

RAPPORT
RSE
2018-2019

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)

**FNAC DARTY,
CRÉATEUR
DE VALEUR** (12)

DÉVELOPPER NOTRE
PRINCIPAL ACTIF :
**LE CAPITAL
HUMAIN** (15)



FAVORISER
UNE CONSOMMATION
**PLUS
RESPONSABLE** (25)



LIMITER L'IMPACT
ENVIRONNEMENTAL
**DE NOS
ACTIVITÉS** (35)



DÉVELOPPER L'ACTIVITÉ
ÉCONOMIQUE,
SOCIALE ET CULTURELLE
**DANS LES
TERRITOIRES** (39)



CONDUIRE NOS AFFAIRES
DE MANIÈRE
EXEMPLAIRE (45)



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. 15)**



**Une information transparente sur les
produits et des services innovants (P. 25)**



**Des objectifs environnementaux ambitieux
et partagés avec nos clients (P.35)**



**Un maillage territorial renforçant l'accès à la
culture, aux services et à la technologie (P. 39)**



**Une éthique des affaires plus consciente
de ses devoirs et engagements (P. 45)**



ÉDITORIAL DU DIRECTEUR GÉNÉRAL

“

Nos clients veulent aujourd'hui consommer mieux, quitte à parfois consommer moins. Ils choisissent des marques dignes de confiance, plus responsables et transparentes, et qui s'engagent dans la durée.

Le groupe Fnac Darty s'est donné pour mission d'offrir à ses clients un « choix éclairé » en leur garantissant la meilleure offre de produits et services, enrichie des conseils experts de ses vendeurs.

Cette ambition est au cœur de notre plan stratégique, Confiance+, qui vise à exprimer tout le potentiel de nos marques et de notre Groupe. Elle s'incarne dans l'engagement quotidien de tous nos collaborateurs, tant en magasin que dans l'expérience digitale et l'expérience de service proposées aux clients.

Je suis fier de vous présenter dans ce rapport les engagements concrets qui fondent la relation de confiance entre notre groupe et toutes ses parties prenantes.

**Enrique
MARTINEZ**



”

LE GROUPE

FNAC DARTY

EN 2018, LE GROUPE DÉPLOIE SON PLAN STRATÉGIQUE CONFIANCE +

Afin de devenir la plateforme omnicanale de services de référence en Europe, le Groupe s'appuie sur cinq axes stratégiques : la mise en place d'une plateforme omnicanale ouverte, l'expansion de son parc de magasins, la diversification de son offre, le lancement de services innovants et un programme de fidélité unique.

Le déploiement de ces orientations stratégiques repose sur la constitution d'un écosystème partenarial ouvert permettant de tirer profit de l'expertise de spécialistes afin de renforcer ses offres et son expérience client.

Avec les débuts réussis du déploiement de Confiance +, le Groupe est aujourd'hui en capacité d'exprimer pleinement son potentiel et celui de ses marques.

LES
5 MARQUES
PRINCIPALES
DU GROUPE



Vanden Borre
la confiance



WeFix



@ Julien Pichot

CHIFFRES CLÉS

DU GROUPE

TOP 3

DES DISTRIBUTEURS
EUROPÉENS
OMNICANAUX



N°2

E-COMMERCE
EN FRANCE
SUR CE MARCHÉ

25 000

COLLABORATEURS



7,5

MD € DE CHIFFRE
D'AFFAIRES

+ DE 60 ANS

D'HISTOIRE
POUR LES 2 ENSEIGNES



780 MAGASINS DANS

12 PAYS

46 M

DE LIVRES VENDUS
EN 2018



258 M

DE VISITES
EN MAGASINS
EN 2018

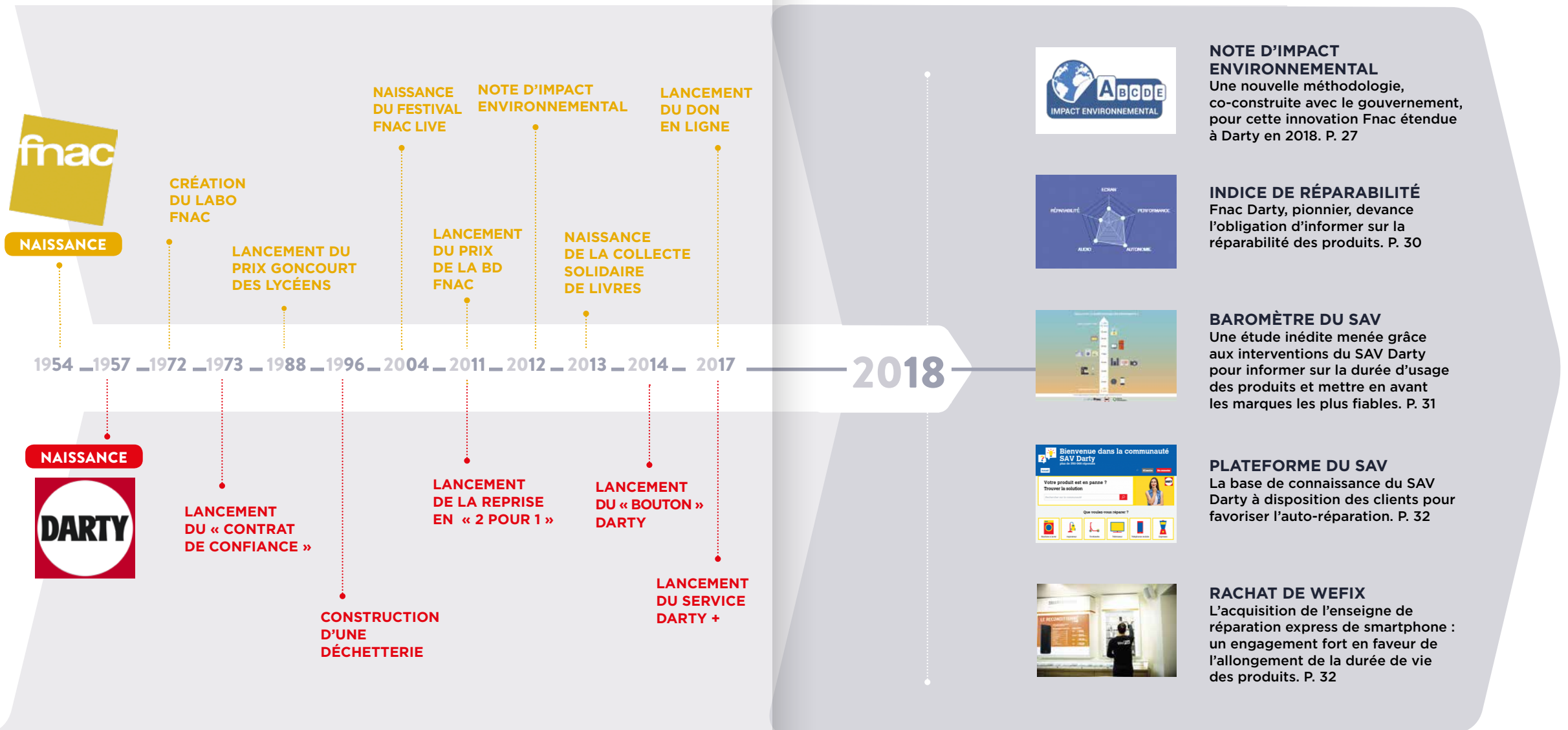
24 M

DE VISITES SUR INTERNET
EN MOYENNE
PAR MOIS EN FRANCE



PLUS DE 60 ANS D'ENGAGEMENT

AU CŒUR DES ENJEUX SOCIÉTAUX



NOTE D'IMPACT ENVIRONNEMENTAL

Une nouvelle méthodologie, co-construite avec le gouvernement, pour cette innovation Fnac étendue à Darty en 2018. P. 27



INDICE DE RÉPARABILITÉ

Fnac Darty, pionnier, devance l'obligation d'informer sur la réparabilité des produits. P. 30



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. 31



PLATEFORME DU SAV

La base de connaissance du SAV Darty à disposition des clients pour favoriser l'auto-réparation. P. 32



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. 32

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,
DRH et RSE Groupe



”



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

- La RSE est rattachée à la DRH, membre du Comex
- 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
- Les membres du Comex ont un objectif RSE sur leur variable de rémunération

UNE POLITIQUE RSE

INTÉGRANT LES ENJEUX CLÉS

**FNAC DARTY DIALOGUE
AVEC SES PARTIES PRENANTES
ET LES INTÈGRE
À SA DÉMARCHÉ 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



”



FNAC DARTY, CRÉATEUR DE VALEUR



NOTRE ÉCONOMIE ET NOTRE OFFRE



2 enseignes fortes et complémentaires



Renforcer le leadership du Groupe sur ses marchés



7,5 milliards d'euros de chiffre d'affaires consolidé en 2018
1^{er} acteur omnicanal de son secteur

Une offre de produits et services diversifiée

Développer la diversification et l'innovation

Leader produits techniques
1^{er} disquaire
1^{er} libraire
Leader SAV

Une plateforme omnicanale ouverte

Densifier le réseau de magasins
Digitaliser les magasins
Développer le e-commerce, le click&collect et le click&mag

780 magasins dans 12 pays
Numéro 2 de l'e-commerce en France
49% des ventes en ligne sont omnicanales

NOS ACTIVITÉS



SAV

Développer la réparation et l'information clients pour favoriser une consommation responsable

Développer l'occasion et le réemploi



1^{er} réparateur de France (1,5 M d'interventions par an)
Rachat de Wefix
Baromètre du SAV
Indice de réparabilité

Ventes d'occasion en hausse de **34%** en 2018

Livraison à domicile

Récupérer les anciens équipements et les emballages lors des livraisons

1^{er} collecteur de DEEE* en France
Valorisation du carton, du plastique et du polystyrène récupérés

NOS MARQUES ET NOS CLIENTS



2 marques iconiques

Répondre aux attentes clients, notamment en matière de consommation responsable



Les clients jugent Fnac et Darty « plus responsables » que leurs concurrents

8 millions d'adhérents

Proposer un choix éclairé aux consommateurs

Note technique du Labo
Note d'impact environnemental
Baromètre du SAV
Indice de réparabilité

Le client au cœur de tout (« Client + »)

NPS** en progression

LÉGENDE



Capital



Stratégie



Actions/Impact en 2018

NOS PARTENAIRES



Plus de **600** fournisseurs



Prévenir les risques et protéger les PME



Intégration d'un code éthique à tous les contrats et signature d'une charte PME

Associations

Don de produits invendus, dons de clients en ligne et opérations de solidarité

Braderie solidaire, Grande collecte de livres et 200 K€ de dons en ligne

3 500 vendeurs sur la Marketplace Fnac Darty

Sélection et contrôle des revendeurs

Mesure à venir

NOTRE CAPITAL HUMAIN ET NOTRE SAVOIR-FAIRE



25 000 collaborateurs dont 72 % au contact des clients



Accompagner l'évolution des métiers



52% de salariés formés en 2018

Renforcer leur engagement

Déploiement d'un dispositif d'écoute des collaborateurs

Faire de la diversité un atout

Hausse de la part des femmes dans les embauches

NOS TERRITOIRES



780 magasins dans 12 pays



Augmenter le maillage territorial pour aller au plus près des clients



+ 52 magasins contribuant à l'économie et l'emploi local

L'action culturelle Fnac

Des événements culturels gratuits pour donner accès au plus grand nombre

+250 000 personnes ont participé aux événements culturels

Remise de 3 prix littéraires

Implication de lycéens et de libraires partout en France

* Déchets d'Équipements Électriques et Électroniques, ** Net Promoter score



© 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 %
de CDI



80,6 %
de temps complets



4,63 %
d'absentéisme maladie
(4,86 % dans le secteur
du commerce)



24 956
collaborateurs
(dont 17 440 en France)



+ 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



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 deux 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.

Frédérique Giavarini,
DRH et RSE Groupe



”

RENFORCER LA QUALITÉ ET L'EFFICACITÉ

DU DIALOGUE SOCIAL

En 2018, le Groupe a mis en place un comité d'entreprise européen (CEE) et signé 4 accords qui refondent et simplifient la représentation du personnel en France, à travers la création d'un Comité Social et Économique (CSE).

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 2018

LANCEMENT D'UN DISPOSITIF D'ACTIONNARIAT SALARIÉ

Fnac Darty a voulu associer plus étroitement les salariés aux futurs succès du Groupe à travers un programme d'actionnariat salarié.

Vecteur de partage et d'engagement, ce dispositif a donné aux collaborateurs l'opportunité de devenir indirectement actionnaires du groupe Fnac Darty.

2018 : **4 500** souscriptions

2019 : **2^e** campagne

LANCEMENT D'UN OUTIL INNOVANT D'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.

**68 % des collaborateurs
sondés déclarent qu'ils recommanderaient
le groupe Fnac Darty comme une entreprise
où il fait bon travailler (12/2018 ;
5 837 répondants en France)**



DÉVELOPPER EXPERTISE ET EMPLOYABILITÉ

CHIFFRES 2018



52,33 %
des collaborateurs ont
suivi une formation



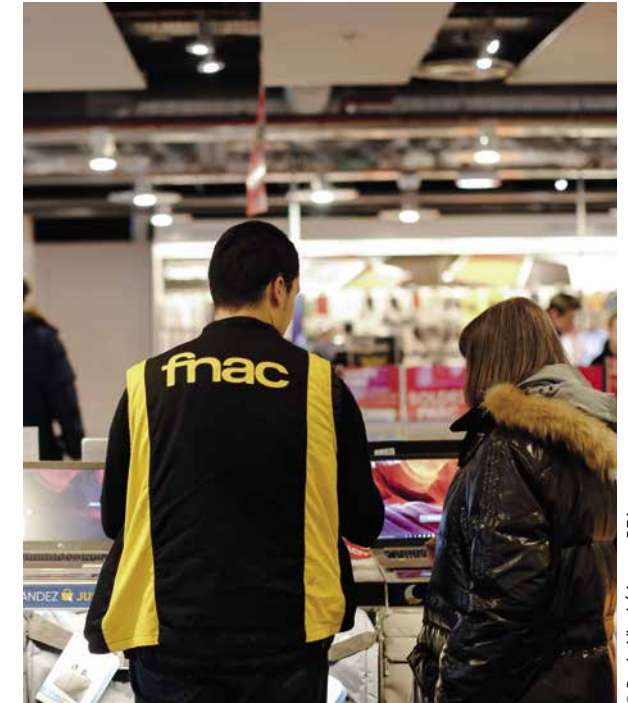
Environ
80 %
des techniciens dédiés
à la réparation formés
durant l'année



+ 600
managers formés
à la posture
de manager-coach



609
diplômés grâce à
la validation des acquis
de l'expérience (VAE),
depuis 2004



© Denis Allard / Agence REA

“

L'offre de formation du Groupe a été renforcée en 2018 grâce à la mutualisation des expertises des deux enseignes. En s'appuyant sur des programmes innovants et en tirant le meilleur du présentiel et du e-learning, nos équipes viennent soutenir la stratégie Confiance+ en remplaçant le client au cœur des métiers. Pour Fnac Darty, 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

”



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.



+ 400
modules de e-learning
accessibles à distance



108 877
modules validés en 2018
(contre 82 774 en 2017), en
majorité par des vendeurs



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'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.

+ 5 000

« Napseurs » Fnac Darty
(depuis 2016)



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 2018-2020

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 un important programme de formation qui a conduit à former près de 600 encadrants à la posture de manager-coach, Excellence Client vise maintenant à former les collaborateurs en contact avec nos clients. Avec ce programme, ils seront amenés à acquérir les meilleures pratiques d'excellence client et de vente. Face à des consommateurs plus informés que jamais, nous souhaitons leur donner de nouvelles clés pour mieux répondre aux besoins de nos clients, pour gagner en confiance et prendre plus de plaisir au quotidien. Ce programme permettra aux participants de développer leur employabilité et, 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.



6 %
de collaborateurs
en situation de handicap
en France



**2^e Handi'Trophée
Fnac Darty :**
3 lauréats

[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^e 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.



38 %
de femmes dans
l'effectif



47 %
de femmes dans
les embauches CDI



27 %
de femmes au Comex



60 %
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

**30 % DE FEMMES DIRECTRICES
DE MAGASINS CHEZ FNAC
(CONTRE 23 % ACTUELLEMENT)**

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

780

alternants en 2018

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

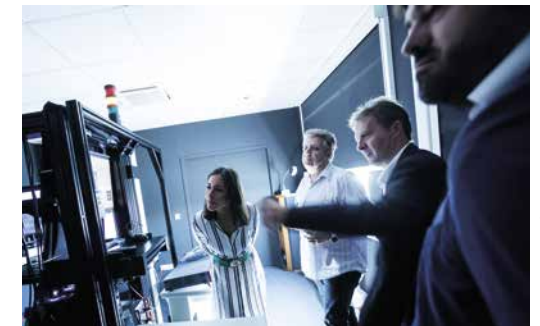
INDÉPENDANCE : LA MISSION

HISTORIQUE DU LABO FNAC

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.

Labofnac
Tests, actu et comparatifs high-tech

En 2018, **1 038 tests** ont été réalisés sur 492 produits



© Denis Allard / Agence REA



NOTE D'IMPACT ENVIRONNEMENTAL : UNE INNOVATION FNAC ÉTENDUE À DARTY EN 2018

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... Œuvrer pour une économie circulaire permet de réduire ces impacts.



© Denis Allard / Agence REA

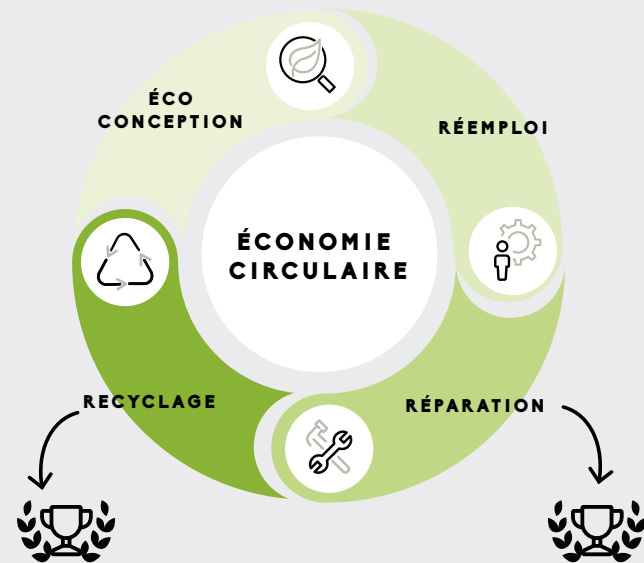
ENGAGÉS POUR

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^{er} COLLECTEUR DE FRANCE

+ 45 000 tonnes de DEEE* collectées en France et confiées à Eco-systèmes en 2018

FNAC DARTY
1^{er} RÉPARATEUR DE FRANCE

2 500 000 interventions en 2018



...UNE ÉCONOMIE PLUS CIRCULAIRE

2018, FNAC DARTY PREND

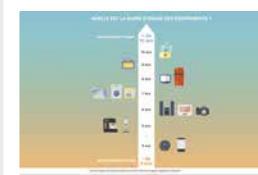
LES DEVANTS ET INNOVE

L'an dernier, 4 projets clés ont été lancés pour favoriser l'économie circulaire :



INDICE DE RÉPARABILITÉ

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



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.



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.



PLATEFORME DU SAV

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



LE GRAND PRIX « ÉCONOMIE CIRCULAIRE »

décerné à Fncac Darty lors de l'édition 2018 des prix « Entreprises et Environnement » au Salon Pollutec à Lyon.



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 en 2018 montrent notre conviction profonde : Fncac 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 Fncac Darty





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.

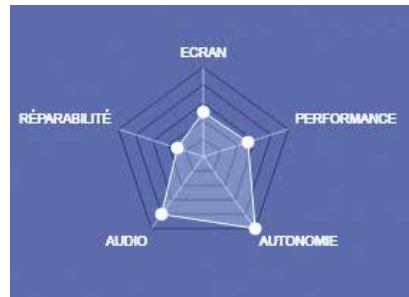
“

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

PREMIÈRE ÉDITION DU BAROMÈTRE DU SAV

Cette étude, qui sera renouvelée chaque année, 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.

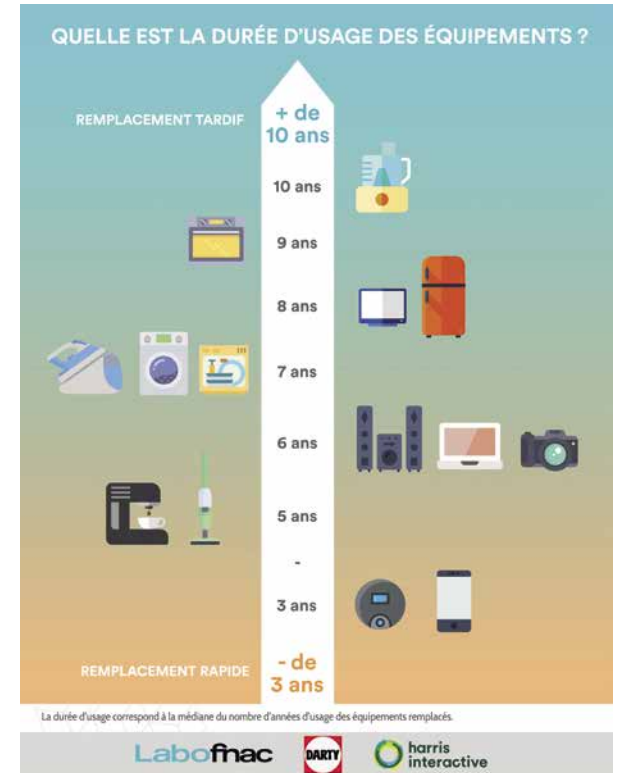
“

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



”



* Gros électroménager, ** Petit électroménager



INNOVATIONS 2018

FAVORISER LA RÉPARATION

L'ATOUT WEFIX

WeFix, ce sont 59 points de vente en France et en Belgique et un service de réparation rapide (20 minutes en moyenne) des principaux modèles de smartphones, soit plus de 12 000 prestations par mois, et un service de revente de smartphones reconditionnés.

Début 2019, deux « corners » WeFix ont fait leur apparition dans des magasins Fnac. **Et le Groupe ambitionne de doubler le réseau de magasins WeFix dans les deux ans et de recruter plus de 150 collaborateurs !**



© Denis Allard / Agence REA

FAVORISER L'AUTO-RÉPARATION AVEC LA PLATEFORME DU SAV



Avec plus de 2,5 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 160 000 visiteurs uniques par mois !**



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.

”

Julien Pichot,
Responsable Seconde Vie



PARTENARIAT HISTORIQUE

AVEC LE RÉSEAU SOLIDAIRE ENVIE

Depuis 1984, Darty confie chaque jour près de **200 appareils** en panne au réseau ENVIE, qui œuvre à la réinsertion par l'emploi tout en donnant à ces produits une seconde vie.



© Denis Allard / Agence REA

REVENTE EN OCCASION

Testés, réinitialisés, nettoyés, réemballés par nos équipes d'experts : **34 000 produits** en parfait état de marche ont été vendus par Fnac et Darty Occasion en 2018. Une activité qui va s'accélérer en 2019.

DONS ASSOCIATIFS

En 2018, **21 000 produits** invendus ont été donnés à des associations. Fnac a offert des produits éditoriaux à Emmaüs France et Darty a fourni du petit et gros électroménager pour la structure de réinsertion Emmaüs Défi. En 2019, de nouveaux partenariats seront engagés pour venir en aide aux enfants hospitalisés.



DONNER UNE SECONDE VIE

AVEC LE SOUTIEN DES CLIENTS



GRANDE COLLECTE DE LIVRES

Depuis 6 ans, la Fnac invite ses clients à venir donner une seconde vie à leurs livres au profit de



GRANDE COLLECTE SOLIDAIRE

7^{ÈME} 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 10 ans déjà, 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.



164 670
euros récoltés
en 2018 !



LIMITER L'IMPACT ENVIRONNEMENTAL DE NOS ACTIVITÉS



ENGAGÉS POUR UN CHOIX ÉCLAIRÉ

→ des objectifs environnementaux ambitieux et partagés avec nos clients



LIMITER LES IMPACTS CO₂ DU TRANSPORT DE MARCHANDISES

Transporter des marchandises des entrepôts aux magasins, confier un colis à la Poste ou livrer un gros électroménager à domicile, dépanner ou encore reprendre un ancien équipement : la logistique est au cœur des activités du Groupe.



© Denis Allard / Agence REA



1,6 millions
de livraisons de gros-
électroménager à domicile



210 K tonnes de CO₂
émises par les transports



12,2
millions de colis livrés



Notre action se concentre sur trois leviers : limiter les distances parcourues par les produits grâce à notre réseau d'entrepôts et la mutualisation des flux Fnac et Darty, maximiser et optimiser le chargement des camions, et enfin favoriser le transport multimodal lorsque cela est possible. Nous menons également des expérimentations pour développer des systèmes de transports alternatifs et cherchons à innover, dans nos partenariats comme dans nos process, pour limiter nos impacts.

Karine Damour,
Directrice logistique,
transports et flux



ENGAGÉS POUR

DÉPLOYER une feuille de route bas carbone en lien avec les accords de Paris sur le climat.



COLISSIMO ET CHRONOPOST

prestataires de services « neutres en carbone » : 80 % des livraisons en France sont désormais neutres en carbone



SAV À DISTANCE

pour de meilleurs diagnostics et moins de déplacements inutiles



DERNIER KILOMÈTRE

Des expérimentations sont menées à Paris pour effectuer les livraisons dernier km à vélo ou à pied



Depuis plusieurs mois, nous sommes à la recherche du camion de livraison du futur : il devra émettre le moins de CO₂ et de particules fines possible. Nous avons testé plusieurs types de véhicules électriques et GNV (gaz naturel pour véhicule) en conditions réelles. Avec une préférence pour les camions au GNV : ils offrent plus de 150 km d'autonomie, émettent 80 % de CO₂ en moins (dans le cas du bioGNV) et 93 % moins de particules fines par rapport au Diesel. Seule limite : le faible nombre de stations au gaz exploitables. Le groupe a donc décidé de renouveler une partie de ses camions Diesel par du GNV pour desservir les plus grosses agglomérations.

Olivier Béchu

Directeur Métier & Organisation -
Livraison dernier kilomètre



© Denis Allard / Agence REA



LA COLLECTE, LE RECYCLAGE ET LA REVALORISATION DES DÉCHETS

FNAC DARTY A SA PROPRE

DÉCHETTERIE

FNAC DARTY, engagé pour la collecte et le recyclage de déchets

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^{er} collecteur de DEEE
en France

45 188 tonnes collectées en 2018
et recyclées par ÉCO-SYSTÈMES



REVALORISATION DES DÉCHETS D'EMBALLAGES

5 000 tonnes de carton
et 130 tonnes de plastique
récupérées et revalorisées en 2018
en France

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



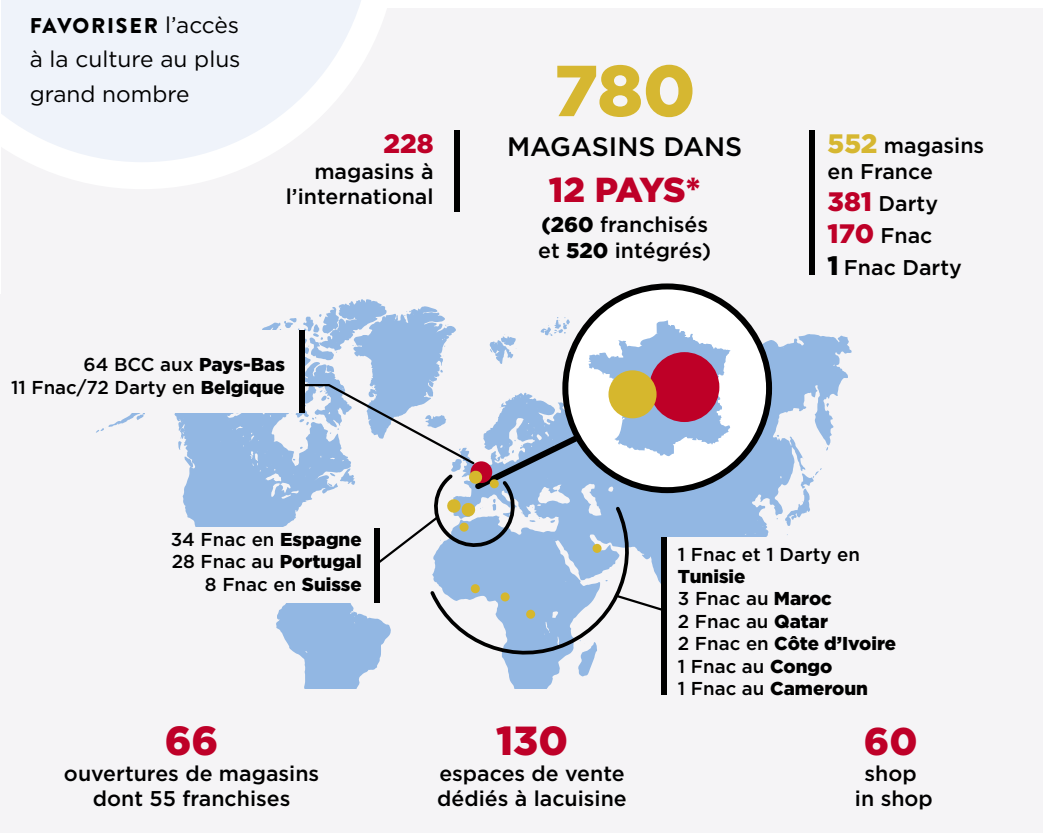
OUVRIR DES MAGASINS, C'EST AUSSI CONTRIBUER À L'ÉCONOMIE ET À LA VIE CULTURELLE ET SOCIALE LOCALE

ENGAGÉS POUR

SOUTENIR
l'emploi local

FAVORISER l'accès
à la culture au plus
grand nombre

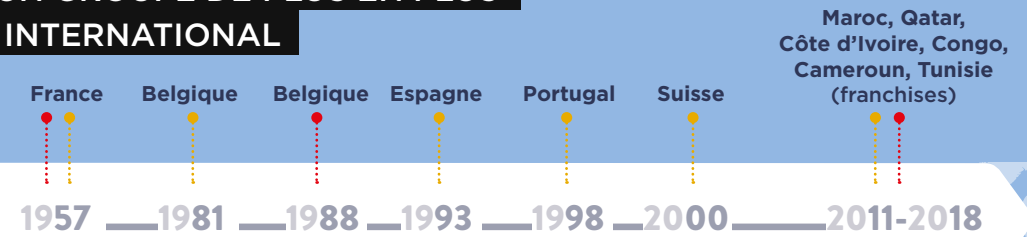
Le Groupe est un acteur important du tissu local de par l'activité économique, sociale et culturelle qu'il génère, grâce à son réseau de magasins et de franchises en France, en Europe et ailleurs dans le monde.



*À fin décembre 2018



UN GROUPE DE PLUS EN PLUS INTERNATIONAL



Pays-bas

[ZOOM]

FNAC PORTUGAL FÊTE SES 20 ANS EN MUSIQUE

En ce jour de fête, nous offrons aux rues de notre pays ce que nous aimons le plus faire dans nos forums FNAC tout au long de l'année : promouvoir l'accès à la culture, gratuite et dans une ambiance de proximité entre le public et les artistes.

« 20 ans, 20 concerts flash », c'est notre façon de remercier les artistes et les Portugais pour ces 20 ans de partage.

Ines Condeco,
Directrice de la communication de Fnac Portugal



28 FEVEIRO
A FESTA É TUA

«SÓ HOJE»

20 ANOS
20 CONCERTOS FLASH

09:00	THE LEGENDARY TIGERMAN ESTACÃO DO COMRTE LISBOA
09:30	LUIZ CARACOL ESTACÃO DO CAS DO SOUZE LISBOA
10:00	ÉME AEROPORTO DA MADRIDA
10:30	GEORGE MAERVENSON MERCADO MUNICIPAL LISBOA
11:00	NOBERRY VILA REAL BRANCO
11:30	MONDAY MERCADO DO LAMAREIRO, SETÚBAL
12:00	LUCIBELA ESTACÃO DE SANTA LUZIA
12:30	JOÃO PEDRO PAIS FORUM COIMBRA
13:00	PLASTIC PEOPLE UNIVERSIDADE DO BARRIO CAMPUS DE CULTURA LISBOA
13:30	EU FÚRIA PALAÇO DO RAJO LISBOA
14:00	SEASE CASA ENFERMEIRA
14:30	SARA TAVARES AEROPORTO DE LISBOA
15:00	OKOAI LISBOA BRANCO
15:30	BERG MUSEUMMUSEU J. VASCONCELOS
16:00	POLI CORREIA FORUM ALFAMA LISBOA
16:30	PAULO SOUSA UNIVERSIDADE DO BARRIO, ESCOLA DE ARQUITECTURA COIMBRA
17:00	B FACHADA ESTACÃO DE COMRTE LISBOA
17:30	BLACK MAMBA TERMINAL PAVILÃO LISBOA
18:00	DAMA UNIVERSIDADE DE BRAGA
18:30	RAQUEL TAVARES ARMAZENS DO CHADO

ACOMPANHA A TRANSMISSÃO EM DIRETO DE TODOS OS EVENTOS NO FACEBOOK

#PARABÉNSFNAC
COMRTE LISBOA

f t i



DONNER ACCÈS À LA CULTURE

AU PLUS GRAND NOMBRE

En 2018, l'ensemble des opérations culturelles Fnac a mobilisé environ **250 000 personnes** avec 7 000 événements organisés à travers le monde, en magasin ou hors les murs.

1^{er} disquaire
de France

1^{er} libraire
de France

1^{er} acteur
billetterie de France

Une équipe dédiée en France
15 collaborateurs
dont **6 en régions**



© Sarah Bastin



© Sarah Bastin

“ La politique d'action culturelle du Groupe traduit une volonté très forte de démocratisation de l'accès à la culture, en favorisant la mise en relation des publics avec les créateurs et en investissant pour le rayonnement et la diffusion des œuvres.

Benoit Brayer,
Responsable de
l'Action Culturelle



ÉVÉNEMENTS CLÉS 2018



ÉVÉNEMENTS GRATUITS EN MAGASINS

7 000 événements culturels dans le monde, dont 1 650 en France



SALON FNAC LIVRES

Créé en 2016
Plus de 100 auteurs
15 000 visiteurs



FESTIVAL FNAC LIVE PARIS

8^e édition
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
30^e anniversaire



PRIX DU ROMAN FNAC
17^e édition



PRIX DE LA BD FNAC FRANCE INTER
7^e 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

103 000
euros collectés en 2018



FNAC SPECTACLES



115 000 €
collectés en 2018
(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.



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

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

Soucieux d'agir en toutes circonstances dans le respect des engagements éthiques qu'il s'est fixé, Fnac Darty a renforcé son Code de conduite des affaires et sa charte cadeaux et avantages. Ces documents traduits dans toutes les langues des pays où le Groupe est implanté ont été annexés aux règlements intérieurs des différentes entités juridiques, mis en ligne sur les différents réseaux sociaux d'entreprise, afin que les collaborateurs, les comités de direction, le comité exécutif et les mandataires sociaux partagent ces engagements.

Marie-Véronique Cornil,
Directrice de l'Audit Interne



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 2018, MISE EN PLACE D'UN PROGRAMME GDPR COORDONNÉ PAR LE DPO* EN LIEN AVEC TOUTES LES DIRECTIONS

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



24
millions de visiteurs
uniques cumulés en
moyenne par mois sur
l'ensemble des sites
Fnac et Darty



8
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

En 2018, le Groupe a mis en place un PLAN DE VIGILANCE s'appuyant sur une cartographie des risques couvrant l'ensemble de ses activités et celles de ses fournisseurs et partenaires.

Ce plan a notamment conduit à renforcer la politique de sourcing responsable des produits de marque propre, du fait de sa responsabilité directe dans leur conception, fabrication et transport.

LES PRODUITS DE MARQUE

PROPRE, QUELQUES

REPÈRES :



11
marques de distributeurs et

6
marques sous licence



3 %
des achats totaux
de produits



170 M€
d'achats en Chine,
Turquie et Europe

”

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.

Hervé Hédouis,
Directeur du sourcing



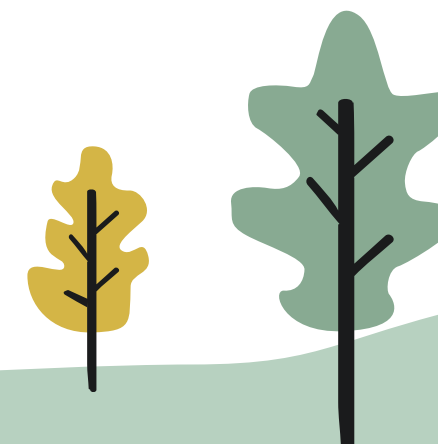
“



AUDITS

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

En 2018, **99 usines** auditées sur 222 usines





FNAC DARTY



Contact : Valeria Maio

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