Everyday 2025 : 35 %



39 %

de femmes dans l'effectif



88/100

Index Égalité Hommes-Femmes



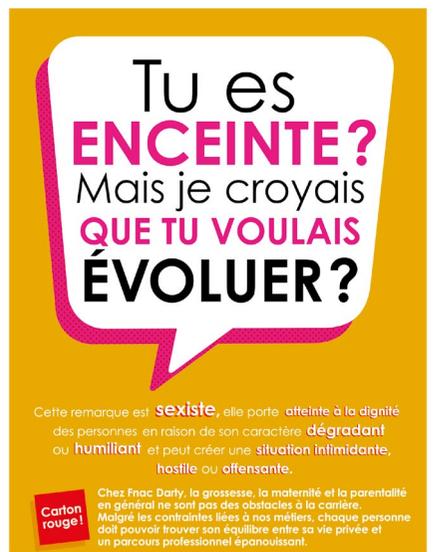
28 %

de seniors (vs 27 % en 2022)



5 %

part des salariés en situation de handicap dans l'effectif CDI



Cette remarque est **sexiste**, elle porte atteinte à la dignité des personnes en raison de son caractère **dégradant** ou **humiliant** et peut créer une situation intimidante, hostile ou offensante.

Chez Fnac Darty, la grossesse, la maternité et la parentalité en général ne sont pas des obstacles à la carrière. Malgré les contraintes liées à nos métiers, chaque personne doit pouvoir trouver son équilibre entre sa vie privée et un parcours professionnel épanouissant.

LES PROPOS SEXISTES SONT INTERDITS PAR LA LOI ET DANS NOTRE GROUPE. FNAC DARTY

* Entreprises identifiées dans le même secteur d'activité que Fnac Darty parmi les 138 organisations ayant mesuré leurs politiques de diversité et d'inclusion avec Mixity.
** Leadership Group : environ top 200 managers du groupe.



ACCOMPAGNER

les évolutions des métiers et des organisations du travail

Performance, expertise, évolution des métiers : Fnac Darty a fait de ces enjeux des axes stratégiques pour garantir l'employabilité et l'épanouissement des salariés dans leur métier et répondre toujours mieux aux attentes des clients.



© Rea

S'APPUYER SUR NOTRE CENTRE DE FORMATION : L'ACADÉMIE



Académie

Support des nouvelles orientations stratégiques du Groupe, l'Académie est labellisée Qualiopi depuis 2021 : un gage de qualité qui lui permet également de former en externe. Une certification Qualiopi complémentaire a été obtenue pour valider l'action d'un CFA interne dont les premières classes ont été créées fin 2023.

PLACER L'EXPERTISE AU CŒUR DE NOS MÉTIERS

L'offre en magasin étant en constante évolution, une expertise pointue des produits, des services associés et des techniques de vente est nécessaire. À travers le programme Expertise, les connaissances des collaborateurs sont évaluées au moyen d'un quiz en début d'année. En fonction des résultats, des groupes sont formés sur trois niveaux pour les formations, afin d'adapter les sessions aux besoins identifiés en termes de connaissances.

« CONVERSATION CONTINUE » : UN DISPOSITIF FACILITATEUR DE DIALOGUE

En 2023, le projet « Conversation Continue » a été lancé dans l'objectif de soutenir le dialogue entre le manager et son équipe. Des entretiens sont réalisés, permettant de faire le point 2 ou 3 fois par an, selon un modèle formalisé.

CHIFFRES CLÉS



94 %

des collaborateurs formés en 2023



41

Tech Académies ouvertes depuis 2019 en partenariat avec des CFA



Développer le sentiment d'appartenance, le lien social ET LA QUALITÉ DE VIE AU TRAVAIL

Préserver la santé et assurer la sécurité de nos collaborateurs sont des priorités absolues pour Fnac Darty. Le Groupe a particulièrement investi dans la formation de ses équipes, notamment les encadrants, pour renforcer la prévention des risques.

S'EXPRIMER SUR SES CONDITIONS DE TRAVAIL

Le Groupe déploie plusieurs dispositifs par lesquels les collaborateurs peuvent librement s'exprimer sur le contenu et l'organisation de leur travail :

- L'outil Supermood, un dispositif d'écoute innovant respectant l'anonymat, donne l'opportunité au collaborateur de faire part de son opinion et de ses attentes et permet ensuite aux managers d'y apporter une réponse adaptée et rapide. **En 2023, le taux de recommandation* était de 72,3 %.**
- Une ligne d'écoute externe (hotline), auprès de psychologues du travail est ouverte à tous 24 heures sur 24 et 7 jours sur 7.

* Part des collaborateurs donnant une note comprise entre 7 et 10 sur une échelle allant de 0 à 10.

** Gestion des emplois et des parcours professionnels.



PRÉVENIR LES RISQUES SUR LES MÉTIERS LES PLUS EXPOSÉS

Fnac Darty, au travers de son accord GEPP**, a identifié les métiers « à fort impact physique », pour leur permettre de bénéficier de mesures spécifiques. Cela concerne notamment les métiers de chauffeur-livreur, de technicien, et de préparateur de commande. Des actions de prévention ciblées ont ainsi été mises en place, dont :

- des investissements visant à améliorer le confort aux postes de travail et l'environnement de travail (installation de barrière de sécurité, de signaux sonores, marquages au sol, etc.) ;
- pour certains sites, la mise en place d'ateliers de prévention avec un kinésithérapeute et de consultations d'ostéopathie ;
- la refonte des formations « gestes et postures en situation de travail » dont le déploiement est prévu pour 2024.

RENFORCER LES ACTIONS DE FORMATION

En 2023, afin de prévenir les risques sur les métiers les plus exposés, plusieurs formations ont été renforcées ou développées : des formations réglementaires (habilitations électriques, gestes et postures en situation de travail, sauveteur secouriste du travail, sécurité gaz...) et des parcours spécifiques à destination des managers (piloter la sécurité, gestion de crises, permanence ouverture de sites).



CHIFFRE CLÉ

50 752

heures de formation dédiées à la sécurité en 2023 (+6,2 % vs 2022)

AGJR
AVEC **ÉTHIQUE, TOUT AU LONG**
DE LA **CHAÎNE DE VALEUR**





Notre DÉMARCHE ÉTHIQUE

Fnac Darty s'engage à agir avec intégrité, aussi bien dans ses opérations que sur l'ensemble de sa chaîne de valeur. Le Groupe s'attache à appliquer ses principes éthiques dans ses relations avec ses salariés, fournisseurs, clients, partenaires et actionnaires.

LEVIERS ACTIVÉS

- Des principes éthiques partagés avec toutes les parties prenantes du Groupe.
- Des organes de gouvernance et des programmes de formation adaptés.
- Des cartographies des risques, des politiques, des mesures de prévention et de mitigation spécifiques pour la protection des données personnelles, la lutte contre la corruption, les achats indirects et le devoir de vigilance.
- Un dispositif d'alerte éthique externalisé accessible aux tiers et dans toutes les langues du Groupe.
- Une politique fiscale responsable.

UN DISPOSITIF ÉTHIQUE PARTAGÉ PAR L'ENSEMBLE DU GROUPE

Notre Code de Conduite des Affaires réaffirme les principes fondamentaux qui doivent régir les comportements de tous dans leur cadre professionnel, à titre individuel et collectif.

La Charte Cadeaux et Avantages rappelle les règles du Groupe et aide les collaborateurs à se positionner lorsqu'ils reçoivent un cadeau ou une invitation.

La Charte de Prévention des conflits d'intérêts aide les collaborateurs à les éviter et à connaître la conduite à tenir lorsqu'ils y sont confrontés.

La Ligne d'alerte éthique permet d'alerter en toute confiance, via un site de signalement crypté respectant l'anonymat.

FORMATION ET SENSIBILISATION DES COLLABORATEURS

7 modules e-learning : Code de conduite, Cadeaux et invitations, Lanceur d'alerte, Conflits d'intérêts, Évaluation des tiers, Cartographie des risques, Éthique et dirigeants.

CHIFFRES CLÉS



99 %

de la population exposée formée au risque de conflit d'intérêts



82 %

des contrats intègrent le Code de conduite des affaires



Analyse des risques RGPD

+100

projets ont obtenu un visa du DPO et l'équipe juridique



© Rea



Identifier et prévenir LES RISQUES

Dans le cadre de son Plan de Vigilance, le Groupe réalise une cartographie, mise à jour régulièrement, afin de recenser les risques d'atteintes graves aux droits humains, à la santé et la sécurité des personnes et à l'environnement. Son périmètre couvre l'ensemble des activités du Groupe, filiales comprises, et celles de ses fournisseurs et partenaires directs.



UNE NOUVELLE ORGANISATION POUR LA GESTION DES RISQUES

Depuis janvier 2023, une nouvelle Direction des Risques - rattachée au secrétariat général du Groupe - assure la coordination des actions liées au renforcement du contrôle interne et de la gestion des risques.

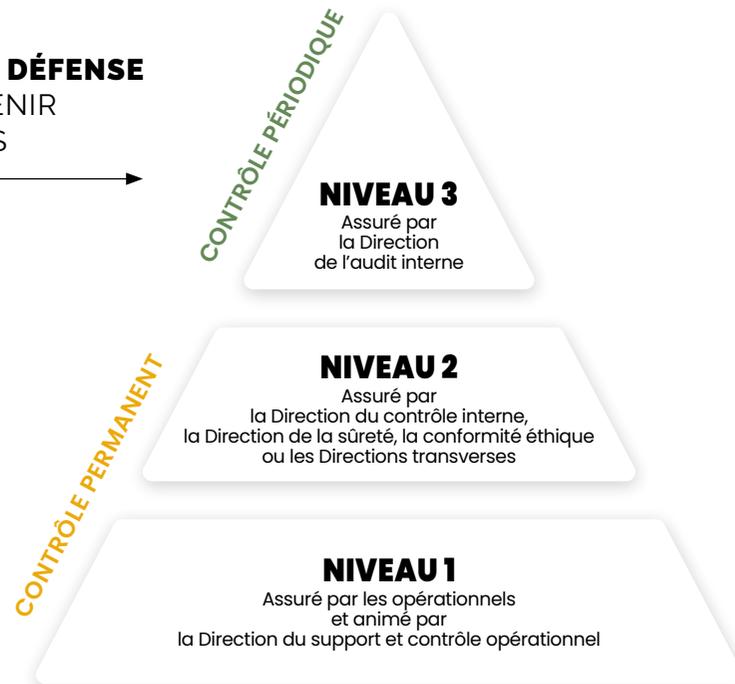
AMÉLIORER COLLECTIVEMENT LES CHAÎNES D'APPROVISIONNEMENT



Fnac Darty a rejoint l'Initiative for Compliance and Sustainability (ICS), une initiative multi-sectorielle qui permet

à ses membres de collaborer avec des outils partagés, de mutualiser les audits sociaux et environnementaux réalisés dans les sites de production, et ainsi de contribuer à réduire le nombre d'audits simultanés.

3 LIGNES DE DÉFENSE POUR PRÉVENIR LES RISQUES



CHIFFRES CLÉS



10
| contrôleurs internes



103
| points de contrôles dont 27 liés aux enjeux RSE



85
| usines auditées sur des critères environnementaux en 2023



Plus de 1 325 mises à l'épreuve et
96
| déréférencements de vendeurs Marketplaces





DÉPLOYER UNE POLITIQUE d'achats indirects responsables

Conscient des impacts sociaux et environnementaux de ses achats indirects, le Groupe s'est engagé dans une démarche de performance globale et durable pour l'entreprise et pour les parties prenantes de son écosystème.



Notre démarche d'achats responsables est labellisée « Relations Fournisseurs et Achats Responsables » jusqu'en 2025.

NOS TROIS ENGAGEMENTS MAJEURS

- Être un acheteur responsable vis-à-vis des fournisseurs et œuvrer à l'amélioration continue des pratiques d'achat en développant des relations durables et équilibrées avec les fournisseurs.
- Contribuer à l'atteinte des objectifs définis dans la feuille de route RSE du Groupe en matière de changement climatique et de durabilité/recyclabilité/éco-conception des produits en intégrant la responsabilité sociale et environnementale dans les processus d'achat.
- Inciter les partenaires du Groupe à développer une démarche RSE en valorisant et en suivant les démarches et initiatives des fournisseurs de Fnac Darty.

CHIFFRE CLÉ



83 %

des appels d'offres achats indirects incluent des critères RSE

UNE POLITIQUE FISCALE RESPONSABLE

Fnac Darty s'engage à payer ses impôts dans les pays où il exerce son activité et ne dispose d'aucune structure dédiée à des schémas d'optimisation fiscale. Un engagement qui contribue directement au développement des collectivités locales et des pays.

Plus de 73 millions d'€ d'impôts reversés en 2023



PROTÉGER

les données personnelles

Avec des millions de visiteurs chaque mois sur nos sites marchands et près de 12 millions d'adhérents, la protection des données personnelles est une priorité pour Fnac Darty, qui en a fait le fil rouge indispensable de sa stratégie numérique.

L'AMÉLIORATION CONTINUE DES MOYENS POUR ASSURER LA PROTECTION DES DONNÉES

Une procédure « privacy by design » permet d'assurer, dès la conception des projets et la sélection des outils, une bonne prise en compte des enjeux de la protection des données personnelles. En 2023, plus de 100 projets ont été analysés et ont obtenu un visa du DPO et de l'équipe juridique :

- Une équipe dédiée de 4 personnes
- des délégués à la Protection des données dans chaque filiale ;
- des référents RGPD dans chaque grande direction ;
- des actions régulières de formations et sensibilisation.

Nous travaillons aussi au déploiement d'une gouvernance intégrant les problématique d'Intelligence Artificielle notamment au travers du lancement d'une Data & AI Factory.

ASSURER LA CYBERSÉCURITÉ

Afin d'assurer la protection des systèmes d'information et de toutes les données des tiers du Groupe, une gouvernance et des moyens sont alloués à la cybersécurité.

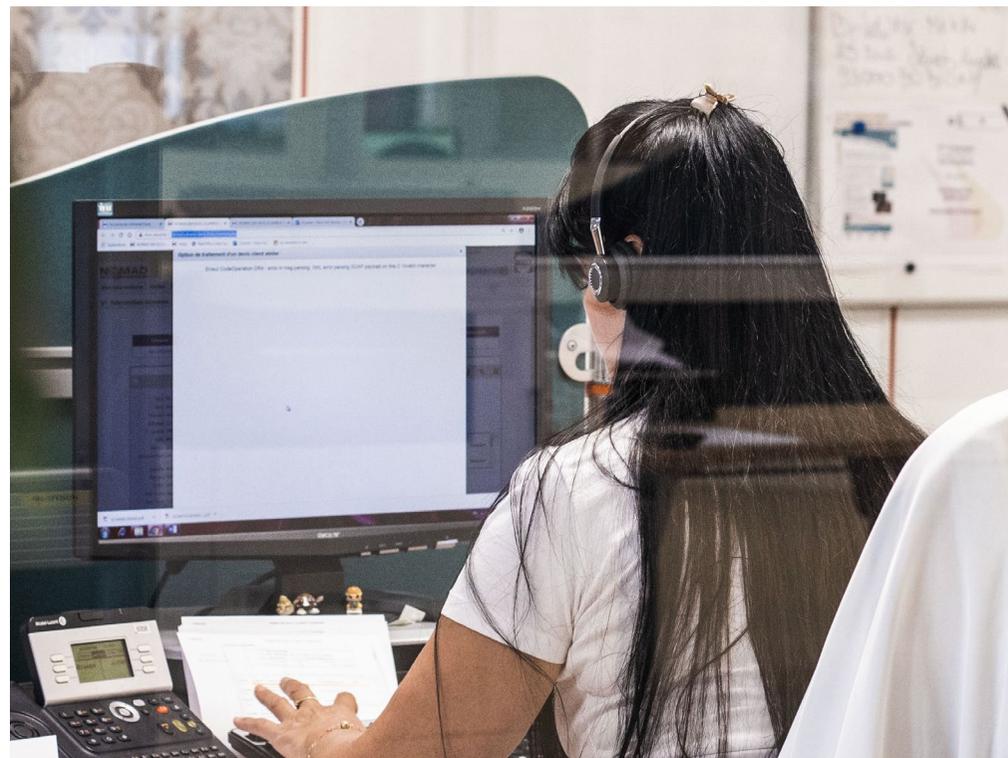
En 2023, la charte informatique a été réactualisée en intégrant les nouvelles contraintes liées au développement de l'intelligence artificielle. Depuis 2021, Fnac Darty est certifié PCI-DSS, gage de la robustesse de ses systèmes marchands et systèmes de prévention des vols de données.

CHIFFRE CLÉ



8,9 M

de requêtes malveillantes bloquées (+ 30 %) vs 2019



Afin de donner à ses clients un meilleur contrôle sur leurs données, Fnac Darty a déployé un « gestionnaire de préférences » pour les comptes clients de darty.com et fnac.com.

DONNER SES DONNÉES LES REPRENDRE, C'EST OK !

En matière de données personnelles c'est vous qui fixez les règles



© Rea

CONTRIBUER

AU **DÉVELOPPEMENT SOCIAL**
ET CULTUREL DES TERRITOIRES



© Sarah Bastin





Notre participation à la vie DES TERRITOIRES

À travers son maillage de magasins partout en France, Fnac Darty œuvre à l'attractivité économique des villes où ils sont implantés - notamment à travers la création d'emplois et le soutien à des projets locaux - et joue un rôle social de proximité pour ses clients.

L'accès à la culture au plus grand nombre, une de nos missions historiques, se décline concrètement aux travers d'événements culturels organisés toute l'année au sein de ses magasins Fnac ou lors de grands rassemblements fédérateurs.

ÊTRE UN PARTENAIRE DES TERRITOIRES

L'année 2023 a été marquée par une forte inflation, qui a impacté significativement le pouvoir d'achat des ménages et a accentué les difficultés des personnes en situation précaire. Dans ce contexte, la politique menée par le Groupe depuis des années pour contribuer au développement social et culturel des territoires prend tout son sens, en démocratisant l'accès à la culture, en renforçant son impact positif sur les territoires et en menant une politique de solidarité pour lutter contre l'exclusion et la précarité.

LEVIERS ACTIVÉS

- Une promotion de la diversité culturelle et de nouvelles tendances culturelles (BD, mangas, jeux vidéo).
- Un soutien à la création artistique littéraire (Fnac Live, prix littéraires...) et musicale.
- Une poursuite des ouvertures de magasins notamment en franchise.
- Le développement de projets solidaires.
- La promotion de la collecte de dons auprès de clients.

S'ENGAGER À CRÉER DE LA VALEUR LOCALEMENT

En ouvrant de nouveaux magasins, en créant des emplois non délocalisables, ou encore en payant nos impôts là où nous créons de la valeur, nous contribuons activement à la vie économique, sociale et culturelle de nos territoires d'implantation.

CHIFFRES CLÉS



43

ouvertures de magasins en 2023, dont 28 en France



Plus de 73 M€

d'impôts reversés en 2023



7 000

événements culturels organisés, dont près de 1 400 en France



252 000

livres collectés pour Bibliothèques Sans Frontières (France et Suisse)



Braderie Solidaire de Dijon

© Sarah Bastin



GARANTIR L'ACCÈS

à la culture pour tous

Depuis plus de 40 ans, la Fnac œuvre pour la démocratisation de la culture et à sa diversité. Cet engagement envers les clients se traduit par l'organisation de multiples événements culturels en libre accès comme le Fnac Live, et par des prix littéraires devenus des références : Le Prix Goncourt des Lycéens, le Prix du Roman Fnac et le Prix de la BD Fnac France Inter.



© Sarah Bastin

CRÉER LA RENCONTRE AUTOUR DE LA CULTURE

En 2023, le Groupe a poursuivi son engagement culturel au service de la rencontre entre les créateurs et leur public, avec la même ambition : créer des ponts entre les disciplines, les artistes, (émergents comme reconnus), le tout en gardant une véritable dimension populaire qui fait sa force. En 2023, plus de 70 000 clients ont pu profiter de près de 1 400 événements, dans 145 magasins, partout en France, consacrant la Fnac comme un acteur culturel majeur de proximité.

UN INVESTISSEMENT RENOUVELÉ EN FAVEUR DE LA PHOTOGRAPHIE

En 2023, la Fnac a renoué son lien avec l'univers de la Photographie, à travers deux actions significatives. D'abord, via une dotation spéciale pour le Prix Nadar, qui vient récompenser l'originalité d'un ouvrage photos français paru en 2023 et via l'accompagnement au programme de mécénat « Tremplin Jeunes Talents », déployé dans le cadre du Festival Planches Contact de Deauville.

LEVIERS ACTIVÉS

Encourager la littérature sous toutes ses formes et conforter la Fnac en tant qu'acteur incontournable du livre

Prix du Roman Fnac / Prix Goncourt des Lycéens / Prix BD Fnac France Inter

Être aux côtés des artistes reconnus et soutenir la nouvelle scène musicale émergente

Festival Fnac Live Paris / Prix Joséphine des jeunes artistes

Reprendre le fil de l'histoire avec la photographie

« Tremplin Jeunes Talents » du festival Planches Contact de Deauville / Dotation spéciale pour la 69^{ème} édition du Prix Nadar

Numériser et moderniser le rôle de prescripteur de la Fnac

Plus d'1 million de visiteurs uniques sur le site l'Éclaireur Fnac

Faire rayonner l'action culturelle de la Fnac à l'international

7 000 événements organisés en 2023 au niveau du Groupe et de son réseau de franchisés



Mener des projets SOLIDAIRES

Fnac Darty a initié des actions visant à créer du lien avec le milieu associatif et soutient de nombreux projets locaux, à travers des dons financiers ou de produits, réalisés directement auprès des associations partenaires du Groupe ou grâce aux dons des clients via des mécanismes d'arrondis solidaires au moment de l'achat.

ACCÉLÉRER LES DONS DE PRODUITS NEUFS NON-VENDABLES



En 2022 et 2023, une nouvelle solution permettant le don d'inventus directement par et depuis les magasins a été déployée dans tous les magasins Fnac, Darty et Nature & Découvertes. Cette solution a été mise en place en partenariat avec Comerso, un des acteurs référents de valorisation des invendus, qui a développé une solution logistique et informatique de gestion du don en nature. Grâce à cette nouvelle solution, les magasins peuvent directement faire des dons aux associations locales.



FACILITER LE DON DE NOS CLIENTS GRÂCE À L'ARRONDI SOLIDAIRE

Dès 2022, Fnac Darty a réussi à démultiplier l'impact des dons en caisse grâce au déploiement d'une solution d'arrondi solidaire en partenariat avec Microdon qui a pour objectif d'automatiser la proposition de dons sur les terminaux en caisse.

En 2023, ce dispositif a permis de récolter près de 450 000 euros dans les magasins Fnac en faveur de l'association Un Rien C'est Tout et de la Fondation Nature & Découvertes. En 2024, le même dispositif a été étendu à l'ensemble des magasins DARTY.

* Arrondi solidaire Microdon, Arrondi solidaire Common Cents et Arrondi solidaire chez Nature & Découvertes.

LA PLUS « GRANDE COLLECTE DE LIVRES »

En 2023, la Fnac a organisé sa 11^{ème} « grande collecte de livres » en collaboration avec Bibliothèques sans Frontières. L'enseigne associe ses clients à ses actions en faveur du réemploi en les invitant chaque année à donner des livres au profit de l'association. Cette collecte de livres, la plus importante de France, a également été étendue en 2022 aux magasins Fnac en Suisse. Au total, 252 000 livres ont été récoltés.

CHIFFRES CLÉS



7 M€

montant total des actions solidaires de Fnac Darty



Près de **1 M€**

collectés grâce à l'ensemble des dispositifs d'arrondi solidaire des marques Fnac, Darty et Nature et Découvertes*



© Christophe Bertolin / IP3

L'ENGAGEMENT

DE NOS **FILIALES**





L'ENGAGEMENT

au cœur des valeurs de Nature & Découvertes

Pour Nature & Découvertes, 1^{re} entreprise de commerce certifiée B Corp en France et société à mission, l'engagement est un moteur essentiel depuis plus de 30 ans. Il se matérialise notamment à travers sa sélection de produits et les actions de sa Fondation.

UN ENGAGEMENT DE RÉDUCTION DES ÉMISSIONS

Nature & Découvertes a défini une trajectoire globale de réduction des émissions carbone, centrée sur les familles de produits les plus émissives avec un objectif de réduction des émissions de - 26 % d'ici 2030.

UN PÔLE INNOVATION DURABLE

Chez Nature & Découvertes, le pôle Innovation Durable accompagne les chefs de produits et travaille avec les fournisseurs pour améliorer la conception de l'offre et limiter l'impact environnemental des produits, de leur conception à leur fin de vie. Pour rendre son offre plus durable, Nature & Découvertes s'appuie sur une liste de 25 critères réhibitoires. Les 2 800 références les plus impactantes ont été passées au filtre de ces exigences en 2023.

CHIFFRES CLÉS



1^{RE}

entreprise de commerce certifiée B Corp en France



60,2 %

du chiffre d'affaires 2023 est réalisé par des produits à impact positif*



75 %

des références actives sont concernées par au moins un critère d'achat responsable



20,8 %

des produits sont certifiés/ labellisés dans l'Offre 2023

LA FONDATION NATURE & DÉCOUVERTES

Depuis 1994, la Fondation accompagne soutient des projets associatifs de terrain en lien avec la protection de la biodiversité et l'éducation à la nature. En 2023, la Fondation a financé 149 projets pour un montant de 498 138 € et a soutenu 100 projets locaux à hauteur de 224 200 € dans le cadre des comités Coups de main.



FONDATION
NATURE &
DÉCOUVERTES

SOUS L'ÉGIDE DE LA FONDATION DE FRANCE

* Produits qui en plus de satisfaire les besoins et envies des consommateurs, ont un impact bénéfique sur la société et/ou l'environnement.

UNE MOBILISATION INÉDITE POUR L'ASSOCIATION BLOOM

Lors de sa campagne d'ARRONDI national en faveur de l'association BLOOM fin 2023, Nature & Découvertes a imaginé un dispositif de communication omnicanal et un partenariat avec le média makesense, afin de mobiliser et sensibiliser ses communautés. L'occasion de faire rayonner l'engagement de la Fondation Nature & Découvertes et de mettre en lumière le combat de BLOOM pour l'Océan, et plus spécifiquement l'enjeu crucial des aires marines protégées. La campagne a permis de récolter près de 75 000 €.

LA PREMIÈRE ANNÉE DE SOCIÉTÉ À MISSION

En adoptant le statut de société à mission fin 2022, Nature & Découvertes s'est engagée dans une démarche volontaire avec comme cap sa raison d'être, inscrite dans ses statuts juridiques : un véritable engagement vis à vis de la société.

En 2023, afin d'alimenter et challenger les orientations prises pour déployer ses objectifs statutaires, un comité de mission a été composé avec des personnalités expertes de la consommation durable, la transition écologique, la biodiversité et la pédagogie pour le vivant.

Un premier rapport de mission, audité par un organisme indépendant, est attendu à l'été 2024.



LES ACTIONS

de nos filiales européennes

En Belgique, en Suisse, au Portugal et en Espagne, nos filiales participent activement à rendre nos engagements RSE concrets. Des référents RSE élaborent et déploient des feuilles de route adaptées aux spécificités de leur pays et de leurs clients, et travaillent en concertation étroite avec la direction RSE Groupe.



ESPAGNE

Des boutiques plus durables

Le Green Store Challenge est un concours qui vise à encourager les magasins à adopter un modèle plus durable. En s'appuyant sur un label interne, incluant un standard d'évaluation ainsi qu'un protocole de vérification basé sur l'ISO 17029 et l'ISO 14065, cette compétition permet de mesurer les performances RSE et les avancées des boutiques.

Au sein du réseau, cette dynamique vertueuse favorise le partage de bonnes pratiques. Chaque année, les meilleurs magasins sont récompensés lors d'une cérémonie dédiée.



SUISSE

Développement de la seconde vie

En 2023, Fnac Suisse a déployé des espaces 2nde vie dans la totalité de ses 25 magasins, directement intégrés aux gammes présentées dans ses différents rayons. Micro, téléphonie, son, photo, objets connectés et même gaming. Le tout soutenu par une plateforme online Fnac 2nde vie, comme relais de l'offre magasin.

Transformation de la flotte de transport

Fnac Suisse poursuit la bascule d'une partie de sa flotte transport des colis web sur une motorisation à l'hydrogène. L'objectif est de basculer l'ensemble des véhicules vers des modèles moins émissifs en carbone.



PORTUGAL

Réduction des consommations énergétiques

En 2023, Fnac Portugal a poursuivi ses actions de réduction des consommations énergétiques. Les systèmes de Gestion Technique Centralisée (GTC), installés dans tous les magasins, permettent la programmation de consignes et de grilles d'heures de travail optimisées au maximum, notamment au niveau des systèmes de climatisation et d'éclairage.

Toutes les mesures ont permis de réduire la consommation d'énergie de 10,15 % à périmètre constant en 2023.



BELGIQUE

Investissement dans le capital humain

Fnac Vanden Borre investit chaque année dans un plan de formation à destination de l'ensemble des métiers et des collaborateurs. En 2023, 38 000 heures de formation ont été délivrées et 96% des collaborateurs ont bénéficié d'au moins d'une formation. En parallèle, le déploiement de la campagne de communication « Why How What » à destination des collaborateurs, avait pour objectif de faire le lien entre l'activité, la stratégie Everyday, les 5 piliers RSE et les valeurs du groupe.



FNAC DARTY

