

Paris, le 17 avril 2003

COMMUNIQUE DE PRESSE

TRES BONNE PERFORMANCE du CHIFFRE D'AFFAIRES du 1^{er} TRIMESTRE 2003

Croissance en comparable :

- **Groupe:** +2,8%
- **Grand Public:** +6,1%
- **Retail + Luxe *:** +6,2%

Le chiffre d'affaires du Groupe au premier trimestre 2003 s'est élevé à 6 304,4 millions d'euros, en progression de 2,8% à structure, taux de change et jours comparables. Cette évolution confirme l'amélioration de l'activité trimestre après trimestre en 2002 et l'accélération de croissance observée au 4^{ème} trimestre 2002. Elle reflète notamment le dynamisme du Grand Public et la bonne tenue du Luxe, malgré l'environnement économique.

en millions d'euros	31/03/03	
	Réel	Variation Comparable ***
Conforama	685,3	+5,9%
Fnac	833,7	+7,5%
Mobile Planet	5,0	-5,7%
Pôle Loisirs et Univers de la maison	1 524,0	+6,7%
Printemps	222,3	+1,9%
Redcats	1 084,3	+6,0%
Orcanta	12,2	+12,6%
Pôle Habillement et Bien-être	1 318,8	+5,4%
Grand Public **	2 842,8	+6,1%
Luxe	714,8	+6,0%
CFAO	411,3	+7,9%
Sous-Total Retail + Luxe *	3 968,9	+6,2%
Rexel	1 660,8	-3,0%
Pinault Bois & Matériaux	329,7	-2,5%
Guilbert	353,6	-2,2%
Professionnel	2 344,1	-2,8%
(Eliminations)	(8,6)	na
Total	6 304,4	+2,8%

* y compris CFAO.

** Le pôle Grand Public intègre désormais l'activité Crédit et Services Financiers non cédée (Redcats Finance UK et Ellos Nordic), pour un montant de 14,6 millions d'euros au premier trimestre 2003 et 13,9 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2002, ainsi que le chiffre d'affaires de Mobile Planet.

*** A structure, taux de change et jours comparables.

Serge Weinberg, Président du Directoire de Pinault-Printemps-Redoute, a déclaré :

« Le chiffre d'affaires du premier trimestre 2003 confirme l'amélioration de la performance commerciale du Groupe, malgré le contexte économique et international. La forte croissance enregistrée dans le Grand Public et la bonne tenue dans le Luxe traduisent la force de nos concepts et un dynamisme commercial accru. Cette croissance, qui reflète des gains de parts de marché, s'accompagne de la poursuite d'efforts soutenus aux achats et en matière de maîtrise des coûts. Le chiffre d'affaires conforte le Groupe dans sa stratégie de concentration vers un client unique, le particulier. »

Evolution en comparable

	T1 2002	T2 2002	T3 2002	T4 2002	T1 2003
Groupe	-1,7%	-1,8%	-0,5%	+1,7%	+2,8%
Retail + Luxe *	+0,7%	+0,1%	+1,9%	+3,2%	+6,2%

* y compris CFAO

Au 31 mars 2003, l'écart entre le chiffre d'affaires réel et comparable résulte des effets négatifs des variations de périmètre pour 279,4 millions d'euros, liées notamment aux cessions de Finaref et Finaref Nordic, Facet et de l'activité vente à distance de Guilbert ainsi que des effets négatifs des variations de change, principalement le dollar, pour 302,9 millions d'euros.

Le chiffre d'affaires Internet du Groupe s'est élevé à 232,9 millions d'euros au 31 mars 2003, en progression de 31,4%.

Poursuite du dynamisme du Grand Public

L'accélération de la croissance du Grand Public observée au cours de l'année 2002 s'est confirmée au 1^{er} trimestre 2003, avec une progression spectaculaire de +6,1% à fin mars, contre +3,5% au dernier trimestre 2002. Cette forte hausse reflète le dynamisme commercial des enseignes du Groupe en France et à l'international, portée notamment par la mise en œuvre du programme « CliO » (Client Obsession), qui vise à gagner des parts de marché rentables par une série d'initiatives commerciales. A magasins comparables, la progression du chiffre d'affaires du Grand Public est de 4,1% au 31 mars 2003.

Evolution en comparable	T1 2002	T2 2002	T3 2002	T4 2002	T1 2003
	-1,1%	+0,5%	+1,3%	+3,5%	+6,1%

□ Division Loisirs et Univers de la maison

Conforama

Le chiffre d'affaires de Conforama au premier trimestre 2003 s'inscrit en hausse de 5,9% en comparable, dont 4,2% à magasins comparables.

En France, l'activité progresse de 4% à magasins comparables, soutenue par le succès des soldes et par une animation promotionnelle plus concurrentielle.

A l'international, Conforama enregistre une hausse de 10,6% à périmètre et taux de change comparables, avec notamment une hausse de 7,6% en Italie (à magasins comparables), de 14,8% en Espagne (réel), de 4,5% en Suisse et de 4,3% à magasins comparables en Pologne.

Fnac

En comparable, la Fnac enregistre une progression soutenue de son activité (+7,5% à fin mars 2003), dont 2,2% à magasins constants, avec une bonne tenue de l'activité en France et un dynamisme toujours très marqué à l'international.

En France, les 65 magasins Fnac (dont Chartres ouvert au premier trimestre 2003) affichent une hausse de 3,3% au premier trimestre, tirés notamment par les magasins de province (+4,2%) et de Paris intra-muros (+3,7%).

Les filiales spécialisées françaises confirment leur succès avec une hausse de 20,2% à fin mars 2003, dont 23,2% pour Surcouf qui a ouvert un 4^{ème} magasin à Bordeaux en mars et 13,7% pour le Pôle Enfants avec un très bon début d'année pour Eveil & Jeux (+19,2%). Cela reflète le succès de la stratégie de déploiement de Surcouf et de la segmentation du concept par clientèle.

A l'international, l'activité progresse de 13,3% à périmètre et taux de change comparables. En réel, l'activité des magasins Fnac est en hausse de 13,7%, avec de fortes progressions au Portugal (+14,5%), en Espagne (+13%) et plus particulièrement encore dans les pays où l'enseigne s'est récemment implantée (+72,7% en Italie, +60,4% à taux comparables en Suisse et +32,4% à taux comparables au Brésil). La prochaine ouverture à Naples interviendra au 2^{ème} trimestre, portant le nombre de magasins Fnac hors de France à 33.

Le chiffre d'affaires réalisé sur Internet a été multiplié par 1,5 au premier trimestre et représente désormais 2,6% du chiffre d'affaires, dont 20,3% pour Eveil & Jeux et 9,7% pour Surcouf.

□ Division Habillement et Bien Etre

Printemps

Au 31 mars 2003, le Printemps enregistre une progression de 1,9% de son chiffre d'affaires en comparable. Le premier trimestre 2003 a été caractérisé par le dynamisme du pôle Sport et par la bonne résistance des grands magasins malgré le recul de la fréquentation dans les magasins lié au conflit en Irak.

Les grands magasins ont maintenu un bon niveau global d'activité (+0,4%), avec une progression soutenue des magasins de la Chaîne (+4,9%), bénéficiant des opérations promotionnelles de la carte Printemps et de la forte croissance de la Mode Femme (+13,7%). Haussmann, en retrait de 4,5%, a été pénalisé par la baisse de fréquentation des touristes suite au conflit en Irak et par le dernier grand chantier de rénovation, celui de l'espace Parfumerie/Beauté visant à créer l'un des plus grands espaces au monde sur 3 000 m².

Le pôle Sport qui regroupe Citadium et 18 magasins Made in Sport (dont une nouvelle ouverture en mars 2003), progresse de 9,4% au 1^{er} trimestre 2003, dont 22,1% sur le seul mois de mars.

Redcats

Au premier trimestre 2003, Redcats confirme le redressement observé en fin d'année (+0,9% en comparable au T4 2002), avec une hausse de 6% en comparable. Hors Etats-Unis, la progression est encore supérieure, à +8% à taux de change comparables.

En réel, l'enseigne s'inscrit en retrait de -1,3%, pénalisée par un effet de change fortement défavorable (-7,0%), lié à la baisse du US dollar et de la livre anglaise.

En France, le succès rencontré par le catalogue printemps-été de La Redoute confirme la position de leader de la marque La Redoute : ses ventes sont en hausse de 12,1%, soit une performance supérieure de 4,4 points à celle du marché au premier trimestre 2003. Le catalogue La Redoute s'impose également hors de France avec une croissance spectaculaire de 15,4%, dont 16,8% en Suisse, 11,4% au Royaume-Uni et 11,5% en Belgique. Ces bonnes performances traduisent le repositionnement réussi du catalogue vers sa cible d'origine, la femme, ainsi que l'impact positif du canal Internet sur la vente à distance.

Aux Etats-Unis, Brylane progresse de 1,7% au premier trimestre 2003, avec notamment un très bon mois de mars et une progression de 24,1% de l'activité équipement du foyer, grâce au succès du catalogue Brylane Kitchen lancé en février 2002.

Redcats Nordic réalise un très bon début d'année, avec une hausse de son activité VPC de 15,4% au premier trimestre 2003.

Au sein des enseignes spécialisées, Vertbaudet France et Somewhere confirment au premier trimestre 2003 les bonnes performances commerciales réalisées tout au long de l'année dernière, avec des progressions respectives de 11,9% et 12%.

Les ventes réalisées sur Internet représentent désormais 12,3% du chiffre d'affaires contre 9,5% sur l'exercice 2002, dont 22,3% pour Brylane et 11,2% pour La Redoute en France.

Orcanta

A magasins comparables, Orcanta enregistre une progression de 8,2% de son activité au 31 mars 2003.

Bonne tenue du pôle Luxe

Evolution en comparable	T1 2002	T2 2002	T3 2002	T4 2002	T1 2003
	+4,4%	-6,6%	+1,5%	+3,8%	+6,0%

Le chiffre d'affaires du Pôle Luxe correspond à l'activité Gucci Group de novembre 2002 à janvier 2003. Sur cette période, le chiffre d'affaires est stable en réel (+0,3%), affecté essentiellement par la chute du dollar et du yen et progresse de 6% en comparable.

La division Gucci voit ses ventes reculer de -8,3%, notamment en raison des évolutions de taux de change. Les ventes au détail ont reculé au Japon, en Europe et aux Etats-Unis. En Asie hors Japon, les ventes au détail ont enregistré une forte progression, tirées principalement par une excellente croissance à Taiwan, en Corée, à Hong-Kong et en Chine.

Yves Saint Laurent continue d'afficher d'excellentes progressions de ses ventes (+32,8% en réel), traduisant notamment les fortes ventes de maroquinerie et de chaussures (respectivement plus de 400% et plus de 65% à taux de change comparables). Au 31 janvier 2003, Yves Saint Laurent disposait de 48 magasins gérés en propre, dont celui de 930m² tout nouvellement ouvert à Milan (via Montenapoleone). En 2003, Yves Saint Laurent ouvrira des magasins phares importants à New York, Beverly Hills, Hong-Kong et Londres.

YSL Beauté a également enregistré une bonne performance, avec un chiffre d'affaires en progression de 10,3% en réel, grâce aux ventes toujours solides des parfums phares *Opium* et *Kouros*, à une progression exceptionnelle des lignes de maquillage (+24,5%), et au lancement réussi du nouveau parfum pour hommes *M7*. Au cours de ce trimestre, YSL Beauté a lancé le premier parfum d'Alexander McQueen, *Kingdom*.

Les articles de maroquinerie de Bottega Veneta ont connu un succès exceptionnel avec une croissance du chiffre d'affaires qui a dépassé 90% à taux de change comparables.

Excellentes performances de CFAO

Evolution en comparable	T1 2002	T2 2002	T3 2002	T4 2002	T1 2003
	+7,4%	+9,0%	+7,0%	+0,0%	+7,9%

Malgré les événements en Côte d'Ivoire, CFAO a enregistré une très forte croissance de son activité à fin mars 2003, avec une hausse de 7,9% en comparable. Cette progression reflète notamment la montée en puissance de CFAO Technologies (+32,2%) implanté dans 8 pays (Cameroun, Sénégal, Côte d'Ivoire, Gabon, Nigéria, Mali, Burkina Faso et Algérie), les solides progressions de la Pharmacie (+11,9%), avec la montée en puissance de l'activité en Egypte, ainsi que les performances plus mitigées de l'activité Automobile, avec de bonnes progressions dans les DOM-TOM (11,9%), en Afrique de l'est et Australe (+32,3%) et moindres en Afrique Centrale (-5,4%) et en Afrique Occidentale (-0,3%).

Avec l'acquisition de la société ISUZU Maroc, qui sera consolidée au deuxième trimestre 2003, CFAO renforce son activité de distribution automobile au Maroc.

Bonne résistance du Professionnel

Evolution en comparable	T1 2002	T2 2002	T3 2002	T4 2002	T1 2003
	-5,2%	-4,6%	-4,0%	-1,0%	-2,8%

Rexel

En comparable, Rexel est en retrait de 3% à fin mars 2003, dont -3,6% en Amérique du Nord, -4,5% en Europe hors France et -1,4% en France. Après effets de change de 149 millions d'euros, liés principalement à l'appréciation de l'euro contre les dollars américain et canadien, la baisse s'établit à 10,2%.

La mise en œuvre des mesures de réorganisation annoncées est en avance par rapport au calendrier d'exécution prévu. Ces mesures sont renforcées pour faire face à un environnement qui reste difficile. Compte-tenu de cet environnement, la rentabilité d'exploitation ne s'améliorera pas au premier semestre 2003. Toutefois, les réductions de coûts permettront à Rexel d'améliorer sa rentabilité d'exploitation dès le deuxième semestre 2003, même en prenant en compte une prolongation du contexte actuel.

Pinault Bois & Matériaux

En comparable, l'enseigne enregistre un faible recul de 2,5%, avec un léger repli de l'activité Distribution et une dégradation de l'activité Importation et Transformation de bois.

La variation de -0,1% en réel intègre un effet positif de 2,4% des variations de périmètre avec notamment des effets report des acquisitions intervenues en 2002, les acquisitions en 2003 et la cession de l'activité Maroc à CFAO.

Guilbert

En comparable, les ventes de Guilbert sont en repli de 2,2%, reflétant notamment une bonne tenue en France (+1,3%), des croissances dynamiques en Espagne et au Portugal (+3,1% et +24,5% respectivement) et de moindres performances dans les autres pays où l'enseigne est présente.

L'activité en réel en repli de 27,8% correspond notamment à la sortie du périmètre de l'activité Vente à Distance de Guilbert. Le groupe Pinault-Printemps-Redoute a par ailleurs annoncé le 8 avril 2003, la cession de Guilbert à l'américain Office Depot, cette transaction étant soumise à l'approbation des autorités communautaires.

en millions d'euros	31/03/03	31/03/02	Variation	
	Réel	Réel	Réel	Comparable ***
Conforama	685,3	646,5	+6,0%	+5,9%
Fnac	833,7	781,6	+6,7%	+7,5%
Mobile Planet	5,0	6,5	-23,1%	-5,7%
Pôle Loisirs et Univers de la maison	1 524,0	1 434,6	+6,2%	+6,7%
Printemps	222,3	215,9	+3,0%	+1,9%
Redcats	1 084,3	1 098,1	-1,3%	+6,0%
Orcanta	12,2	10,8	+13,0%	+12,6%
Pôle Habillement et Bien-être	1 318,8	1 324,8	-0,5%	+5,4%
Grand Public **	2 842,8	2 759,4	+3,0%	+6,1%
Luxe	714,8	712,4	+0,3%	+6,0%
CFAO	411,3	387,1	+6,3%	+7,9%
Sous-Total Retail + Luxe *	3 968,9	3 858,9	+2,9%	+6,2%
Rexel	1 660,8	1 849,2	-10,2%	-3,0%
Pinault Bois & Matériaux	329,7	330,1	-0,1%	-2,5%
Guilbert	353,6	490,0	-27,8%	-2,2%
Professionnel	2 344,1	2 669,3	-12,2%	-2,8%
Crédit et Services Financiers **	-	187,6	na	na
<i>(Eliminations)</i>	(8,6)	(10,2)	na	na
Total	6 304,4	6 705,6	-6,0%	+2,8%

* y compris CFAO.

** Le pôle Grand Public intègre désormais l'activité Crédit et Services Financiers non cédée (Redcats Finance UK et Ellos Nordic), pour un montant de 14,6 millions d'euros au premier trimestre 2003 et 13,9 millions d'euros au 1^{er} trimestre 2002, ainsi que le chiffre d'affaires de Mobile Planet.

*** A structure, taux de change et jours comparables.

CONTACTS

Presse : **Juliette Psaume** **01 44 90 63 02**

Analystes/Investisseurs : **David Newhouse** **01 44 90 63 23**

Alexandre de Brettes **01 44 90 61 49**

Site Presse : **www.pprlive.com**

Site analystes/investisseurs : **www.pprfinance.com**