

Ivry, le 13 janvier 2012

LA FNAC ANNONCE UN PLAN D'ECONOMIES DE 80 M€ ET POURSUIT LA MISE EN ŒUVRE DE SA STRATEGIE "FNAC 2015"

L'aggravation de la crise économique ces six derniers mois s'est traduite par une forte diminution de la consommation des ménages qui affecte les marchés de la Fnac dans l'ensemble des pays où elle est implantée. En France, après les produits éditoriaux, le marché des produits techniques connaît un sévère décrochage depuis 9 mois, qui atteint par exemple pour les produits électroniques une dégradation de 15% depuis le mois d'avril*. Cette dégradation de la conjoncture se traduit par une baisse significative du chiffre d'affaires 2011 de l'enseigne à -3,2%, et une baisse des performances en magasins de 5,4%.

Compte-tenu de la pression accrue sur ses marges et de la faible élasticité de sa structure de coûts, la Fnac voit son résultat opérationnel courant annuel réduit de moitié. Dans ce contexte, et alors que rien ne laisse entrevoir une amélioration de la conjoncture dans les prochains mois, **la Fnac annonce qu'un projet visant à générer 80 millions d'euros d'économies en année pleine** a été transmis aujourd'hui aux instances représentatives.

Ce projet de plan de baisse des coûts comprend **un important programme de réduction des frais généraux** incluant :

- La réduction drastique des dépenses courantes
- La renégociation des loyers sur l'ensemble du parc de magasins (156)
- La revue générale des contrats de prestations techniques, qu'ils concernent le Siège, les magasins ou la logistique afin d'en optimiser les conditions.

Ce projet comporte également un gel des recrutements dans l'ensemble des pays, une politique de modération salariale et **la suppression de 310 postes en France.**

Ces suppressions de postes porteront exclusivement sur les fonctions supports au Siège et en magasins, qui feront l'objet d'une réorganisation. Les fonctions commerciales et les équipes de Fnac.com, au cœur de la stratégie de développement de la Fnac, ne sont pas impactées par ce projet. La Fnac souhaite que ce plan soit exemplaire en termes d'accompagnement social.

Un plan de départs volontaires sera mis en place et la priorité de la direction est de favoriser tous les reclassements au sein du groupe. D'ores et déjà, cette réorganisation induit la création de nouveaux postes dans le cadre de la relocalisation de certaines fonctions support, qui seront proposés en priorité aux salariés concernés. En parallèle, la Fnac accompagnera tous les salariés, dont les postes ont été supprimés, dans la recherche d'un emploi ou encore d'une formation. **Un ensemble complet de mesures sera proposé et discuté avec les instances représentatives du personnel.**

A l'international, 200 postes, répartis sur l'ensemble des pays, seront supprimés par le non remplacement de départs.

Par ailleurs, **les implantations à l'étranger seront rationalisées.** Ainsi, les 4 magasins de Suisse seront opérés depuis la France dès la fin de l'année 2012. En Italie, où les conditions d'exploitation en propre ne sont plus réunies, la Fnac étudie toutes les options et prendra une décision au cours de l'exercice.

Ces mesures indispensables pour répondre à la crise économique conjoncturelle seront mises en place parallèlement au **déploiement du plan « Fnac 2015 »** qui se poursuit conformément au calendrier prévu.

Pour retrouver un nouvel élan, l'entreprise s'est en effet dotée en juillet 2011 d'un **plan stratégique "Fnac 2015"** destiné à identifier des relais de croissance et à conforter l'attractivité de l'enseigne auprès des clients. Cette stratégie répond aux difficultés structurelles rencontrées par la Fnac.

Dès 2011, grâce à la signature de plusieurs partenariats stratégiques, d'importants projets ont été initiés. Ils se déploieront en 2012. La densification du réseau de magasins, pour répondre aux besoins de proximité et de facilité d'accès des clients, s'intensifiera avec **plus d'une dizaine d'ouvertures** (Fnac à Bercy, points de vente en gares et aéroports, inauguration des nouveaux formats de proximité...).

L'enseigne va aussi développer de nouveaux produits en magasins, notamment ceux destinés aux enfants et à la famille. Ce développement se fera dans le cadre de son nouveau concept commercial visant à rendre les magasins plus attractifs pour les clients en simplifiant et améliorant l'expérience d'achat. Ainsi, cette année **la Fnac inaugurerà 20 Univers « Enfants » et 24 Univers « Services », et installera dans la grande majorité de ses magasins les espaces de téléphonie SFR.**

La conquête de nouveaux clients face à l'e-commerce et la volonté de tirer parti des atouts de l'enseigne, conduiront la Fnac à lancer dès cette année ses **premières bornes fnac.com en magasins**, mais aussi poursuivre **l'élargissement progressif des flux multicanaux (clic et mag, clic et collect, clic et relais colis)**. **En 2012, le nouveau site fnac.com pour mobile sera lancé.** L'approfondissement de la relation client avec l'enseigne sera également poursuivi avec, notamment, de nouvelles offres de services personnalisés.

Alexandre Bompard, Président Directeur Général de la Fnac a déclaré :

« C'est en parvenant à conjuguer la mise en œuvre de son plan d'économies et la poursuite de son ambitieux projet de développement que la Fnac retrouvera les voies de la compétitivité et d'une croissance durable. Elle réaffirmera ainsi sa place de référence sur ses marchés ».

**(source : Banque de France)*

A propos de la Fnac

Filiale du groupe PPR, la Fnac est leader de la distribution de produits de loisirs et technologiques en France. L'enseigne compte plus de 17 000 collaborateurs (à fin décembre 2011) et dispose de 158 magasins : 85 en France et 73 à l'International (Belgique, Brésil, Espagne, Italie, Portugal, Suisse, Maroc). Son site Internet, www.fnac.com est l'un des premiers sites d'e-commerce BtoC en France en termes d'audience avec une moyenne de 750 000 visiteurs uniques par jour. La Fnac a réalisé un chiffre d'affaires de 4 473 millions d'euros en 2010.

A propos de PPR

Le Groupe PPR développe un ensemble de marques mondiales à fort potentiel de croissance distribuées dans plus de 120 pays. En 2010, PPR a réalisé un chiffre d'affaires de 14,6 milliards d'euros et rassemblait plus de 60 000 collaborateurs au 31 décembre. L'action PPR est cotée à Euronext Paris (FR 0000121485, PRTP.PA, PPF).

Retrouvez tout l'univers des marques de PPR sur www.ppr.com : le pôle Luxe (Gucci, Bottega Veneta, Yves Saint Laurent, Alexander McQueen, Balenciaga, Brioni, Boucheron, Girard-Perregaux, JeanRichard, Sergio Rossi et Stella McCartney), le pôle Sport & Lifestyle (Puma, Volcom, Cobra, Electric et Tretorn), Fnac et Redcats.

CONTACTS PRESSE

Laurent Glépin
06.08.57.02.82
laurent.glepin@fnac.com

Gaëlle Toussaint
06.22.77.04.80
gaelle.toussaint@fnac.com

Jennat Kabbaj
06.80.90.93.30
jennat.kabbaj@fnac.com