

Dossier de Presse Octobre 2009

Le groupe Media-Saturn : n°1 en Europe 2

Saturn : une enseigne avant-gardiste

Historique Saturn 4

Une entreprise pionnière

Deux marques pour une concurrence positive

Chemins différents, succès commun

Une croissance solide

Saturn France, un concept innovant en pleine expansion 6

Une expansion maîtrisée

Un dynamisme porté par la décentralisation

Un concept novateur

Renseignements complémentaires:

Ketchum Paris

Thibault Peulen

thibault.peulen@ketchum.fr

Tel : +33 1 53 32 55 99

Amal El Badraoui

Amal.elbadraoui@ketchum.fr

Tel: +33 1 53 32 55 69

Le groupe Media-Saturn

Le groupe Media - Saturn réunit deux marques prestigieuses, Saturn et Media Markt.

La première entrée du groupe sur les marchés étrangers date de 1989, avec son arrivée en France. En 2009, Media Markt et Saturn ont ouvert jusqu'ici 36 nouveaux magasins, et poursuivent leur expansion sur les marchés à forte croissance que sont l'Europe Centrale et l'Europe de l'Est. Plus récemment, Media Markt a ouvert des points de vente en Suède, en Russie et en Turquie.

A propos de Media-Saturn

Avec un revenu net de 19 milliards d'euros et plus de 60.000 salariés en 2008, Media Markt et Saturn sont les premiers détaillants d'articles électroniques grand public en Allemagne et en Europe. Le succès dont jouissent les deux marques de détail, sous l'égide de Media-Saturn-Holding GmbH, s'appuie sur une sélection unique de produits de marque à bas prix, un personnel compétent, un service excellent, une présence publicitaire caractéristique et une structure organisationnelle décentralisée. Chaque directeur général est actionnaire de son propre magasin, et est donc responsable des produits proposés ainsi que de la politique de prix, du personnel et du marketing. Les marques Media Markt et Saturn sont gérées séparément et sont des marques de détails concurrentes. Media-Saturn Group, dont METRO AG est actionnaire majoritaire, possède actuellement plus de 800 magasins dans 16 pays européens.

Vous trouverez davantage d'informations à propos de Media-Saturn Group sur www.media-saturn.com.

Saturn : une enseigne avant-gardiste

Saturn, l'enseigne spécialisée dans l'électronique et le multimédia grand public, dispose en Europe de 239 magasins à ce jour.

Son offre globale va de l'électronique aux produits multimédia, en passant par les appareils et accessoires photo, l'électroménager et l'informatique.

Qualité de service et conseils d'experts sont au coeur de la philosophie de l'enseigne. Les conseillers-clientèle, régulièrement formés, garantissent la meilleure assistance possible – un atout majeur dans un secteur de vente en prise directe avec l'évolution de la technologie.

Des produits de marque innovants, aux prix les plus bas, alliés à une qualité de service pertinente: un concept qui ne connaît pas de frontières ! Saturn observe ainsi depuis 5 ans une forte expansion, et s'est implanté dans 13 pays européens. Bénéficiant d'emplacements prestigieux, ils attirent une clientèle hétéroclite.

Media-Saturn en France

- 32 points de vente (oct 2009)
- 2100 collaborateurs
- CA 2008 : 567 millions d'euros HT

Media-Saturn en Europe

- Plus de 800 magasins
- Plus de 60 000 employés
- CA 2008: 19 milliards d'euros HT
- Présent dans 16 pays

Historique Saturn

Le succès au rendez-vous depuis près de 30 ans !

En près de 50 ans d'existence, l'enseigne Saturn a su s'imposer au niveau européen comme l'un des leaders de la distribution de produits électroniques et électroménagers grand public, en proposant le plus large choix et les plus grandes marques au meilleur prix.

Une entreprise pionnière

Le premier magasin Saturn a ouvert ses portes en 1961 en Allemagne, sur le Hansaring, à Cologne. Au début des années soixante, l'entreprise se positionne comme pionnière en intégrant à son offre de disques vinyles les premières chaînes Hi-fi.

Au début des années 70, elle innove encore, en Allemagne, en offrant un large assortiment de disques en libre-service à des prix bien inférieurs à ceux du marché de l'époque. Saturn est d'ailleurs connu encore aujourd'hui pour son vaste choix de CD, dont la plus importante sélection d'Europe se trouve à la maison mère de Cologne et réunit plus de 300 000 titres.

Deux marques pour une concurrence positive

L'expansion de l'enseigne en Allemagne débute avec l'ouverture d'un magasin Saturn à Francfort en 1985. Une croissance rapide s'en suit. Après la réunification, l'entreprise s'étend alors dans tout le pays.

En 1990, la holding Media Markt fait l'acquisition des cinq magasins de la filiale de Kaufhof, Saturn-Hansa-Handels-GmbH, avant d'y ajouter la maison mère de Cologne et le magasin de Neuss qui y est rattaché.

Depuis, les deux marques, Media Markt et Saturn, sont gérées de manière indépendante au sein de la Media-Saturn-Holding GmbH, elle-même filiale du groupe METRO.

Saturn et Media Markt se côtoient en tant que concurrents, en intégrant un management indépendant et en empruntant des chemins distincts dans le commerce opérationnel, tout en affichant des différences dans leurs assortiments respectifs

Chemins différents, succès commun

Cette stratégie de « double marque » est un facteur clef du succès que remporte le groupe. Au premier abord, cette concurrence au sein de la holding peut sembler inhabituelle. Elle offre pourtant au client la possibilité de choisir entre deux enseignes qui, bien qu'ayant de nombreuses ressemblances, se différencient sensiblement dans le détail. La clientèle est ainsi en mesure de comparer et de profiter d'un commerce vivifié par l'esprit de compétition.

Une croissance solide

Actuellement, Saturn est présent sur 140 sites en Allemagne, avec des surfaces de vente comprises entre 2 500 et 18 000 m². L'enseigne exploite à Hambourg le plus grand magasin spécialisé du monde en électroménager et électronique grand public, avec 100 000 références réparties sur 18 000 m².

Situées aussi bien dans des zones piétonnes que sur des sites individuels ou au sein de centres commerciaux, les enseignes Saturn peuvent également être intégrées dans de grands magasins.

Dans les années à venir, Media-Saturn envisage un accroissement de ses surfaces de vente et une densification de son réseau de distribution, dans le cadre d'une forte politique d'expansion.

Au niveau européen, il existe aujourd'hui 239 magasins Saturn. En 2004, sont venus s'ajouter à ceux déjà présents en Allemagne, en Autriche, en France et en Italie, les tous premiers magasins d'Europe de l'Est, en Pologne et en Hongrie. Dès 2005, l'enseigne Saturn s'est introduite sur le marché espagnol, puis en 2006 aux Pays-Bas. Avec l'ouverture du premier Saturn en Belgique, fin 2007, ainsi qu'en Grèce et au Luxembourg en 2008, et en Turquie et en Suisse en 2009 ; Saturn est désormais présent dans 13 pays européens et est N°1 dans la plupart d'entre eux.

Saturn France : un concept innovant en pleine expansion

Une expansion maîtrisée,

Saturn renforce aujourd'hui sa position en France. En 2008, 5 nouveaux magasins auront ouverts leurs portes : Ivry-sur-Seine (5000 m²), Aulnay (4000 m²), Mulhouse (3300 m²), Wittenheim (3500 m²) et Reims (4000 m²), générant la création de plus de 300 emplois. En mars 2009, Saturn renforçait sa position sur la région Rhône-Alpes en ouvrant un second magasin dans le nouveau centre commercial Carré de Soie. En août, c'était au tour du Havre d'accueillir le 31^{ème} magasin Saturn.

La région parisienne n'est pas en reste puisque le centre commercial **DOMUS accueille désormais, depuis le 29 octobre, le plus grand magasin d'électrodomestique en France (14 000 m²) et le second en Europe (Saturn Hambourg : 18 000 m²).**

Les 32 magasins Saturn totaliseront à la fin de l'année plus de 110 000 m² de surface de vente et 2 100 emplois sur le territoire français, dont 300 nouveaux emplois en 2009. Ainsi, Saturn France s'impose chaque année un peu plus dans l'hexagone.

Saturn, un dynamisme porté par la décentralisation

Le principe de direction et d'organisation décentralisée de Saturn garantit depuis de nombreuses années une croissance durable qui se confirme aujourd'hui partout en Europe.

Liberté et responsabilité grâce à la décentralisation

L'organisation particulière de Saturn nécessite un déploiement important et une adaptabilité aux conditions locales et aux souhaits spécifiques des clients.

Pour cette raison, Saturn mise sur la liberté et la responsabilité de chacun au sein d'une structure décentralisée. Le directeur d'un magasin prend ainsi toutes ses responsabilités en tant qu'entrepreneur.

Chaque point de vente Saturn fonctionne donc comme une entreprise indépendante, placée sous la direction d'un directeur actionnaire. Ce dernier gère de façon autonome ses propres ressources humaines, adapte sa gamme de produits et sa politique de prix en fonction des critères locaux et mène ses propres campagnes de publicité.

Cette liberté commerciale se traduit, d'une part par une forte réactivité aux contraintes concurrentielles, d'autre part par une forte adhésion individuelle aux objectifs de l'entreprise.

La stratégie commerciale décentralisée de Saturn est également devenue la pierre angulaire de son expansion internationale, avec un seul objectif : s'imposer comme la meilleure enseigne au niveau local, avant de devenir numéro 1 sur chaque marché national où l'enseigne est présente.

Tout en conservant leur indépendance, les points de vente sont aidés au quotidien par les services du siège Saturn, qui se portent garants des fondamentaux du concept et assurent le back office.

Saturn : un partenaire local de tout premier plan

Saturn est un partenaire local très attendu par les communes, les promoteurs immobiliers et les consommateurs, car l'arrivée d'un magasin Saturn crée un effet d'attractivité particulièrement profitable au commerce local.

De plus, Saturn crée en permanence des emplois qualifiés et pérennes. Sa politique de ressources humaines place l'employé, sa créativité et son sens de l'initiative au cœur du développement de l'entreprise. Ainsi, ce dernier suit régulièrement des formations aux produits et services de l'enseigne, et peut également participer à des programmes de promotion individuelle.

Saturn, un concept novateur

Un grand choix de marques et de produits, des prix toujours bas et des services de qualité : tels sont les ingrédients du succès de Saturn en Europe. Depuis sa création en 1961, l'entreprise leader en Europe a progressivement gagné en taille et en renommée.

L'innovation au meilleur prix

Comptant à ce jour 235 magasins dans toute l'Europe, bénéficiant tous d'emplacements de grande qualité au cœur de grands centres urbains et commerciaux, l'enseigne Saturn propose dès aujourd'hui à ses clients les innovations de demain.

À peine les dernières tendances technologiques sont-elles dévoilées sur les salons mondiaux, qu'elles prennent place dans les rayons des magasins Saturn. Le client peut alors les tester avant d'acheter!

Le plus grand choix d'électrodomestique sous le même toit

Les magasins Saturn proposent à leurs clients un choix exceptionnel dans les domaines de l'électronique grand public: écrans plats,

appareils électroménagers, télécommunications, ordinateurs, photo, produits nomades ainsi qu'une offre très large de CD, DVD et jeux vidéos.

Saturn garantit également le meilleur prix, sur des produits en stock en magasin, grâce notamment à une puissance d'achat européenne, couplée à une politique de prix bas. Par ailleurs, grâce à la décentralisation des décisions d'achat, la clientèle a la garantie de bénéficier en permanence de l'offre la plus pertinente du marché local.

Le service au cœur de la philosophie des magasins Saturn

Les conseils qualifiés dispensés par des vendeurs spécialisés, ayant tous reçu une formation spécifique, viennent enrichir l'offre de services, au cœur du concept des magasins Saturn. Ainsi, chaque point de vente dispose d'un service clientèle, associé à des prestations de réparation, de livraison et d'installation. De nombreux services de confort (garanties étendues, assurances produits nomades, financement...) apportent des solutions personnalisées aux clients Saturn.

Plus de services !

Saturn complète son offre de services en intégrant dans son espace un Point Service Mobiles !

Dans son atelier intégré, Saturn intervient sur place, en 40 minutes, sur les téléphones mobiles sous et hors garantie. L'objectif est d'aider les utilisateurs lors d'une difficulté d'utilisation, un dysfonctionnement, une panne ou une casse en offrant une solution rapide et économique.

Afin de rendre l'informatique plus agréable, Saturn, dans le cadre du service à la personne, propose à ses consommateurs de nombreuses offres de service à domicile : installation, dépannage, formation, un service sur mesure réalisé par des intervenants qualifiés et diplômés.

Au choix du client, Saturn propose un large panel de services de livraison : de la dépose à l'installation avec mise en service, express sous 2 heures suivant la vente, dimanche et jours fériés, installation murale de votre nouvelle TV, les clients opteront pour un service répondant à leur réel besoin !