

La Fnac annonce un plan d'économies et de conquête commerciale

La Fnac a présenté aujourd'hui à ses partenaires sociaux sa stratégie pour les 3 ans à venir.

Dans un contexte de dégradation brutale de la conjoncture, notamment sur le marché des produits techniques, la Fnac a décidé de mettre en œuvre un plan d'économies et de conquête commerciale en France et à l'international.

Les mesures d'économies, d'un montant global de 35 millions d'euros en année pleine, toucheront tous les secteurs (frais généraux, communication, loyers, investissements opérationnels...).

Un programme de conquête commerciale sera déployé dès le premier semestre 2009. Il comporte le lancement de nouvelles activités (ex : produits dérivés en disque et vidéo, occasion en jeux vidéo), le développement de pôles d'excellence pour les rayons stratégiques de l'enseigne (BD, Musique classique, Hifi, Photo ...) notamment au sein de ses magasins parisiens, des opérations commerciales plus ciblées, l'enrichissement de l'offre de produits et de services ainsi qu'une meilleure adéquation de la présence des équipes de vente à celle des clients.

Ce plan pourrait avoir un impact sur les effectifs et concerner 400 postes en France, soit 3,4% des effectifs. Ce chiffre représente moins du quart des mouvements naturels de l'entreprise dont le turn-over (promotions, mobilités, départs...) a été de 14% en 2008.

La Fnac a pour objectif d'éviter tout licenciement et se donne 18 mois pour proposer un emploi à tous grâce à la mobilité interne (une centaine de postes sont d'ores et déjà ouverts), au turn-over, au développement des pôles d'excellence et aux nouvelles activités.

Tous les moyens seront déployés pour favoriser la mobilité professionnelle et mettre en œuvre les mesures d'accompagnement nécessaires pour atteindre cet objectif.

Des concertations vont être lancées en ce sens avec les partenaires sociaux pour déterminer les procédures les plus adaptées.

Pour Christophe Cuvillier, Président-directeur général de la Fnac, « *En cette période de crise, la Fnac est tout entière mobilisée pour conforter son statut d'enseigne préférée auprès de ses clients. La Fnac a tous les moyens de renforcer ses positions de leader et ses parts de marché* ».

A propos de la Fnac ... Filiale du groupe PPR et enseigne leader de la distribution de produits culturels et techniques en France, la Fnac dispose de 145 magasins : 81 en France et 64 à l'International (Belgique, Brésil, Espagne, Italie, Portugal, Suisse et Grèce). Son site Internet, www.fnac.com est l'un des premiers sites d'e-commerce BtoC en France en terme d'audience avec une moyenne de 750 000 visiteurs uniques par jour. Sa filiale Fnac éveil&jeux propose une sélection de produits à destination des enfants, à travers un réseau de plus de 40 magasins et la vente à distance par catalogues et sur internet. La Fnac compte près de 20 000 collaborateurs et a réalisé un chiffre d'affaires de 4 584 millions d'euros en 2007.

A propos de PPR ... PPR développe un portefeuille de marques mondiales à fort potentiel de croissance. Avec ses marques Grand Public et ses marques de Luxe, PPR a réalisé, en 2007, un chiffre d'affaires de 19,1 milliards d'euros. Le Groupe est actif dans 90 pays et rassemble près de 90 000 collaborateurs. Le titre de PPR est coté à Euronext Paris (FR 0000121485, PRTP.PA, PPF).

Retrouvez tout l'univers des marques de PPR sur www.ppr.com : Fnac, Redcats Group (La Redoute, Vertbaudet, Somewhere, Cyrillus, Daxon, Ellos, The Sportsman's Guide, The Golf Warehouse et les marques du pôle grandes tailles), Conforama, CFAO, Puma et les marques de luxe de Gucci Group (Gucci, Bottega Veneta, Yves Saint Laurent, Balenciaga, Boucheron, Sergio Rossi, Alexander McQueen et Stella McCartney).
