

## COMMUNIQUÉ DE PRESSE

Paris, le 25 octobre 2012



### Chiffre d'affaires du 3<sup>ème</sup> trimestre 2012

- Chiffre d'affaires en forte croissance : + 7%
- Excellentes performances dans le luxe : + 12%
- Poursuite de la transformation annoncée du groupe

Au troisième trimestre 2012, PPR a réalisé un chiffre d'affaires de 2,6 milliards d'euros, soit + 6,6% en comparable par rapport au troisième trimestre 2011, en progression dans toutes les zones géographiques.

Cette bonne performance s'explique notamment par la poursuite de la forte dynamique de croissance de l'ensemble de nos marques de Luxe. Le pôle Luxe a enregistré une excellente croissance de 11,9 % au troisième trimestre, soit 15,5 % sur les neuf premiers mois. Quant au pôle Sport & Lifestyle, la croissance de son chiffre d'affaires atteint 2% sur les neuf premiers mois de l'année.

François-Henri Pinault, Président-Directeur général de PPR, a déclaré : « *PPR enregistre de nouveau des performances globales très satisfaisantes ce trimestre avec un chiffre d'affaires de nos pôles Luxe et Sport & Lifestyle en hausse de 6,6%. Nos activités Luxe continuent d'afficher une croissance remarquable, soutenue par le dynamisme de nos marques dans l'ensemble des zones géographiques. Nous poursuivons par ailleurs la transformation annoncée du groupe. Ces bonnes performances sur le trimestre témoignent de la complémentarité et du potentiel de croissance de nos marques, de la force du groupe et du très bon équilibre géographique de ses activités. Elles nous permettent d'être confiants dans la capacité de PPR à réaliser une croissance soutenue de son chiffre d'affaires et une amélioration de ses performances opérationnelles et financières sur l'ensemble de l'année 2012* ».

<i>(en millions d'€)</i>	<b>9 premiers mois 2012</b>	<b>Variation Comparable <sup>(1)</sup></b>	<b>T3 2012</b>	<b>Variation Comparable <sup>(1)</sup></b>
Pôle Luxe	4 517	+ 15,5 %	1 593	+ 11,9 %
Pôle Sport & Lifestyle	2 664	+ 2,0 %	970	- 1,2 %
<i>Eliminations et autres</i>	<i>(7)</i>	<i>ns</i>	<i>(2)</i>	<i>ns</i>
<b>PPR - Activités poursuivies</b>	<b>7 174</b>	<b>+ 10,2 %</b>	<b>2 561</b>	<b>+ 6,6 %</b>

(1) A périmètre et taux de change comparables ; les effets de périmètre se rapportent principalement à l'intégration de Brioni, Sowind et Volcom.

- **Pôle Luxe**

Avec un chiffre d'affaires en hausse de 12% en comparable et de 24% en réel, le pôle Luxe affiche d'excellentes performances au troisième trimestre 2012 dans un environnement économique contrasté et sur des bases de comparaisons élevées.

La croissance des ventes dans l'ensemble des marques et dans toutes les zones géographiques démontre le dynamisme et le bon équilibre géographique des activités du pôle.

Toutes les catégories de produits ont contribué à la croissance des ventes du pôle Luxe ce trimestre avec une progression de 11% pour l'activité Mode et Maroquinerie.

A fin septembre, le réseau des marques du pôle Luxe de PPR compte 924 magasins avec 28 nouvelles ouvertures nettes sur le trimestre. Près de 30 magasins du réseau ont par ailleurs fait l'objet de rénovations depuis le début de l'année.

### **Gucci**

Gucci enregistre ce trimestre une très bonne performance avec des ventes en hausse de 7% en comparable et de 16% en réel.

Tous les canaux de distribution ont contribué à cette croissance soutenue avec une très bonne performance des ventes en ligne qui progressent de 44% sur le trimestre.

Toutes les zones géographiques ont affiché des chiffres en croissance. En Europe de l'Ouest, les ventes sont en hausse de 14%, avec un impact très positif des flux touristiques sur les ventes du retail. En Amérique du Nord, en dépit d'une base de comparaison élevée au troisième trimestre 2011, le chiffre d'affaires enregistre également une hausse significative (+11%), portée par l'attrait de la marque auprès de la clientèle locale et la contribution croissante des flux touristiques dans la région. En Asie-Pacifique, les ventes sont en progression de 2%, avec de bonnes performances en Chine Continentale où Gucci enregistre un chiffre d'affaires en hausse significative.

Toutes les catégories de produits progressent, et notamment l'activité Maroquinerie (+8%) qui bénéficie de la montée en gamme et en prix mise en œuvre par la marque depuis plusieurs saisons. Les ventes de prêt-à-porter masculin et de la collection Enfants ont également enregistré une forte croissance à deux chiffres.

A fin septembre, le réseau de Gucci compte 411 magasins (8 ouvertures nettes sur le trimestre).

### **Bottega Veneta**

Au troisième trimestre 2012, le chiffre d'affaires de Bottega Veneta affiche une très forte croissance sur des bases de comparaisons très élevées, à +21% en comparable et +31% en réel.

La marque réalise une très bonne performance en comparable dans toutes les zones géographiques et particulièrement en Europe de l'Ouest avec une croissance de 42%, portée à la fois par la constance des flux touristiques et une forte demande de la clientèle locale. Les ventes sont par ailleurs en hausse de 12% en Amérique du Nord et de 18% en Asie Pacifique. En Chine Continentale, le chiffre d'affaires progresse de plus de 25% sur le trimestre.

Tous les canaux de distribution ont contribué à cette croissance soutenue par le grand succès des articles iconiques de la marque mais aussi des créations plus récentes en Maroquinerie.

La catégorie Homme enregistre une performance très prometteuse sur le trimestre (+32%), notamment sur la Chaussure.

Le succès de la ligne de parfums Bottega Veneta s'est par ailleurs confirmé ce trimestre, tout comme la bonne dynamique de plus petites lignes comme la Joaillerie.

A fin septembre, le réseau de Bottega Veneta compte 189 magasins en propre (9 ouvertures nettes sur le trimestre).

### Yves Saint Laurent

Au troisième trimestre 2012, Yves Saint Laurent réalise une excellente performance avec une croissance des ventes de 27% en comparable et de 33% en réel.

Toutes les zones géographiques ont contribué à cette croissance avec des performances exceptionnelles en comparable au Japon (+58%) et en Asie-Pacifique (+64%). Les autres régions enregistrent également des performances très satisfaisantes, malgré des bases de comparaisons élevées : +22% en Europe de l'Ouest, +11% en Amérique du Nord.

Toutes les catégories de produits réalisent de bonnes performances avec notamment une hausse de 30% pour la Mode et la Maroquinerie.

Les ventes en détail continuent leur progression avec une hausse de 31% sur le trimestre.

Les premières collections conçues par Hedi Slimane ont reçu un très bon accueil auprès des acheteurs et des médias. Elles arriveront en magasin début 2013.

Yves Saint Laurent gère un réseau de 89 magasins à fin septembre (nouvelles ouvertures à Berlin, Milan et Kyoto sur le trimestre).

### Autres marques du pôle Luxe

Au troisième trimestre, les autres marques du pôle Luxe de PPR affichent une croissance du chiffre d'affaires en comparable de 16% (+46% en réel), cette hausse étant portée par toutes les marques et toutes les zones géographiques.

L'activité Mode & Maroquinerie a été particulièrement dynamique avec des ventes en hausse de plus de 13% sur le trimestre, tirées par le succès exceptionnel des marques de designers et les très belles performances de **Brioni** et **Sergio Rossi**.

Les Montres et la Joaillerie sont également en forte croissance (+26%) : les dernières collections de **Boucheron** en haute joaillerie ont rencontré un vif succès et **Girard Perregaux** poursuit son développement en s'appuyant sur l'ADN et le potentiel de la marque.

A fin septembre, le réseau des autres marques du pôle Luxe compte 235 magasins.

#### • Pôle Sport & Lifestyle

Au troisième trimestre 2012, le pôle Sport & Lifestyle enregistre un chiffre d'affaires de -1% en comparable et de +5% en réel avec des performances contrastées selon les zones géographiques. Les ventes de Puma sont globalement stables en comparable alors que Volcom enregistre un repli de son chiffre d'affaires lié à des décalages dans les livraisons.

### Puma

Sur le trimestre, les ventes de Puma ont été portées par de très bons résultats dans les Accessoires, notamment Cobra Puma Golf, et une bonne résistance sur l'Habillement. Les ventes sur la catégorie Chaussures restent affectées par un environnement économique particulièrement difficile en Europe de l'Ouest où l'exposition de la marque demeure importante.

Puma continue d'afficher de bonnes performances en Amérique du Nord (+9%) et dans les 6 marchés émergents prioritaires pour le développement de la marque, et particulièrement en Russie, en Inde, au Brésil et au Mexique. L'activité reste en revanche contrastée en Europe de l'Ouest avec un repli du chiffre d'affaires en France et au Royaume-Uni.

Puma se concentre aujourd'hui sur l'accélération et l'extension de son Plan de Transformation afin de redynamiser la croissance de son chiffre d'affaires à moyen terme.

### **Faits marquants intervenus sur le trimestre**

- Le 18 juillet 2012, Puma a annoncé l'accélération et l'extension de son Plan de Transformation visant à accroître l'efficacité de ses organisations, processus et systèmes ainsi qu'à ajuster sa structure de coûts, notamment en Europe. Ce plan d'actions structurantes occasionnera une charge exceptionnelle pouvant atteindre 100 millions d'euros sur le second semestre 2012.
- Le 26 juillet 2012, PPR et le groupe japonais Toyota Tsusho Corporation (« TTC ») ont annoncé avoir signé un contrat de cession d'actions aux termes duquel TTC a acquis auprès de PPR, début août 2012, 29,8% du capital de CFAO, au prix de 37,50 € par action. A la suite de cette acquisition, TTC est devenu le premier actionnaire de CFAO. TTC a par ailleurs déposé fin août une offre publique volontaire sur le solde du capital à un prix par action identique à celui de l'acquisition du bloc de 29,8%, soit 37,50 €, opération à laquelle l'AMF vient de donner son accord. PPR s'est engagé à apporter à l'offre sa participation restante dans CFAO de 12,2%.
- Le 3 août 2012, PPR SA et YOOX S.p.A. ont annoncé la signature d'un accord portant sur la création d'une joint-venture, détenue à 51 % par PPR et à 49% par YOOX Group, et entièrement dédiée à la gestion, en collaboration avec celles-ci, des boutiques en ligne monomarkes de plusieurs marques de luxe de PPR : Yves Saint Laurent, Alexander McQueen, Balenciaga, Bottega Veneta et Sergio Rossi.

### **Événements postérieurs à la clôture du trimestre**

- Le 9 octobre 2012, PPR a annoncé que son Conseil d'Administration avait validé à l'unanimité le principe de la scission et de la mise en bourse de la Fnac par distribution d'actions aux actionnaires de PPR. L'opération, prévue pour 2013 et dont les modalités précises seront présentées ultérieurement, est soumise actuellement à la consultation des instances représentatives du personnel de la Fnac et de PPR SA.

Au troisième trimestre 2012, dans un contexte économique difficile, la Fnac a gagné de nouvelles parts de marché dans la plupart des pays où elle est présente et enregistré au global une baisse de ses activités de -2,3% en comparable. En France, où la Fnac réalise près de 70% du chiffre d'affaires, l'enseigne résiste bien par rapport aux autres acteurs du secteur avec un repli limité de son chiffre d'affaires (-1,5% en comparable).

La Fnac est désormais comptabilisée dans les « activités non poursuivies » (IFRS 5).

- Le 15 octobre 2012, PUMA SE a annoncé la démission de Jochen Zeitz du poste de Président du Conseil d'Administration de PUMA SE avec effet le 30 novembre 2012.
- Le 23 octobre 2012, le Conseil d'Administration de PUMA SE a élu Jean-François Palus, Directeur Général Délégué de PPR, nouveau Président du Conseil d'Administration de PUMA SE avec effet le 1<sup>er</sup> décembre 2012.

## 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 **jeudi 25 octobre 2012**.

### Le numéro à composer est:

Pour la France + 33 (0)1 70 99 42 71  
Pour le Royaume-Uni + 44 (0)20 7136 2054  
Pour les États-Unis + 1 212 444 0412

Code d'accès : 6751340

### Retransmission :

Pour la France + 33 (0) 1 74 20 28 00  
Pour le Royaume-Uni + 44 (0) 20 3427 0598  
Pour les États-Unis + 1 347 366 9565

Code d'accès retransmission : 6751340 (jusqu'au 7 novembre 2012)

## 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 le potentiel de croissance d'un ensemble cohérent de très grandes marques de Luxe et de Sport & Lifestyle spécialisées dans l'habillement et les accessoires. Présent dans plus de 120 pays, PPR a réalisé en 2011 un chiffre d'affaires de 12,2 milliards d'euros et rassemblait près de 47 000 collaborateurs au 31 décembre. L'action PPR est cotée à Euronext Paris (FR 0000121485, PRTP.PA, PFP).

Retrouvez Gucci, Bottega Veneta, Yves Saint Laurent, Alexander McQueen, Balenciaga, Brioni, Stella McCartney, Sergio Rossi, Boucheron, Girard-Perregaux, JeanRichard, Puma, Volcom, Cobra, Electric, Tretorn et Fnac sur [ppr.com](http://ppr.com).



### Contacts

Presse :	Paul Michon	01 45 64 63 48	<a href="mailto:pmichon@ppr.com">pmichon@ppr.com</a>
	Hélène Saint-Raymond	01 45 64 61 20	<a href="mailto:hsaint-raymond@ppr.com">hsaint-raymond@ppr.com</a>
Analystes/Investisseurs :	Alexandre de Brettes	01 45 64 61 49	<a href="mailto:adebrettes@ppr.com">adebrettes@ppr.com</a>
	Edouard Crowley	01 45 64 63 28	<a href="mailto:ecrowley@ppr.com">ecrowley@ppr.com</a>

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

*Annexe : Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2012*

<i>(en millions d'euros)</i>	<b>9 premiers mois 2012</b>	<b>9 premiers mois 2011 <sup>(1)</sup></b>	<b>Variation en réel</b>	<b>Variation en comparable <sup>(2)</sup></b>	<b>T3 2012</b>	<b>T3 2011 <sup>(1)</sup></b>	<b>Variation en réel</b>	<b>Variation en comparable <sup>(2)</sup></b>
<b>Pôle Luxe</b>	<b>4 517,4</b>	<b>3 518,6</b>	<b>+28,4%</b>	<b>+15,5%</b>	<b>1 592,9</b>	<b>1 281,6</b>	<b>+24,3%</b>	<b>+11,9%</b>
Gucci	2 642,4	2 256,7	+17,1%	+9,4%	914,6	788,2	+16,0%	+7,0%
Bottega Veneta	671,1	482,8	+39,0%	+29,5%	241,6	185,1	+30,5%	+20,6%
Yves Saint Laurent	353,5	250,4	+41,2%	+35,4%	130,0	97,7	+33,1%	+26,7%
Autres marques	850,4	528,7	+60,8%	+18,8%	306,7	210,6	+45,6%	+15,5%
<b>Pôle Sport &amp; Lifestyle</b>	<b>2 663,7</b>	<b>2 370,6</b>	<b>+12,4%</b>	<b>+2,0%</b>	<b>969,7</b>	<b>923,7</b>	<b>+5,0%</b>	<b>-1,2%</b>
Puma	2 466,0	2 288,5	+7,8%	+2,4%	892,2	841,6	+6,0%	-0,0%
Autres marques	197,7	82,1	+140,8%	-3,0%	77,5	82,1	-5,6%	-13,1%
<i>Eliminations</i>	-7,0	-8,4			-2,2	-3,1		
<b>PPR – Activités poursuivies</b>	<b>7 174,1</b>	<b>5 880,8</b>	<b>+22,0%</b>	<b>+10,2%</b>	<b>2 560,4</b>	<b>2 202,2</b>	<b>+16,3%</b>	<b>+6,6%</b>

<sup>(1)</sup> Chiffres retraités de Redcats, Fnac et Fnac Italie (IFRS 5).

<sup>(2)</sup> A périmètre et taux de change comparable ; les effets de périmètre se rapportent principalement à l'intégration de Brioni, Sowind et Volcom.

(en millions d'euros)

	S1 2012	S1 2011 (1)	Variation en réel	Variation en comparable (2)	T2 2012	T2 2011 (1)	Variation en réel	Variation en comparable (2)	T1 2012	T1 2011 (1)	Variation en réel	Variation en comparable (2)
<b>Pôle Luxe</b>	<b>2 924,5</b>	<b>2 237,0</b>	<b>+30,7%</b>	<b>+17,6%</b>	<b>1 466,6</b>	<b>1 107,8</b>	<b>+32,4%</b>	<b>+17,4%</b>	<b>1 457,9</b>	<b>1 129,2</b>	<b>+29,1%</b>	<b>+17,8%</b>
Gucci	1 727,8	1 468,5	+17,7%	+10,8%	879,9	737,7	+19,3%	+10,0%	847,9	730,8	+16,0%	+11,6%
Bottega Veneta	429,5	297,7	+44,3%	+35,1%	211,5	140,8	+50,2%	+37,4%	218,0	156,9	+39,0%	+33,0%
Yves Saint Laurent	223,5	152,7	+46,4%	+41,1%	114,7	76,7	+49,5%	+42,1%	108,8	76,0	+43,2%	+40,1%
Autres marques	543,7	318,1	+70,9%	+20,7%	260,5	152,6	+70,7%	+21,3%	283,2	165,5	+71,0%	+20,0%
<b>Pôle Sport &amp; Lifestyle</b>	<b>1 694,0</b>	<b>1 446,9</b>	<b>+17,1%</b>	<b>+4,0%</b>	<b>807,5</b>	<b>673,5</b>	<b>+19,9%</b>	<b>+5,3%</b>	<b>886,5</b>	<b>773,4</b>	<b>+14,6%</b>	<b>+2,8%</b>
Puma	1 573,8	1 446,9	+8,8%	+3,9%	752,9	673,5	+11,8%	+4,8%	820,9	773,4	+6,1%	+3,1%
Autres marques	120,2			+4,9%	54,6			+12,6%	65,6			-0,8%
<i>Eliminations</i>	-4,8	-5,3			-2,3	-2,1			-2,5	-3,2		
<b>PPR – Activités poursuivies</b>	<b>4 613,7</b>	<b>3 678,6</b>	<b>+25,4%</b>	<b>+12,2%</b>	<b>2 271,8</b>	<b>1 779,2</b>	<b>+27,7%</b>	<b>+12,8%</b>	<b>2 341,9</b>	<b>1 899,4</b>	<b>+23,3%</b>	<b>+11,7%</b>

(1) Chiffres retraités de Redcats, Fnac et Fnac Italie (IFRS 5).

(2) A périmètre et taux de change comparable ; les effets de périmètre se rapportent principalement à l'intégration de Brioni, Sowind et Volcom.