

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 26 octobre 2011



Chiffre d'affaires du 3^{ème} trimestre 2011

- Forte croissance du chiffre d'affaires du groupe : + 7 %
- Bonne dynamique des activités Luxe et Sport & Lifestyle dans toutes les zones géographiques (+ 18 %), avec une accélération dans le Luxe (+ 25 %)

Au 3^{ème} trimestre 2011, PPR a réalisé un chiffre d'affaires de 3,9 milliards d'euros, soit + 7,0 % en comparable par rapport au 3^{ème} trimestre 2010, en progression dans toutes les zones géographiques.

Cette bonne performance s'explique notamment par le maintien de l'élan très dynamique des activités Luxe et Sport & Lifestyle dans toutes les zones géographiques. Le pôle Luxe a enregistré une croissance de 24,6 % au troisième trimestre, soit 23,7 % sur les neuf premiers mois. Quant au pôle Sport et Lifestyle, la croissance de son chiffre d'affaires atteint 9,9 %, soit 9,6 % sur l'ensemble des trois premiers trimestres.

François-Henri Pinault, Président-Directeur général de PPR, a déclaré : « *PPR réalise de nouveau une performance remarquable ce trimestre. Au sein des pôles Luxe et Sport & Lifestyle, toutes les catégories de produits et tous les canaux de distribution ont contribué à la croissance. Nos activités de Distribution ont bien résisté dans un contexte dégradé. Tout en restant vigilants, nous sommes confiants : nos marques sont fortes et le potentiel à long terme de leurs marchés est important. PPR a la capacité d'afficher en 2011 une croissance soutenue de son chiffre d'affaires et de réaliser des performances financières supérieures à celles de 2010.* »

(en millions d'€)	9 premiers mois 2011	Variation Comparable⁽¹⁾	T3 2011	Variation Comparable⁽¹⁾
Luxe	3 519	+ 23,7 %	1 282	+ 24,6 %
Sport & Lifestyle	2 371	+ 9,6 %	924	+ 9,9 %
	5 890	+ 17,6 %	2 206	+ 18,0 %
Distribution	5 076	- 2,4 %	1 655	- 4,8 %
<i>Eliminations et autres</i>	(9)	<i>ns</i>	(4)	<i>ns</i>
PPR - Activités poursuivies	10 957	+ 7,4 %	3 857	+ 7,0 %

⁽¹⁾ A périmètre et taux de change comparables.

Gucci

Au troisième trimestre, les ventes de Gucci ont augmenté de 21 % en comparable et de presque 18 % en réel par rapport au troisième trimestre 2010. Tous les canaux de distribution ont affiché une croissance à deux chiffres, avec 22 % pour les magasins en propre et 16 % pour les distributeurs tiers, grâce au très bon accueil réservé à la collection Mode Automne-Hiver de Gucci.

Toutes les zones géographiques ont affiché des chiffres en croissance, en particulier les pays matures qui ont réalisé des performances remarquables : + 31 % en Amérique du Nord, + 16 % en Europe de l'Ouest et + 9 % au Japon. L'Asie-Pacifique (37 % des ventes totales de Gucci au troisième trimestre) est en croissance de 22 %, avec + 37 % en Chine Continentale. Toutes les catégories de produits ont connu une hausse significative, l'activité Mode & Maroquinerie atteignant une croissance de 19 %.

Gucci célèbre cette année son 90^{ème} anniversaire. Le Musée Gucci a ouvert ses portes en septembre à Florence, mettant l'accent sur le patrimoine unique de la marque et sur ses racines locales. La campagne de communication mondiale « Forever Now » et la collection spéciale 1921 ont également contribué à la célébration de cet anniversaire, largement relayé par les médias. En septembre également, le magasin-phare de Gucci à Milan, via Montenapoleone, a été rénové avec un décor high-tech.

A fin septembre, le réseau de Gucci atteint 365 magasins, dont 132 dans les marchés émergents.

Bottega Veneta

Le chiffre d'affaires de Bottega Veneta affiche une très forte croissance, à + 39 % en comparable et + 35 % en réel par rapport au troisième trimestre 2010.

Bottega Veneta réalise une performance remarquable à la fois dans ses magasins en propre (+ 34 %) et chez les distributeurs tiers (+ 64 %), tirée par le grand succès de la collection Automne-Hiver 2011. Ce très bon résultat est partagé par toutes les catégories de produits, la Maroquinerie affichant une hausse de 42 %. Toutes les zones géographiques ont nourri la croissance des ventes ce trimestre, avec un bond de 69 % en Asie-Pacifique, région qui compte pour 34 % des ventes de la marque sur la période. En Grande Chine, le chiffre d'affaires est en forte augmentation. En Europe de l'Ouest, il a atteint une hausse remarquable de 42 %, et de 35 % en Amérique du Nord. Il est à nouveau positif au Japon (+ 5 %). Outre une demande soutenue pour tous les segments de l'offre Femme, le prêt-à-porter et les chaussures Homme ont connu un beau succès.

Bottega Veneta possède 158 magasins à fin septembre 2011, dont 55 dans les pays émergents.

Yves Saint Laurent

Au troisième trimestre, les ventes d'Yves Saint Laurent sont en très forte hausse par rapport à la même période de 2010, de 35 % en comparable et de près de 33 % en réel.

Tant les magasins en propre que les distributeurs tiers affichent une vigoureuse progression, de respectivement 40 % et de 46 %.

Les performances de toutes les catégories de produits sont solides, notamment celles de la Maroquinerie, en hausse de 40 %, tirée par les lignes permanentes et le nouveau Cabas Chyc, et des Chaussures, en hausse de plus de 70 % grâce au succès non démenti des lignes Tribute, Tribtoo et Palais.

Quasiment toutes les zones géographiques ont affiché des ventes en croissance, avec des chiffres satisfaisants à la fois dans les pays matures et dans les pays émergents : + 44 % en Europe de l'Ouest, ce qui représente 46 % des ventes de la marque ce trimestre, + 50 % en Amérique du Nord et + 55 % en Asie-Pacifique.

Yves Saint Laurent gère un réseau de 81 magasins, dont 25 dans les marchés émergents, à fin septembre.

Autres marques du pôle Luxe

Depuis le 1^{er} juillet, Sowind Group (Girard-Perregaux et JeanRichard) est pleinement consolidé dans les comptes de PPR.

Au troisième trimestre, les autres marques du pôle Luxe de PPR affichent une croissance du chiffre d'affaires en comparable de 22 % (31 % en réel), cette forte hausse étant transverse à toutes les marques et toutes les zones géographiques. **Balenciaga** a connu une remarquable croissance à deux chiffres ce trimestre, reflétant aussi bien le succès des collections Automne-Hiver 2011 que la réussite de la stratégie d'expansion du réseau de magasins. Les ventes de **Boucheron** ont été tirées par la très bonne performance de la Joaillerie sur la période. **Alexander McQueen** a encore affiché un chiffre d'affaires en forte hausse. De même, **Stella McCartney** a réalisé à nouveau un bon trimestre dans toutes les zones géographiques. **Sergio Rossi** a enregistré une hausse prometteuse des ventes dans ses magasins grâce au nouveau concept lancé cette année. **Girard-Perregaux** affiche des performances très satisfaisantes.

A fin septembre, le réseau des autres marques du pôle Luxe de PPR compte 165 magasins.

Puma

Au troisième trimestre 2011, les ventes de Puma sont en progression de 7 % en réel et de plus de 10 % en comparable par rapport au troisième trimestre 2010. L'activité progresse à la fois dans les magasins en propre et à travers les ventes aux distributeurs tiers. Toutes les catégories de produits sont en croissance, le Textile et les Accessoires ayant été particulièrement dynamiques (+ 14 % chacun). L'Asie-Pacifique et l'Amérique Latine ont connu une croissance à deux chiffres, et la performance du Japon est particulièrement satisfaisante. En Europe de l'Ouest, qui représente 38 % du chiffre d'affaires de Puma, la marque enregistre une croissance de 9 %.

Durant ce trimestre, Puma a signé plusieurs contrats de sponsoring de premier plan avec des stars du football telles que Cesc Fabregas, ainsi que des partenariats en Formule 1 avec l'écurie Mercedes, et en Voile avec le Team Oracle pour l'America's Cup.

Les Championnats du Monde d'Athlétisme IAAF à Daegu en Corée du Sud ont offert à la marque, grâce aux athlètes jamaïcains, une très belle couverture médiatique : Usain Bolt a conservé son titre sur 200m, et le relais 4 x 100m jamaïcain a battu son propre record du monde.

Volcom

Pour la première fois ce trimestre, Volcom est consolidé dans les comptes de PPR.

Le chiffre d'affaires de Volcom s'est élevé à 82 millions d'euros au troisième trimestre 2011, en hausse de 7 % en comparable. L'Amérique du Nord, qui compte pour plus de la moitié du chiffre d'affaires de la marque, et l'Asie-Pacifique ont fortement contribué à cette performance. Les premières étapes de l'intégration de Volcom au sein de PPR se déroulent de façon très satisfaisante.

Fnac

La Fnac affiche un chiffre d'affaires en repli de 4 % en réel et en comparable par rapport à la même période de 2010, dans un environnement de marché particulièrement dégradé sur les mois de juillet, août et septembre.

En France, la Fnac enregistre une baisse de son activité de 6 % malgré une forte progression des ventes en ligne (+ 12 %, ce qui représente 12 % du chiffre d'affaires) et une croissance de 6 % des ventes des magasins de périphérie. Le repli des ventes des produits techniques a été limité, dans un contexte de marché difficile. A l'international, les performances sont contrastées, avec des ventes en repli de 1 %. La croissance du chiffre d'affaires au Brésil est très satisfaisante (+

10 %), et des gains de parts de marché significatifs ont été enregistrés en Espagne et au Portugal.

Au total, les ventes en ligne, en hausse de 20 %, représentent 11 % des ventes de la Fnac. L'enseigne a ouvert un nouveau magasin ce trimestre, à Madrid, et prévoit quatre ouvertures d'ici la fin de l'année (dont deux en périphérie).

La mise en œuvre du plan stratégique « Fnac 2015 », présenté en juillet dernier, a démarré dès cet été.

Redcats

Dans des conditions de marché très difficiles, Redcats a connu une baisse de son chiffre d'affaires de 6 % en comparable et de 8 % en réel par rapport au troisième trimestre de 2010. Le décalage de la date des soldes en France entraîne un effet calendaire sur le troisième trimestre, mais, sur les neuf premiers mois, la baisse du chiffre d'affaires de Redcats est limitée à moins de 1 %. La part des ventes en ligne a continué à augmenter pour atteindre 63 % des ventes, tirée par le lancement de nouveaux sites à l'international et par de nombreuses initiatives d'animation des ventes sur Internet en France (mannequins virtuels, réseaux sociaux...). Le chiffre d'affaires de La Redoute, qui est désormais réalisé à 75 % sur Internet, connaît une baisse de 8 % par rapport à un troisième trimestre 2010 qui avait été marqué par une hausse de 12 %.

Les marques scandinaves se distinguent avec une croissance de leurs ventes de 5 %. Aux Etats-Unis, les marques grandes tailles se montrent résistantes, avec une hausse de 7 % de leurs ventes sur Internet.

Faits marquants intervenus depuis le 1er juillet 2011

- Le 4 juillet 2011, PPR a annoncé la prise de contrôle de Sowind Group, qui possède l'une des dernières manufactures horlogères suisses indépendantes et est présent dans 60 pays avec les marques Girard-Perregaux et JeanRichard.
- Le 19 juillet 2011, la Direction de la Fnac a présenté un nouveau plan stratégique destiné à adapter la Fnac à un contexte de mutations technologiques profondes, d'évolution rapide des modes de consommation et de renouvellement de la concurrence, notamment sur le canal internet.
- Le 25 juillet 2011, Puma SE a été enregistrée sous le statut de Société européenne au registre du commerce.
- Le 3 août 2011, PPR a franchi à la hausse le seuil de 75 % du capital de Puma.

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 26 octobre 2011**.

Le numéro à composer est:

Pour la France +33 (0) 1 70 80 17 65

Pour le Royaume-Uni +44 (0) 20 3364 5381

Pour les États-Unis + 1 646 254 3388

Code d'accès : 4520106

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 : 4520106 # (jusqu'au 9 novembre 2011)

PRESENTATION

Les visuels de présentation (PDF) seront disponibles avant la conférence téléphonique sur le site 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. 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, PPFPA).

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



Contacts

Presse : Paul Michon +33 (0) 1 45 64 63 48 pmichon@ppr.com
Claudia Mora +39 02 88 005 550 cmora@ppr.com

Analystes/Investisseurs : Alexandre de Brettes +33 (0) 1 45 64 61 49 adebrettes@ppr.com
Emmanuelle Marque +33 (0) 1 45 64 63 28 emarque@ppr.com

Site Internet : www.ppr.com

Annexe : Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2011

<i>(en millions d'euros)</i>	9 premiers mois 2011 ⁽²⁾	9 premiers mois 2010 ⁽¹⁾	Variation en réel	Variation en comparable ⁽³⁾	T3 2011 ⁽²⁾	T3 2010 ⁽¹⁾	Variation en réel	Variation en comparable ⁽³⁾
Luxe	3 518,6	2 865,1	+22,8%	+23,7%	1 281,6	1 041,0	+23,1%	+24,6%
Gucci	2 256,7	1 885,4	+19,7%	+21,4%	788,2	670,0	+17,6%	+21,0%
Bottega Veneta	482,8	366,6	+31,7%	+32,8%	185,1	136,6	+35,4%	+38,9%
Yves Saint Laurent	250,4	191,6	+30,7%	+32,2%	97,7	73,7	+32,6%	+35,4%
Autres marques	528,7	421,5	+25,5%	+22,2%	210,6	160,7	+31,2%	+22,4%
Sport & Lifestyle	2 370,6	2 083,0	+13,8%	+9,6%	923,7	784,3	+17,8%	+9,9%
Puma	2 288,5	2 083,0	+9,9%	+9,7%	841,6	784,3	+7,3%	+10,2%
Volcom	82,1			+7,0%	82,1			+7,0%
Distribution	5 076,5	5 232,5	-3,0%	-2,4%	1 654,9	1 751,5	-5,5%	-4,8%
Fnac	2 824,9	2 915,7	-3,1%	-3,6%	959,8	999,4	-4,0%	-4,2%
Redcats	2 251,6	2 316,8	-2,8%	-0,9%	695,1	752,1	-7,6%	-5,6%
<i>Eliminations et autres</i>	<i>-9,1</i>	<i>-16,4</i>			<i>-3,3</i>	<i>-6,6</i>		
PPR – Activités poursuivies	10 956,6	10 164,2	+7,8%	+7,4%	3 856,9	3 570,2	+8,0%	+7,0%

⁽¹⁾ Retraité au titre des reclassements de Conforama et d'Avenue en Activités Abandonnées (IFRS 5) et des retraitements de Puma Grèce selon IAS 8.

⁽²⁾ Retraité au titre des reclassements d'Avenue en Activités abandonnées (IFRS 5).

⁽³⁾ A périmètre et taux de change comparables.

(en millions d'euros)

	S1 2011 (2)	S1 2010 (1)	Variation en réel	Variation en comparable (3)	T2 2011 (2)	T2 2010 (1)	Variation en réel	Variation en comparable (3)	T1 2011 (2)	T1 2010 (1)	Variation en réel	Variation en comparable (3)
Luxe	2 237,0	1 824,1	+22,6%	+23,2%	1 107,8	929,3	+19,2%	+24,4%	1 129,2	894,8	+26,2%	+22,1%
Gucci	1 468,5	1 215,4	+20,8%	+21,6%	737,7	626,7	+17,7%	+23,4%	730,8	588,7	+24,1%	+19,9%
Bottega Veneta	297,7	230,0	+29,4%	+29,2%	140,8	116,4	+21,0%	+26,4%	156,9	113,6	+38,1%	+31,8%
Yves Saint Laurent	152,7	117,9	+29,5%	+30,3%	76,7	59,2	+29,6%	+34,2%	76,0	58,7	+29,4%	+26,6%
Autres marques	318,1	260,8	+22,0%	+22,0%	152,6	127,0	+20,1%	+23,1%	165,5	133,8	+23,7%	+21,0%
Sport & Lifestyle	1 446,9	1 298,7	+11,4%	+9,4%	673,5	615,4	+9,4%	+14,1%	773,4	683,3	+13,2%	+5,5%
Puma	1 446,9	1 298,7	+11,4%	+9,4%	673,5	615,4	+9,4%	+14,1%	773,4	683,3	+13,2%	+5,5%
Distribution	3 421,6	3 481,0	-1,7%	-1,2%	1 664,3	1 709,7	-2,7%	-1,5%	1 757,4	1 771,3	-0,8%	-0,9%
Fnac	1 865,1	1 916,3	-2,7%	-3,2%	906,4	934,1	-3,0%	-3,3%	958,8	982,2	-2,4%	-3,2%
Redcats	1 556,5	1 564,7	-0,5%	+1,3%	757,9	775,6	-2,3%	+0,6%	798,6	789,1	+1,2%	+2,0%
<i>Eliminations et autres</i>	-5,8	-9,8			-2,3	-5,4			-3,5	-4,4		
PPR – Activités poursuivies	7 099,7	6 594,0	+7,7%	+7,7%	3 443,3	3 249,0	+6,0%	+8,7%	3 656,5	3 345,0	+9,3%	+6,7%

(1) Retraité au titre des reclassements de Conforama et d'Avenue en Activités Abandonnées (IFRS 5) et des retraitements de Puma Grèce selon IAS 8.

(2) Retraité au titre des reclassements d'Avenue en Activités abandonnées (IFRS 5).

(3) A périmètre et taux de change comparables.