



# TNT sam

NUMÉRO 6 – JUILLET 2015

LA SOLUTION\_07  
➔ **L'innovation au service de l'efficacité**

LE LIEN\_10  
➔ **Une semaine d'actions éco-responsables**

L'ATTITUDE\_11  
➔ **Chez TNT, la dimension humaine est essentielle**

LE\_SAVOIR\_FAIRE\_04

# Les PME et TNT : faites pour s'entendre

**TNT**  
THE PEOPLE NETWORK\*

© LE DUO / LA SUITE

\*DES HOMMES. UN RÉSEAU.

LE CHIFFRE

# 20 km

C'est la distance que parcourent chaque jour les cinq cyclistes de TNT dans le centre-ville de Milan, en Italie. Ce nouveau service de TNT permet de réduire les émissions de CO<sub>2</sub> de 80 kg par jour, l'équivalent de 2 500 heures de fonctionnement d'un ordinateur.



© TOSTPHOTO / FOTOLIA

## RÉSEAU

### ➔ Toujours plus grand

TNT a récemment lancé une nouvelle liaison routière quotidienne à destination d'Istanbul, pour accompagner la croissance des échanges entre la Turquie et l'Union européenne. Elle relie Istanbul à Sofia, en Bulgarie, et connecte la Turquie à tous les pays européens via le réseau routier de TNT. TNT est actuellement le seul opérateur express à connecter, par la route, toute l'Europe à Istanbul.



## NOUVEAU HUB MÉDICAL

### ➔ À la pointe de la santé

TNT a inauguré en mars un hub international à Heerlen, aux Pays-Bas, dédié à l'expédition des équipements médicaux pour les cliniques et hôpitaux européens. En activité 24 h/24 et 7 jours par semaine, il améliore le traitement des expéditions de matériel médical des multinationales et des PME. Au départ de Heerlen, TNT livre à J+1 les équipements médicaux à 96 % des 16 000 hôpitaux européens. La plupart des équipements expédiés seront utilisés en chirurgie. Il s'agit notamment de stimulateurs cardiaques, de stents, d'implants ou de consommables de bloc opératoire.



## INTERNET

### ➔ Un partenariat TNT/Packlink

De plus en plus de TPE/PME, souhaitant bénéficier du meilleur service au prix le plus adapté et sans contraintes, recherchent leur transporteur express sur Internet. TNT a bien compris le rôle essentiel des sites comparateurs d'envoi et a ainsi choisi de s'associer à Packlink.fr, leader européen dans ce domaine. Ce partenariat représente pour TNT une opportunité supplémentaire de répondre aux enjeux de la multiplication des envois, liée à la forte croissance du e-commerce.

## LE MOT

# PME

Dans le cadre de sa stratégie « Perspective », TNT vient de renforcer la couverture de son réseau en France métropolitaine. De quoi mieux répondre aux besoins de ses clients, et notamment des PME : 97 % d'entre elles seront livrables le matin, avant 12 h 00 ou 13 h 00 !

Source : étude interne TNT 2015

## L'IMAGE

### Destination Sydney

TNT inaugure un nouveau hub dans le quartier d'Erskine Park à Sydney en Australie. D'une superficie de 78 000 m<sup>2</sup>, ce « super hub » traitera les envois domestiques et internationaux. Le site peut gérer jusqu'à 25 000 colis par heure grâce à des équipements de tri à la pointe de la technologie.

## À L'ÉCOUTE

### ➔ Paroles de clients

TNT dispose d'un nouveau logiciel, Viavoo, pour analyser l'ensemble des commentaires émis par ses clients et leurs destinataires sur la marque, ses produits, son Service Clients, et sur l'ensemble des canaux susceptibles de réceptionner des avis (blogs, forums, emails, réseaux sociaux, etc.). Un outil de veille utile pour répondre encore mieux aux attentes des clients.

➔ Quel que soit leur secteur d'activité, les 135 000 PME françaises sont des entreprises à taille humaine, dont le succès repose en priorité, tout comme chez TNT, sur le talent et l'investissement de leurs collaborateurs. /

# Les PME et TNT : faites pour s'entendre !



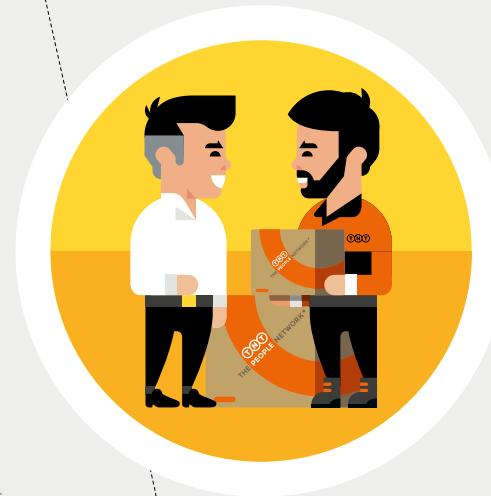
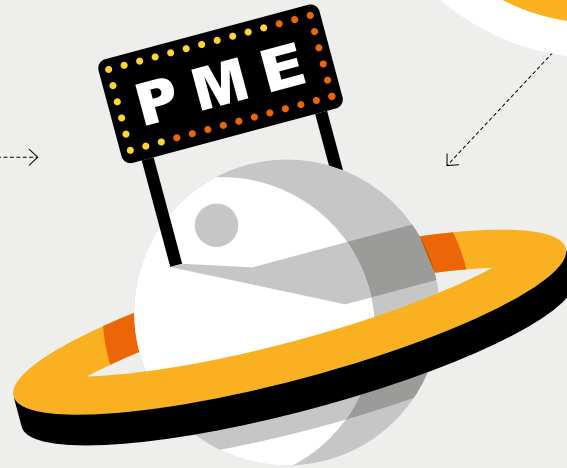
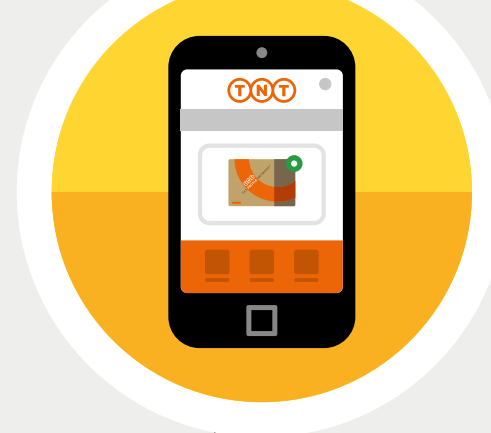
Aujourd'hui, plus d'une PME sur sept a recours au transport express pour ses livraisons en France ou à l'international. TNT leur offre de multiples solutions et répond à leurs besoins de rapidité, de simplicité, de fiabilité, de flexibilité et de proximité.

## 1. RAPIDITÉ ET SIMPLICITÉ

— Pour une PME, livrer dans des délais courts peut faire la différence. Grâce à des moyens de transport dédiés et à un réseau intégré, les livraisons sont effectuées chez les destinataires dès le lendemain matin en France, avec la possibilité d'horaires garantis (avant 9 h 00, 10 h 00 ou 12 h 00) et en 1 à 7 jours à l'international. La simplicité est également au rendez-vous. La formule StartPME - sans engagement de durée ni de nombre de colis -, dédiée aux envois réguliers se caractérise par une ouverture de compte rapide et simplifiée et par un engagement fort sur le respect des délais : « C à l'heure ou C gratuit ! ». Tout envoi non livré ou livré hors délai, du seul fait de TNT, n'est tout simplement pas facturé. Pas besoin de démarches, c'est automatique !

## 2. FLEXIBILITÉ

— Parce que les PME ont besoin de flexibilité en matière de transport, TNT se charge de tous les types d'envois en France et à l'international. « Ce transporteur express propose une offre très large de livraisons, qui va du document, au tout petit carton, jusqu'à la grosse palette » témoigne Jean-Baptiste Roger, co-gérant de 727 Sailsbags. « Pouvoir expédier tout type de fret avec le même prestataire, c'est extrêmement pratique. » Les ramassages peuvent s'effectuer dans les locaux du client, mais aussi chez un fournisseur ou sur un site de production. Le client dispose également d'une grande flexibilité avec le choix de livraisons à horaires garantis en France : avant 9 h 00, 10 h 00 ou 12 h 00. Pour gérer ses expéditions, des applications TNT sont disponibles sur iPad, smartphone et sur myTNT, l'espace privatif en ligne sur www.tnt.fr. Enfin, une offre e-commerce, MaLivraisonTNT, est adaptée aux besoins spécifiques des webmarchands : en quelques clics, l'e-commerçant organise le ramassage de son colis et peut suivre en temps réel la progression de la livraison des colis expédiés. Et le destinataire final n'est pas en reste : il peut lui aussi décider de la date et de l'endroit de son choix pour la livraison !

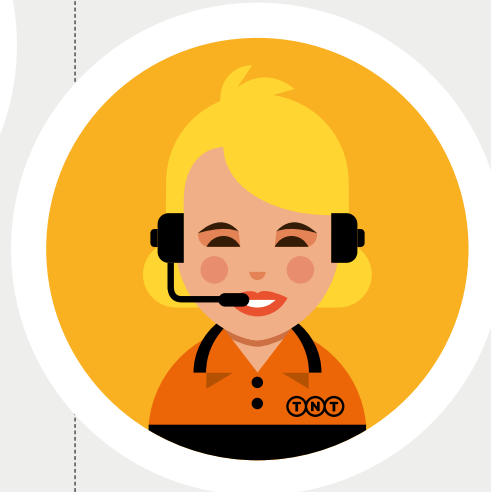


## 3. FIABILITÉ

— Les PME cherchent à offrir le meilleur service à leurs clients et ont besoin pour cela de prestataires de services parfaitement fiables. Que les marchandises à transporter soient fragiles ou présentent une valeur marchande importante, TNT les livre en toute sécurité depuis leur ramassage jusqu'à la livraison au destinataire, en mains propres et contre signature. TNT propose à ses clients une gamme complète d'emballages adaptés au poids, au volume et à la forme des objets qui lui sont confiés. La traçabilité et la sécurité des expéditions sont assurées à chaque étape du transport, grâce à de multiples dispositifs de contrôle, la vidéosurveillance ou le tracking par GPS, qui font de TNT le transporteur le plus sûr du marché. TNT propose même un service de sûreté renforcée (Expédition Sous Protection) pour les marchandises les plus sensibles, afin d'expédier en toute sérénité. Des preuves de livraison confirmant que les colis sont arrivés à bon port sont disponibles en ligne dès le lendemain de la livraison. « TNT s'occupe vraiment de la livraison de nos envois de A à Z », témoigne Thomas Thumerelle, P-DG de Motoblouz.com.

## 4. PROXIMITÉ

— TNT, c'est une relation de proximité et un partage des exigences et des valeurs des PME : être efficace et compétitif, chercher à gagner du temps, raisonner en solution, au service de la satisfaction du client, et comprendre l'importance de la qualité des relations humaines en agissant en partenaire. C'est aussi un maillage dense du territoire avec 100 agences en France, un partenariat avec 4 200 Relais Colis®, un Service Clients disponible et à l'écoute, un accompagnement quotidien grâce à un commercial dédié, et une connaissance fine des besoins de multiples secteurs d'activité : Automobile, Luxe et tendance, Santé, Industrie, High Tech. ●



TNT aime les PME

Pour en savoir plus



En photographiant ce QR code, vous trouverez le détail de notre gamme complète de solutions « Dynamique PME », intégrant 3 offres : Cliquez Envoyez, une solution 100 % en ligne pour des envois occasionnels, StartPME pour des envois réguliers, et MaLivraison pour les webmarchands.



## ➔ Les PME à l'honneur en juin

On peut dire que le mois de juin a été placé sous le signe des PME chez TNT ! En voici quelques exemples :

- des dizaines de « Journées portes ouvertes » qui ont permis aux clients de découvrir la réalité quotidienne des agences et dépôts TNT, et les coulisses de l'acheminement des colis ;
- une grande campagne de communication destinée aux PME ;
- la présence de TNT sur plusieurs salons pour les PME : Planète PME à Paris, l'événement Shake E-commerce à Marseille et le Salon des Entrepreneurs à Lyon.



© FRANCK CASTEL

**Qui** : Groupe Financière du Grand Comptoir : Legallais, Pex, Gérard & Peysson, DFC<sup>2</sup>, Bricozor.

**Activité** : Distribution spécialisée de produits de quincaillerie, plomberie, électricité, outillage pour le bâtiment, l'ameublement-agencement et la maintenance.

**Où** : France et International.

**Effectifs** : 1 000 salariés, dont 550 commerciaux.

**Web** : [www.legallais.com/](http://www.legallais.com/) / [www.gerardetpeysson.fr/](http://www.gerardetpeysson.fr/) / [www.dfc2.fr/](http://www.dfc2.fr/) / [www.bricozor.com](http://www.bricozor.com)

**230 M€ de chiffre d'affaires en 2014.**

■ **JEAN-PIERRE CRIGNON,**  
DIRECTEUR LOGISTIQUE DU GROUPE FINANCIÈRE DU GRAND COMPTOIR.

## « Des relations humaines de grande qualité au profit de la performance »

Distributeur spécialisé dans la vente de produits du second œuvre dans le secteur du bâtiment, le groupe FGC (Financière du Grand Comptoir) a confié l'ensemble de ses livraisons en France et en Europe à TNT.

### Quels sont vos domaines d'activité ?

— Le groupe FGC commercialise par l'intermédiaire de ses filiales en BtoB et BtoC plus de 75 000 références de produits de quincaillerie, outillage, plomberie et électricité destinées au secteur du bâtiment et de l'ameublement. Il a connu un très fort développement et a procédé à de nombreuses acquisitions au cours de ces dernières années. Il regroupe aujourd'hui en France les filiales Legallais, Gérard & Peysson, Bricozor, Pex, DFC<sup>2</sup>, ainsi que deux filiales à l'international, W+M en Allemagne et Legallais Polska en Pologne. Nous servons 120 000 clients et travaillons avec plus de 600 fournisseurs.



### Optimiser la gestion des anomalies de livraison

En cas de réclamation sur une livraison, une équipe dédiée de TNT « mène l'enquête » immédiatement afin de comprendre ce qui s'est passé dans les plus brefs délais. Dès que les raisons du dysfonctionnement constaté sont connues, d'une part TNT en informe son client, d'autre part elle met en œuvre la solution la plus efficace pour « corriger le tir » et livrer le colis à son destinataire.

### Pourquoi avoir choisi TNT pour assurer vos livraisons ?

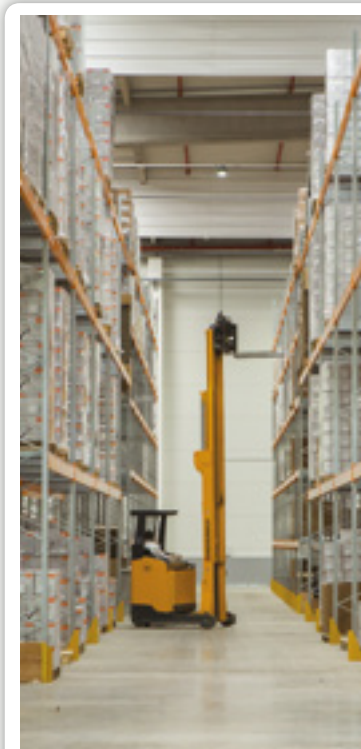
— Nous devons livrer en moyenne plus de 85 000 colis chaque mois, la plupart du temps à J+1, avant 13 h, par rapport au jour de la commande. TNT a la capacité de livrer de tels volumes dans les temps, à partir de sites multiples de ramassage des colis avec une fiabilité extrême. Notre taux de réclamation n'est que de 0,7 %, ce qui est très faible. En outre, la gestion par TNT de ces quelques cas de dysfonctionnement est remarquable (lire encadré ci-dessous).

### Comment expliquez-vous le succès de votre partenariat avec TNT ?

— Par une volonté commune de bâtir un partenariat gagnant-gagnant, de s'inscrire dans la durée, mais aussi par la qualité des relations humaines que nos deux entreprises entretiennent entre elles. Les entreprises, ce sont avant tout des hommes. Les dirigeants de TNT accompagnent notre direction dans sa stratégie de croissance interne et externe. Nos magasiniers s'entendent à merveille avec les chauffeurs de TNT et nos responsables logistiques d'entrepôts sont ravis de leurs contacts avec les directeurs d'agences TNT. Quant aux commerciaux, ils n'ont aucune envie de changer de transporteur, tant leurs clients sont satisfaits de leurs livraisons ! ●



— Stihl a inauguré en février 2015 son nouveau centre logistique à Quincy-Voisons, plateforme dédiée à la réception et à la distribution de produits finis sur toute la France.



— S'étendant sur 12 000 m<sup>2</sup> avec une extension possible de 6 000 m<sup>2</sup>, le nouveau centre logistique expédie 2 500 appareils à moteur en moyenne par jour, avec des pics à 5 000.



© TRISTAN PAVIOT

— Tous les jours, les ramassages s'effectuent par rotation de remorques sur des fréquences horaires définies.

## L'innovation au service de l'efficacité

**Qui** : Stihl.

**Activité** : Fabricant de matériel de motoculture.

**Où** : Quincy-Voisons, Seine-et-Marne (77)

**Effectifs** : 13 800 dans le monde, 190 en France.

**Web** : [www.stihl.fr](http://www.stihl.fr).

**Chiffre d'affaires** : 2,98 milliards d'euros en 2014, + 5,9 % par rapport à 2013.



— Le site de Quincy-Voisons est à la pointe de la technologie et entièrement informatisé : cet opérateur effectue une phase de réapprovisionnement à l'aide d'un terminal mobile. Chaque opérateur de production est d'ailleurs équipé d'un terminal et d'une imprimante mobile pour une plus grande efficacité.



— L'informatisation du centre logistique permet également de suivre en temps réel l'activité du site.



— Chaque jour, TNT effectue des ramassages sur le site de Quincy-Voisons afin de livrer les clients de Stihl dès le lendemain. TNT traite plus de 28 000 colis par mois pour Stihl France.

### TNT et Stihl : des valeurs partagées

Le partenariat avec Stihl remonte à de nombreuses années. La promesse de TNT est d'assurer à Stihl son engagement auprès de ses revendeurs en une livraison Express en J+1 en matinée. Les valeurs de TNT et Stihl se rejoignent : cultiver le goût du service et l'excellence.



➔ Informer les clients, les journalistes et les professionnels du secteur de l'express, créer du lien entre les collaborateurs, faire vivre les valeurs et l'expertise de l'entreprise, renforcer la satisfaction des clients webmarchands et de leurs destinataires, toutes ces raisons, et bien d'autres encore, conduisent TNT à dialoguer chaque jour, sur les réseaux sociaux, avec des milliers d'interlocuteurs. /

# Le "People Network" en mode



**T**NT a compris très tôt que le « People Network » devait vivre et s'exprimer également en mode 2.0. Dès 2010, l'expressiste, prenant conscience que les réseaux sociaux ne sont plus réservés aux particuliers, est présent sur Twitter (@TNTFrance). Objectif : renforcer son image d'expert et tisser de nouvelles relations avec les journalistes et les acteurs influents du secteur de l'express. Les « posts » concernent en priorité la stratégie de TNT, son actualité, ses innovations, ou sa participation à divers événements, comme tout récemment la soirée de remise des Grand Prix des Chefs d'Entreprise.

## FACEBOOK, LIEU D'AFFIRMATION DES VALEURS DE L'ENTREPRISE

— En septembre 2012, TNT franchit une nouvelle étape en ouvrant son compte Facebook (TNT Express France) afin de mettre aussi en lumière, sur la toile, l'esprit du People Network : les hommes et les femmes de TNT font

## TNT TOUCH

### ➔ Une équipe d'experts !

Formés à la communication sur les réseaux et à la résolution des réclamations, trois conseillers du Service Clients répondent, en moins de deux heures, aux sollicitations des internautes sur Facebook et Twitter (@TNT\_ServClient). Le service est ouvert du lundi au vendredi de 9 heures à 18 heures sans interruption. Sachant faire preuve de compréhension, d'écoute et d'empathie, ces spécialistes des réseaux sociaux et de la relation clients sont légitimement fiers d'affirmer que plus de 85 % des réclamations qu'ils traitent se terminent par des remerciements de la part de leurs interlocuteurs !

sa force ! L'entreprise partage et échange avec ses collaborateurs sur leur actualité locale, la vie des sites, les succès de TNT, ses bonnes pratiques, et témoigne de leurs engagements solidaires et responsables. Ce nouveau canal de communication renforce leurs liens et leur fierté d'appartenance à l'entreprise. Il met en avant l'actualité de TNT, ses offres et services, affirme son identité et ses valeurs, partage son expertise du transport et maîtrise sa e-réputation. En parallèle, TNT offre un nouveau canal de service clients sur sa page Facebook et son compte Twitter dédié. Des conseillers spécialisés répondent à toutes les questions concernant les expéditions.

## SUR LINKEDIN ET VIADEO, L'IMAGE D'UN ENTREPRENEUR ATTRACTIF

— Plus récemment, TNT a ouvert une page officielle sur LinkedIn et Viadeo. Entreprise dynamique, certifiée « Top Employeurs », qui compte près de 4 500 collaborateurs en France et pas loin de 70 000 dans le monde, TNT est toujours en quête de nouveaux talents et de jeunes recrues, à qui elle offre de belles perspectives de carrière. ●

## L'EXPERT



DR  
**INGRID BOURGUIGNON**, ATTACHÉE DE PRESSE TNT FRANCE

### ➔ « Interagir avec tout le monde »

#### Quelles raisons ont poussé TNT à être présente sur les réseaux sociaux ?

— Aujourd'hui, toutes les parties prenantes d'une entreprise – clients, partenaires, collaborateurs, leaders d'opinion, etc. – sont sur les réseaux sociaux. TNT devait également répondre présent. Sur Twitter, Facebook, LinkedIn et Viadeo, nous pouvons interagir avec tous nos interlocuteurs, lancer des discussions, dialoguer et affirmer notre identité et nos valeurs auprès de chacun. En parallèle, nous proposons un canal Service Clients supplémentaire pour les internautes sur Facebook et Twitter.

#### Quels exemples pourriez-vous nous donner de ce qui se passe concrètement sur les réseaux sociaux de TNT ?

— Sur Twitter, nous informons en continu sur notre actualité et partageons avec nos followers des temps forts lors des conférences auxquelles nous participons, comme le « Live Tweet » en direct du Salon des Entrepreneurs de Lyon, pour la conférence « Prospection, fidélisation des clients : quels outils numériques ? », animée par Antoine Caby,

Directeur Marketing de TNT. Avec Facebook, nous incarnons le « People Network ». Par exemple, en septembre dernier, nos équipes de Montpellier, victimes de inondations, ont reçu beaucoup de messages de soutien. Les médias sociaux permettent de communiquer à l'instant T et favorisent l'empathie et la compréhension de nos métiers.

#### Ont-ils également contribué à faire de juin le « mois des PME » chez TNT ?

— Oui, bien sûr ! Nous avons lancé sur Twitter l'opération « 1 jour, 1 tweet » avec chaque jour un chiffre clé, une tendance marché, une offre TNT répondant spécifiquement aux besoins des PME. Nos clients partagent également en retour leurs visites sur nos sites, leurs rendez-vous avec nos équipes... Un bel échange interactif !

➔ Dans le cadre de son programme « Express & Durable », TNT a mobilisé avec succès, du 30 mai au 5 juin dernier, à l'occasion de la semaine européenne du développement durable, les 300 collaborateurs de son siège lyonnais autour d'initiatives éco-responsables. /

# Une semaine d'actions éco-responsables

**P**lutôt que de jeter les objets dont on ne se sert plus, offrons-leur une seconde vie en les recyclant ! Pour la première fois, cette année, TNT a proposé un grand « troc », synonyme de consommation responsable, à ses collaborateurs. Tous les objets qui n'ont pas trouvé preneur ont été collectés par une association de solidarité locale, le foyer Notre-Dame des Sans Abris. Dans le même esprit, l'opération Recyclivre, qui s'est prolongée jusqu'au 12 juin, a permis aux salariés du siège d'offrir à l'association éponyme des livres, mais aussi des CD et DVD, qui seront ensuite revendus en ligne, 10 % des recettes étant reversés à l'association « Bouge le Monde » de TNT. Le jeudi 4 juin, des stands de dégustation et de vente de produits locaux, bio et de saison, ont fait découvrir aux collaborateurs les circuits courts et leurs nombreux bienfaits environnementaux, économiques, sociaux et gustatifs !

## Promouvoir des modes de transport alternatifs

— Le vendredi 5 juin, TNT a relevé le défi « au travail, j'y vais autrement ! », proposé aux entreprises et aux collectivités par la Région Rhône-Alpes et l'ADEME. Marche, vélo, covoiturage et transports en commun ont remplacé pour un jour – ou plus si affinités – le couple traditionnel « ma voiture et moi ». Ce même jour, l'entreprise Bolloré, cliente de TNT, est venue évoquer les bienfaits de l'électrique et de l'auto-partage, et présenter son nouveau cabriolet électrique, baptisé Bluesummer. Enfin, TNT a lancé un grand jeu concours national « j'ai compris, j'agis ! » qui fait écho au slogan du programme environnemental de TNT « Express & Durable ». L'objectif ? Recueillir, valoriser et partager les bonnes pratiques des collaborateurs partout en France sur le thème : « Et vous, quelle est votre contribution pour l'environnement ? ». Chacun est invité à envoyer un « selfie » de cette contribution accompagné de la phrase complétée « J'ai compris, j'agis... ». Tous les participants seront inscrits au tirage au sort national. Les gagnants recevront un lot sur le thème de la consommation responsable. Le « People Network » a décidément fait la preuve, durant cette semaine, qu'il était aussi une communauté engagée en faveur du développement durable. ●

## TNT TOUCH

### ➔ « Express & Durable », un programme ambitieux mais réaliste

Consciente de sa responsabilité en tant que transporteur, TNT a développé en France un programme environnemental intitulé « Express & Durable », dont l'objectif est de minimiser l'impact de ses activités sur l'environnement. Ambitieux mais réaliste, ce programme, articulé autour de 10 axes opérationnels, permet à TNT d'agir à tous les niveaux de l'entreprise : développement des meilleures solutions de transport, construction de partenariats gagnants avec l'ensemble des parties prenantes et engagement des collaborateurs dans une démarche durable.



DAAN DAAMS,  
CHAUFFEUR TNT À DUIVEN, AUX PAYS-BAS /

## « La dimension humaine est essentielle chez TNT »

**C**hauffeur TNT basé à Duiven, aux Pays-Bas, Daan Daams transporte ses colis vers une vingtaine de destinations à travers l'Europe, en passant par Barcelone, Milan ou Saint-Sébastien. Les voyages, faire de la route, Daan adore ça. « À 17 ans, je suis parti étudier un an en Australie, grâce à une bourse d'études que TNT offrait aux enfants de ses employés et dont mon père avait bénéficié car il était chauffeur TNT à l'époque ». Passionné de camions depuis tout petit, il décide à son retour de suivre une formation de chauffeur, travaille dans différentes sociétés de transport puis intègre TNT, « comme mon père ». Et comme son père aussi, il y a 25 ans, Daan est choisi pour représenter TNT dans un spot TV. « J'en suis très fier. Parce que cette publicité décrit parfaitement l'ADN de notre entreprise et ce que signifie notre signature de marque "The People Network". La dimension humaine est essentielle chez TNT, et c'est aussi ce qu'apprécie nos clients, je pense. » ●

## LE CHIFFRE

# 2 000

Le nombre d'écoliers en Hollande, Allemagne et Autriche que l'association Blind Spot initiative où Daan est bénévole, a formé à la sécurité routière et notamment aux dangers de l'angle mort car il est essentiel pour les enfants de savoir qu'ils peuvent être « invisibles » à côté d'un camion.

**BATIMAT**  
**IDÉOBAIN**  
**INTERCLIMA+ELEC<sup>HB</sup>**

le  
mondial  
du bâtiment



 Reed Expositions



[www.batimat.com](http://www.batimat.com)  
[www.ideo bain.com](http://www.ideo bain.com)  
[www.interclimaelec.com](http://www.interclimaelec.com)

TNTmag est une publication de TNT Express France 58, avenue Leclerc - 69007 Lyon • ISSN : 2275-0576 -

**Directeur de la publication :** Antoine Caby - **Comité de rédaction :** Malyka Benseghir, Caroline Chamberland, Christophe Le-Provost, Anne Roche - **Illustrateur :** Stephane Kiehl - **Rédacteur :** Patrice Theillout - **Conception-réalisation :** Wefactory - [www.we-factory.fr/](http://www.we-factory.fr/)  
Imprim'Vert papier 100 % recyclé, encre végétale. **Retrouvez TNT sur les réseaux sociaux** 