



## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 27 avril 2011



### Chiffre d'affaires du 1<sup>er</sup> trimestre 2011

- Chiffre d'affaires en croissance de 9 %, tiré par les activités Luxe (+ 26 %) et Sport & Lifestyle (+ 13 %)
- Toutes les zones géographiques en croissance (hors Japon)

Au 1<sup>er</sup> trimestre 2011, PPR a réalisé un chiffre d'affaires de 3,7 milliards d'euros, en croissance de 9,1 % en réel et de 6,5 % en comparable par rapport au 1<sup>er</sup> trimestre 2010. Ce très bon début d'année est notamment soutenu par la forte croissance des activités du groupe dans les pays émergents (21 % du chiffre d'affaires).

Le pôle Luxe a enregistré une excellente performance, avec un chiffre d'affaires en croissance de 26,2 % en réel. Au total, les ventes des activités Luxe et Sport & Lifestyle sont en hausse de 20,6 % en réel et de 14,7 % en comparable.

Le chiffre d'affaires de PPR est en hausse dans toutes les zones géographiques, à l'exception du Japon, où le séisme du 11 mars a inversé la tendance favorable enregistrée depuis le début de l'année.

François-Henri Pinault, Président-Directeur général de PPR, a déclaré : « *PPR améliore à nouveau ses performances au 1<sup>er</sup> trimestre 2011. La forte progression des ventes est portée par les excellents chiffres de nos marques de Luxe et de Sport & Lifestyle qui, ensemble, enregistrent une croissance à deux chiffres dans toutes les zones géographiques, hors Japon. Au Japon, le professionnalisme et le courage de nos équipes ont permis aux marques du groupe de faire face aux événements. Ces bonnes performances illustrent notre dynamique de croissance organique. Je suis donc confiant dans la capacité de PPR, grâce à la solidité de son modèle et à la pertinence de ses choix stratégiques, à maintenir en 2011 une croissance soutenue de son chiffre d'affaires et à réaliser des performances financières supérieures à celles de 2010.* »

(en millions d'€)	T1 2011	Variation Réelle	Variation Comparable <sup>(1)</sup>
Pôle Luxe	1 129	+ 26,2 %	+ 22,1 %
Puma	773	+ 13,2 %	+ 5,5 %
	<b>1 902</b>	<b>+ 20,6 %</b>	<b>+ 14,7 %</b>
Fnac	959	- 2,4 %	- 3,2 %
Redcats	853	+ 1,1 %	+ 1,7 %
Eliminations et autres	(3)	<i>ns</i>	<i>ns</i>
<b>PPR - Activités poursuivies</b>	<b>3 711</b>	<b>+ 9,1 %</b>	<b>+ 6,5 %</b>

<sup>(1)</sup> A périmètre et taux de change comparables.

## **Gucci**

Gucci enregistre un début d'année remarquable, avec un chiffre d'affaires en hausse de 24 % en réel et de 20 % en comparable par rapport au premier trimestre 2010. La croissance des ventes s'accélère à la fois dans les magasins en propre, où elle atteint 21 %, et auprès des distributeurs tiers, où elle s'élève à 18 %. Les montres et le prêt-à-porter connaissent un grand succès, notamment grâce au très bon accueil réservé aux collections Cruise et Printemps-Eté 2011. Toutes les régions, excepté le Japon, bénéficient de cette accélération et connaissent une croissance des ventes à deux chiffres. Celle-ci est particulièrement remarquable en Amérique du Nord (+ 35 %) et en Asie-Pacifique (+ 26 %). L'augmentation du chiffre d'affaires concerne toutes les catégories de produits, et notamment la Maroquinerie (+ 17 %).

L'année 2011 est celle du 90<sup>ème</sup> anniversaire de la maison Gucci. C'est l'occasion de mettre en valeur le patrimoine unique de la marque, que ce soit par le biais de la campagne de communication « Forever Now », ou à travers la collection spéciale « 1921 ». Du côté des innovations, la nouvelle ligne pour enfants Gucci Kids, lancée tout récemment, connaît un grand succès. Elle présente, de plus, l'intérêt de faire venir de nouveaux profils de clients dans nos boutiques.

Gucci possède un réseau de 327 boutiques à fin mars 2011, dont 40 en Chine continentale (c'est-à-dire hors Hong-Kong et Macao).

## **Bottega Veneta**

Au premier trimestre 2011, le chiffre d'affaires de Bottega Veneta progresse de 38 % en réel et de 32 % en comparable. A l'exception du Japon où l'activité est en repli de 3 % ce trimestre, toutes les zones géographiques enregistrent des croissances à deux chiffres, notamment l'Europe de l'Ouest (+ 52 %) et l'Asie-Pacifique (+ 51 %) qui représentent 63 % des ventes totales de la marque. Les ventes réalisées dans les boutiques en propre (+ 28 %) et les ventes aux distributeurs tiers (+ 45 %) enregistrent de fortes progressions ce trimestre. Les principales catégories de produits poursuivent leur croissance, soutenue par le succès de la Maroquinerie (+ 33 %) et plus particulièrement des dernières nouveautés parmi les articles iconiques de la marque.

La marque totalise un réseau de 151 boutiques à fin mars 2011.

## **Yves Saint Laurent**

Yves Saint Laurent affiche des ventes en forte hausse au premier trimestre 2011 par rapport au premier trimestre 2010, avec + 29 % en réel et + 27 % en comparable. La vigoureuse accélération des ventes se fait très fortement sentir à travers les ventes aux distributeurs, en hausse de 41 %, mais aussi par l'activité des boutiques en propre, en croissance de 25 %. L'Amérique du Nord (+ 40 %) et l'Europe de l'Ouest (+ 34 %) enregistrent une activité très dynamique. Ceux deux régions représentent 65 % des ventes d'Yves Saint Laurent au premier trimestre. Toutes les catégories de produits enregistrent une croissance à deux chiffres de leurs ventes : ainsi, le chiffre d'affaires du prêt-à-porter est en hausse de 30 %, avec un très bon accueil des collections masculines, et celui des chaussures augmente de 40 %, notamment grâce au succès non démenti des modèles Tribute et TribToo.

Yves Saint Laurent compte 78 boutiques à fin mars 2011.

## **Autres marques du pôle Luxe**

L'ensemble des Autres marques affiche des ventes en progression de 24 % en réel et de 21 % en comparable au premier trimestre 2011 par rapport au premier trimestre 2010.

Balenciaga enregistre une forte croissance à deux chiffres dans toutes les zones géographiques. Chez Boucheron, la progression à deux chiffres est soutenue par le dynamisme de la Haute

Joaillerie et de la Joaillerie. Sergio Rossi réalise un trimestre positif dans son réseau de boutiques en propre. Alexander McQueen enregistre une croissance à deux chiffres, dynamisée par toutes les catégories de produits. Stella McCartney connaît une nouvelle croissance soutenue par toutes les régions.

L'ensemble Autres marques dispose d'un réseau de 142 boutiques en propre à fin mars 2011.

### **Puma**

Au premier trimestre 2011, les ventes de Puma sont en progression de 13 % en réel et de plus de 5 % en comparable par rapport au premier trimestre 2010. L'activité progresse de 7 % dans les magasins en propre et les ventes aux distributeurs tiers augmentent de 5 %. Toutes les catégories de produits sont en croissance : Chaussures (+ 7 %), Textile (+ 2 %) et Accessoires (+ 8 %). L'activité dans les zones Europe/Moyen-Orient/Afrique et Asie-Pacifique est tirée par la dynamique des Chaussures et du Textile. En Amérique du Nord, la croissance est soutenue par le Textile et, en Amérique latine, Puma enregistre une croissance à deux chiffres dans les principaux marchés. Au Japon, qui représente 10 % de l'activité de Puma, les ventes sont en progression de 3 % au premier trimestre 2011.

### **Fnac**

Au premier trimestre 2011, la Fnac affiche un chiffre d'affaires en repli de 3 % en comparable (-2 % en réel) par rapport au premier trimestre 2010.

En France, au premier trimestre 2011, la Fnac enregistre une baisse de son activité de 4 % malgré une forte progression des ventes en ligne (+ 13 %) et le succès rencontré par les services. Les ventes des produits techniques sont en repli de 2 % et l'activité des produits éditoriaux recule de 7 %, pénalisée par l'absence de lancement de nouveautés majeures ce trimestre. A l'international, avec des ventes à - 2 % en comparable au premier trimestre 2011, la Fnac enregistre des performances contrastées. Dans un environnement économique très dégradé, les ventes de la Fnac sont en recul au Portugal et en Espagne même si l'enseigne continue d'y gagner des parts de marché, tandis que l'Italie enregistre un trimestre en progression.

Au total, les ventes en ligne représentent 10 % des ventes de la Fnac. L'enseigne a ouvert deux nouveaux magasins fin mars 2011 et programme d'en ouvrir cinq autres (dont trois en périphérie) sur le reste de l'année. La Fnac est mobilisée pour redynamiser son activité commerciale dès les prochains mois.

### **Redcats**

Redcats connaît son troisième trimestre consécutif de croissance du chiffre d'affaires, avec une hausse de 1 % en réel et de près de 2 % en comparable, soutenue par le renforcement de l'offre produits (variété, prix, marques invitées). Les ventes sur Internet continuent d'augmenter, et leur part dans le chiffre d'affaires augmente également pour atteindre 58 % du total des ventes de Redcats, ce qui représente une hausse de 12 %. Sur Internet, les opérations spéciales et les nouveautés régulières (lancement de nouveaux sites, applications pour smartphones et tablettes, partenariats, boutique Facebook, mannequins virtuels...) font la preuve de leur efficacité.

La Redoute atteint le chiffre de 78 % de ventes online en France, dans un environnement fortement compétitif. Ses activités internationales sont en légère hausse, tirées par la Russie. La part des ventes en ligne y est de 61 %. Par ailleurs, le redressement de Vertbaudet se confirme.

Aux Etats-Unis, la catégorie Sport & Outdoor, dont les ventes se font à 72 % sur Internet, est en croissance de 8 % au premier trimestre. L'activité vente à distance Grandes Tailles enregistre une légère hausse de 2 %.

**Faits marquants de la période, opérations et événements marquants intervenus depuis le 1er janvier 2011**

- PPR a signé le 14 janvier 2011 une ligne de crédit syndiqué de 2,5 milliards d'euros à échéance janvier 2016. L'opération, effectuée dans le cadre de la gestion courante de la liquidité du groupe, a été largement sursouscrite.
- Le 18 mars 2011, PPR a annoncé avoir finalisé la cession de Conforama, en procédant au transfert des titres de Conforama à Steinhoff International et en encaissant l'intégralité du montant de la transaction selon les termes annoncés le 9 décembre 2010.
- En avril 2011, PPR a mené à bien avec succès une opération de rachat partiel de son emprunt obligataire à échéance 3 avril 2014, 800 millions d'euros - coupon 8,625%, dans le but d'améliorer le coût et la structure de sa dette. 250 millions d'euros d'obligations ont été rachetées.
- Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2011, PPR a acquis 819 555 titres d'autocontrôle.

## CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE

PPR tiendra une **conférence téléphonique** pour les analystes et les investisseurs à **18h00** (Europe continentale) / 17h00 (Royaume-Uni) / 12h00 (heure de la côte Est américaine) le **mercredi 27 avril 2011**.

Le numéro à composer est:

Pour la France +33 (0) 1 70 99 42 78

Pour le Royaume-Uni +44 (0) 20 7138 0825

Pour les États-Unis +1 212 444 0481

Code d'accès : 4490896

### Retransmission :

Pour la France +33 (0) 1 74 20 28 00

Pour le Royaume-Uni +44 (0) 20 7111 1244

Pour les États-Unis +1 347 366 9565

Code d'accès retransmission : 4490896# (jusqu'au 11 mai 2011)

## PRESENTATION

Les visuels de présentation (PDF) seront disponibles avant la conférence téléphonique sur le site [www.ppr.com](http://www.ppr.com)



### A propos de PPR

Le Groupe PPR développe un ensemble de marques mondiales à fort potentiel de croissance distribuées dans plus de 120 pays. Avec ses marques Grand Public et ses marques de Luxe, PPR a réalisé, en 2010, un chiffre d'affaires de 14,6 milliards d'euros et rassemble plus de 60 000 collaborateurs au 31 décembre 2010. Le titre de PPR est coté à Euronext Paris (FR 0000121485, PRTP.PA, PFP).

Retrouvez tout l'univers des marques de PPR sur [www.ppr.com](http://www.ppr.com) : le Pôle Luxe (Gucci, Bottega Veneta, Yves Saint Laurent, Balenciaga, Boucheron, Sergio Rossi, Alexander McQueen et Stella McCartney), Puma, Fnac et Redcats (La Redoute, Vertbaudet, Somewhere, Cyrillus, Daxon, Ellos, The Sportsman's Guide, The Golf Warehouse et les marques Grandes tailles).



## Contacts

Presse : Charlotte Judet 01 45 64 65 06 [cjudet@ppr.com](mailto:cjudet@ppr.com)  
Paul Michon 01 45 64 63 48 [pmichon@ppr.com](mailto:pmichon@ppr.com)

Analystes/Investisseurs : Alexandre de Brettes 01 45 64 61 49 [adebrettes@ppr.com](mailto:adebrettes@ppr.com)  
Emmanuelle Marque 01 45 64 63 28 [emarque@ppr.com](mailto:emarque@ppr.com)

Site Internet : [www.ppr.com](http://www.ppr.com)

**Annexe : Chiffre d'affaires du premier trimestre 2011**

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>T1 2011</b>	<b>T1 2010 <sup>(1)</sup></b>	<b>Variation réelle</b>	<b>Variation comparable <sup>(2)</sup></b>
<b>Fnac</b>	<b>958,8</b>	<b>982,2</b>	<b>-2,4%</b>	<b>-3,2%</b>
<b>Redcats</b>	<b>852,7</b>	<b>843,7</b>	<b>+1,1%</b>	<b>+1,7%</b>
<b>Puma</b>	<b>773,4</b>	<b>683,3</b>	<b>+13,2%</b>	<b>+5,5%</b>
<b>Pôle Luxe</b>	<b>1 129,2</b>	<b>894,8</b>	<b>+26,2%</b>	<b>+22,1%</b>
Gucci	730,8	588,7	+24,1%	+19,9%
Bottega Veneta	156,9	113,6	+38,1%	+31,8%
Yves Saint Laurent	76,0	58,7	+29,4%	+26,6%
Autres marques	165,5	133,8	+23,7%	+21,0%
<i>Eliminations</i>	-3,5	-4,4		
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>3 710,6</b>	<b>3 399,6</b>	<b>+9,1%</b>	<b>+6,5%</b>

<sup>(1)</sup> Retraité au titre des reclassements de Conforama en Activités Abandonnées et des retraitements de Puma Grèce selon IAS 8.

<sup>(2)</sup> A périmètre et taux de change comparables.