



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 6 septembre 2010



Le groupe PPR s'engage au niveau européen sur la qualité de vie professionnelle et la prévention du stress au travail

Le Comité d'Entreprise Européen et la direction du groupe PPR ont adopté le 27 juillet dernier une « Charte d'engagements sur la qualité de vie professionnelle et la prévention du stress au travail ». PPR est ainsi l'un des premiers groupes français à disposer, au niveau européen, d'un cadre commun d'actions et d'outils pour prévenir les risques psychosociaux. Cette Charte s'applique à l'ensemble des enseignes du Groupe en Europe.

Dans une conjoncture difficile, où des efforts renouvelés sont demandés à tous, le Groupe considère que, fidèle à ses principes de conduite des affaires, il est de son devoir et de sa responsabilité de veiller à ce que ses collaborateurs bénéficient d'un univers de travail motivant, propice au développement et à l'épanouissement de chacun.

La Charte adoptée le 27 juillet marque l'aboutissement de discussions engagées depuis 8 mois avec les représentants européens du personnel et s'inscrit dans cette démarche. Elle exprime la volonté commune de partager les bonnes pratiques et les initiatives déjà en cours dans les différentes enseignes du groupe et de s'y référer, voire, le cas échéant, de les compléter.

Les risques psychosociaux recouvrent des risques professionnels d'origine et de nature variées. Chaque enseigne du groupe PPR devra les identifier selon sa spécificité. Elles se référeront pour cela à l'une des définitions communes sur le stress, retenue par les signataires : « le déséquilibre entre la perception qu'une personne a des contraintes que lui impose son environnement et la perception qu'elle a de ses propres ressources pour y faire face », dont les effets sont non seulement psychologiques, mais également de nature à « affecter la santé physique, le bien-être et la productivité de la personne qui y est soumise ». Chaque enseigne est expressément invitée en outre à intégrer dans toutes ses analyses et ses actions le coût économique et social du stress au travail.

Il appartient à chaque enseigne, de bâtir ou de compléter ses plans d'action autour de 3 principes partagés :

1. Identifier et évaluer les facteurs de stress au travail, propres à ses activités et à son organisation.

Conformément à la législation européenne, les indicateurs recouvrent l'organisation et les processus de travail (notamment le contenu, la charge et le rythme de travail, le degré d'autonomie du salarié, l'adéquation du travail à ses capacités, la culture organisationnelle), les conditions de l'environnement de travail (notamment l'environnement et les outils de travail, les relations sociales, le développement de carrières), la communication (notamment la visibilité quant à ce qui est attendu au travail, les perspectives d'emploi, les changements à venir) et un certain nombre de facteurs subjectifs liés à des pressions émotionnelles et sociales.

2. Disposer de mesures préventives pour améliorer la qualité de vie professionnelle et réduire les facteurs de stress au travail

Parmi les moyens et actions préventives, devront notamment figurer la mise en place d'outils et de procédures de vigilance et d'alerte, des actions de sensibilisation (information des salariés, formation des managers), la promotion de la conciliation entre vie professionnelle et vie personnelle et la reconnaissance des salariés dans leur évolution professionnelle.

3. Informer et écouter les salariés

Les enseignes du groupe PPR se donneront les moyens de recueillir la perception des salariés sur leur environnement et leurs conditions de travail, à partir d'outils permettant une écoute de qualité.

Parmi les outils existants, figure l'étude d'opinion PPR « Quel temps fait-il chez vous ? », qui, depuis 2001, donne aux collaborateurs l'opportunité de s'exprimer de façon anonyme. Le retour d'expérience depuis près de 10 ans a permis, d'année en année, d'ajuster, de réorienter ou d'approfondir les différents plans d'action mis en œuvre et d'apporter des réponses adaptées à la problématique de chaque enseigne.

La Charte va être communiquée dans les semaines à venir à l'ensemble des salariés du Groupe en Europe, pour une mise en œuvre à partir de novembre 2010. Les engagements pris dans le cadre de la Charte feront l'objet d'un suivi régulier au sein du Comité d'Entreprise Européen.



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 2009, un chiffre d'affaires de 16,5 milliards d'euros. Le Groupe est actif dans 60 pays et rassemble plus de 73 000 collaborateurs. Le titre de PPR est coté à Euronext Paris (FR 0000121485, PRTP.PA, PPF.P).

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, Puma et les marques de luxe de Gucci Group (Gucci, Bottega Veneta, Yves Saint Laurent, Balenciaga, Boucheron, Sergio Rossi, Alexander McQueen et Stella McCartney).



Contacts

Presse :	Charlotte Judet	01 45 64 65 06	cjudet@ppr.com
	Cindy Germanaud	01 45 64 61 57	cgermanaud@ppr.com
Site internet :	www.ppr.com		