

Paris, le 17 juillet 2003

COMMUNIQUE DE PRESSE

Progression soutenue du chiffre d'affaires du nouveau PPR en comparable de 1,7% au deuxième trimestre et de 4% sur les six premiers mois de l'année, marquée par des gains de parts de marché et une progression significative à l'international

Le chiffre d'affaires du deuxième trimestre 2003 s'est élevé à 5 970 millions d'euros. A périmètre, taux de change et jours comparables, la croissance du chiffre d'affaires des activités constituant le nouveau PPR (Grand Public, Luxe et CFAO) s'établit à 1,7% au deuxième trimestre, dont 2% pour le Grand Public. Sur l'ensemble du semestre, la progression du chiffre d'affaires du nouveau PPR est restée soutenue à 4% en comparable.

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

« Dans ce contexte de ralentissement des marchés, les enseignes Grand Public font une nouvelle fois la preuve de leur capacité à gagner des parts de marché en France et à progresser fortement à l'international. Elles constituent une assise solide pour le nouveau PPR, centré autour du client particulier. La poursuite du développement et le renforcement du positionnement des enseignes au cours du second semestre devraient permettre de réaliser de nouveaux gains de parts de marché sans sacrifier les objectifs de gains de marges. »

□ **Chiffre d'affaires au deuxième trimestre 2003**

en millions d'euros	T2 2003	T2 2002	Variation	
	Réel	Réel	Réel	Comparable **
Conforama	616,4	620,9	-0,7%	-0,3%
Fnac	780,9	730,2	+6,9%	+7,3%
Mobile Planet	4,3	5,0	-14,0%	+7,5%
<i>Pôle Loisirs et Univers de la maison</i>	1 401,6	1 356,1	+3,4%	+3,8%
Printemps	209,0	209,0	+0,0%	-3,3%
Redcats *	1 096,2	1 188,2	-7,7%	+0,7%
Orcanta	11,4	10,5	+8,6%	+7,6%
<i>Pôle Habillement et Bien-être</i>	1 316,6	1 407,7	-6,5%	+0,1%
Grand Public	2 718,2	2 763,8	-1,6%	+2,0%
Luxe	567,1	607,5	-6,7%	-1,7%
CFAO	432,9	421,9	+2,6%	+4,3%
Nouveau PPR	3 718,2	3 793,2	-2,0%	+1,7%
Rexel	1 671,5	1 872,5	-10,7%	-2,7%
Pinault Bois & Matériaux	385,7	341,5	+12,9%	+2,1%
Guilbert	199,8	434,3	-54,0%	-0,6%
Professionnel	2 257,0	2 648,3	-14,8%	-1,7%
Crédit et Services Financiers	0,0	187,4	na	na
<i>(Eliminations)</i>	<i>(5,2)</i>	<i>(20,1)</i>	na	na
Total	5 970,0	6 608,8	-9,7%	+0,5%

□ **Chiffre d'affaires au premier semestre 2003**

en millions d'euros	30/06/03	30/06/02	Variation	
	Réel	Réel	Réel	Comparable **
Conforama	1 301,7	1 267,4	+2,7%	+2,9%
Fnac	1 614,6	1 511,8	+6,8%	+7,4%
Mobile Planet	9,3	11,5	-19,1%	0,0%
<i>Pôle Loisirs et Univers de la maison</i>	2 925,6	2 790,7	+4,8%	+5,3%
Printemps	431,3	424,9	+1,5%	-0,6%
Redcats *	2 180,5	2 286,3	-4,6%	+3,3%
Orcanta	23,6	21,3	+10,8%	+10,1%
<i>Pôle Habillement et Bien-être</i>	2 635,4	2 732,5	-3,6%	+2,7%
Grand Public	5 561,0	5 523,2	+0,7%	+4,0%
Luxe	1 281,9	1 319,9	-2,9%	+2,4%
CFAO	844,2	809,0	+4,4%	+6,0%
Nouveau PPR	7 687,1	7 652,1	+0,5%	+4,0%
Rexel	3 332,3	3 721,7	-10,5%	-2,8%
Pinault Bois & Matériaux	715,4	671,6	+6,5%	0,0%
Guilbert	553,4	924,3	-40,1%	-1,6%
Professionnel	4 601,1	5 317,6	-13,5%	-2,3%
Crédit et Services Financiers	0,0	375,0	na	na
<i>(Eliminations)</i>	<i>(13,8)</i>	<i>(30,3)</i>	na	na
Total	12 274,4	13 314,4	-7,8%	+1,7%

* Redcats incluant l'activité Crédit et Services Financiers non cédée.

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

Au 30 juin 2003, l'écart entre le chiffre d'affaires réel et comparable résulte des effets négatifs des variations de périmètre pour 611,9 millions d'euros et des effets négatifs des variations de change pour 623,7 millions d'euros.

Le chiffre d'affaires Internet du Groupe s'est élevé à 469,8 millions d'euros au cours des six premiers mois de l'année, en progression de 24%. Le chiffre d'affaires Internet du nouveau PPR est de 343,8 millions d'euros, soit 4,5 % du chiffre d'affaires du nouveau PPR.

Bonne résistance du Grand Public

Dans un environnement marqué par d'importants mouvements sociaux en France en mai/juin et par la poursuite du ralentissement économique en Europe, et après un premier trimestre exceptionnel, les enseignes du pôle Grand Public continuent à gagner des parts de marché en France et poursuivent avec succès leur développement hors de France.

En France, le chiffre d'affaires à périmètre et taux de change comparables du pôle Grand Public est en hausse de 2 % au deuxième trimestre. Hors de France, il progresse plus fortement encore à 2,4%.

□ **Division Loisirs et Univers de la maison**

Conforama

Conforama enregistre une quasi-stabilité de son activité au deuxième trimestre, en léger retrait de 0,3% en comparable. Avec un recul limité à 2% au deuxième trimestre, l'activité en France confirme la solidité des positions de Conforama, qui continue à gagner des parts de marché sur ses principaux marchés, dans un environnement très difficile, avec notamment un marché du meuble estimé en repli de 4%. En revanche, les ventes hors de France progressent nettement, en hausse de 2,8% au deuxième trimestre 2003, après une hausse spectaculaire de 10,6% au premier trimestre.

Conforama continue à renforcer ses positions, avec la poursuite de son programme de rénovation en France et l'ouverture d'un nouveau magasin à Pampelune en Espagne, comprenant un nouveau parcours client « obligatoire », autour duquel les produits sont présentés par univers regroupant les trois familles de produits (meubles, déco, électrodomestique et électro-loisirs). En septembre, Conforama lancera sa nouvelle identité visuelle, avec un nouveau logo qui s'exprimera sur les façades et à l'intérieur des magasins.

L'enseigne poursuit activement sa stratégie de développement international, avec quatre ouvertures prévues au 2^{ème} semestre 2003 (un en Espagne, un au Portugal et deux en Croatie).

Fnac

La Fnac maintient une croissance soutenue, avec un chiffre d'affaires en hausse de 7,3% en comparable au deuxième trimestre 2003, en ligne avec la progression de 7,5% enregistrée au premier trimestre 2003. Le premier semestre a été marqué par les ouvertures réussies de trois magasins Fnac, dont deux en France à Chartres (mi-mars) et à Evry (fin mai) et un magasin en Italie à Naples (fin mai) portant le nombre de total de magasins Fnac à 101 (y compris Taiwan).

Les 66 magasins de France ont vu leur progression s'établir à 1,6% au deuxième trimestre 2003, dans un contexte difficile affecté par l'impact des mouvements sociaux en France et les ponts du mois de mai. Le dynamisme des magasins de province et d'Ile de France hors Paris, dont la croissance s'accélère au deuxième trimestre (en hausse respectivement de 4,6% et de 1,9% au deuxième trimestre 2003) a plus que compensé le ralentissement de la croissance des magasins parisiens, en retrait de 3% sur le trimestre, en raison des perturbations liées aux mouvements sociaux en France.

Les ventes des filiales françaises poursuivent leur forte croissance au deuxième trimestre, avec une hausse de 23% après une croissance de 20,2% à fin mars 2003. Les quatre magasins Surcouf enregistrent une progression de 39,3% de leur chiffre d'affaires au deuxième trimestre alors que les ventes du pôle Enfants sont en hausse de 5,3%.

Les magasins Fnac à l'international continuent leur croissance à un rythme soutenu, en hausse de 18,8% à périmètre et taux de change comparables au deuxième trimestre, après une hausse de 13,3% à fin mars. Le Portugal et l'Espagne confirment leur dynamisme avec des hausses semestrielles respectives de 13,7% et 11,8%, tandis que l'Italie (66,1%), la Suisse et le Brésil (respectivement 58,3% et 20,8% à taux comparables) poursuivent leur développement à un rythme particulièrement soutenu. Ces fortes progressions confirment le succès du concept Fnac hors de ses frontières d'origine, où il réalise 24,6% de son chiffre d'affaires magasins au 30 juin 2003. Au deuxième semestre 2003, l'enseigne entend poursuivre son développement international avec quatre ouvertures (un nouveau magasin en Espagne, un au Portugal, un en Suisse et un au Brésil).

Le chiffre d'affaires réalisé sur Internet a été multiplié par 1,5 au premier semestre et représente 2,6% du chiffre d'affaires du groupe Fnac, dont 20,3% des ventes d'Eveil & Jeux et 9,5% de celles de Surcouf. Les ventes en ligne ont été particulièrement soutenues en DVD. Fnac.com était au mois de juin le 10^{ème} magasin français tous produits confondus, le 1^{er} en vidéo, le 7^{ème} en disque audio, le 8^{ème} en livre et le 1^{er} magasin en vente de billets de spectacle.

□ **Division Habillement et Bien Etre**

Printemps

Le chiffre d'affaires du Printemps au deuxième trimestre 2003 s'établit à -3,3% en comparable, affecté notamment par l'impact des mouvements sociaux des mois de mai et juin.

Malgré les perturbations liées aux grèves, la baisse de fréquentation des touristes (-26% à fin juin), ainsi que les travaux de rénovation, Printemps Haussmann gagne toujours des parts de marché, avec un retrait de 6,8% sur le semestre. Le programme de rénovation de Printemps, qui vise à créer le plus grand espace Beauté du monde sur 4 000 m², marque la dernière étape du projet entamé il y a huit ans et qui aura permis de moderniser la quasi-totalité des 44 000 m² de surface de vente.

Les magasins de la Chaîne maintiennent un excellent niveau d'activité, avec une progression de 3,1% de leur chiffre d'affaires au deuxième trimestre.

Le Pôle Sport confirme son dynamisme avec une hausse de 10,0% au deuxième trimestre, après 9,4% au premier trimestre.

Redcats

En comparable, l'enseigne progresse de 3,3% au 30 juin 2003. En réel, Redcats s'inscrit en retrait de 4,6% au premier semestre 2003, en raison notamment d'un effet de change très défavorable (-7,8%) lié à la forte appréciation de l'euro par rapport au dollar américain et à la livre anglaise.

Le ralentissement d'activité observé au deuxième trimestre (+0,7% contre +6% au T1 2003 en comparable) est dû en partie à un mauvais mois de juin aux Etats-Unis (-7,7%). Hors Amérique du Nord, le chiffre d'affaires de Redcats est en hausse de 2,8% au deuxième trimestre, soit 5,4% sur le semestre. Cette progression reflète les excellentes performances du catalogue La Redoute en France, qui domine largement ses concurrents avec des ventes en hausse de 9,6% à fin juin (dont 6,6% au T2), contre une progression estimée à 4,8% pour le marché. Ces très bons résultats traduisent le succès de la stratégie de segmentation très fine du catalogue, qui se poursuivra l'hiver prochain avec la sortie d'un nouveau catalogue dédié aux jeunes femmes sans enfants.

Au sein du pôle spécialisé, la croissance de Vertbaudet France se poursuit à un rythme accéléré, avec une progression de 12,5% au 30 juin, après 11,9% au premier trimestre. Movitex France et Somewhere restent orientés à la hausse tandis que le concept Cyrillus est en cours de repositionnement.

En Europe, l'activité de l'enseigne a été marquée par le dynamisme des ventes dans les pays scandinaves (hausse de 8,7% pour l'activité VAD de Redcats Nordic au 30 juin 2003) et le succès du catalogue La Redoute à l'international (avec des croissances de 51,6% en Espagne, de 16,7% au Portugal et de 13,6% en Suisse au premier semestre).

Aux Etats-Unis, Brylane recule de 3,4% au deuxième trimestre. L'activité équipement du foyer de Brylane affiche une excellente progression de 15,1% à fin juin, avec un doublement du chiffre d'affaires du catalogue Brylane Kitchen lancé en février 2002. L'enseigne prévoit de poursuivre cette stratégie réussie d'élargissement de l'offre de Brylane, avec le lancement cet été d'un nouveau catalogue « Brylane gifts », dédié aux loisirs et cadeaux. Sur le semestre, Brylane gagne des parts de marché sur ses principaux concurrents.

L'essor du canal de vente Internet se poursuit avec des fortes progressions dans tous les pays où l'enseigne est présente. Ce canal représente 13,5% du chiffre d'affaires de l'activité VAD au premier semestre, dont 22,4% pour Brylane, 17,8% pour Redcats Nordic et 12,7% pour La Redoute France. Depuis l'ouverture du premier site marchand en 1995, Internet a fortement dynamisé les ventes et transformé l'industrie de la vente à distance, apportant une plus grande flexibilité et attirant de nouveaux segments de clientèle.

Orcanta

Au deuxième trimestre 2002, Orcanta continue d'afficher une croissance soutenue à 7,6% en comparable.

Luxe

Le chiffre d'affaires du Pôle Luxe correspond à l'activité Gucci Group de novembre 2002 à avril 2003. Sur cette période, le chiffre d'affaires est en recul de 2,9% en réel, et progresse de 2,4% en comparable. De février à avril, l'activité régresse de 6,7% en réel, fortement affectée par l'épidémie de SARS, la baisse du tourisme liée à la guerre en Irak, et un environnement économique très dégradé dans toutes les régions du monde. En comparable, l'activité de Gucci Group s'inscrit en recul de 1,7% sur la même période.

Les ventes de la division Gucci ont reculé de 10,6% en réel sur le semestre, en raison d'un deuxième trimestre très difficile à -13,6% en réel : en Europe, les ventes au détail ont chuté de 21,3% à change constant, souffrant d'un tassement du tourisme en particulier en France et en Italie. Aux Etats-Unis, les ventes au détail ont chuté de 11,6% à change constant, tandis qu'elles régresaient en Asie hors Japon de 4,7% à change constant, en grande partie à cause de l'épidémie de SARS (dont -9,3% à Hong-Kong). En revanche, les ventes au détail en Corée du Sud et à Taiwan ont progressé respectivement de 14% et 12,4%. Au Japon, les ventes en yen ont baissé de 2,2%, marquant une tendance très positive sur les derniers mois : 7% en avril, 10% en mai et juin.

Yves Saint Laurent affiche une progression de son activité sur le semestre de 15,8% en réel et de 23,3% en comparable. Le succès de la collection Automne / Hiver 2003, ainsi que l'extension du parc de magasins, devraient soutenir fortement la croissance de l'activité au deuxième semestre.

YSL Beauté a été également très dynamique avec une croissance de chiffre d'affaires semestriel de 10% en réel (9,1% en comparable), sous l'effet positif des ventes de parfums et de maquillages de la marque Yves Saint Laurent. Au cours du deuxième trimestre, YSL Beauté a lancé deux nouveaux parfums *Kingdom* pour Alexander McQueen et *Essenza di Zegna* pour Zegna, tout en préparant le lancement de *Stella*, le premier parfum de Stella McCartney, à l'automne prochain.

CFAO

CFAO confirme son leadership avec une croissance de 4,3% de son activité en comparable au deuxième trimestre 2003, enregistrée malgré les événements en Côte d'Ivoire, la situation sociale difficile au Nigéria et les événements en Centrafrique.

Cette progression reflète notamment la poursuite du développement de CFAO Technologies (+14,2% au deuxième trimestre) implanté dans 8 pays (Cameroun, Sénégal, Côte d'Ivoire, Gabon, Nigéria, Mali, Burkina Faso et Algérie), les solides progressions de la Pharmacie (+10,7%), avec une très forte croissance d'IBN SINA en Egypte, ainsi qu'une hausse de 12,4% de l'activité Eurafrica.

Professionnel

Rexel

A structure, taux de change et jours comparables, le chiffre d'affaires de Rexel est en recul de 2,7% au 2^{ème} trimestre 2003. Le repli était de -3,0% au 1^{er} trimestre 2003 par rapport à la même période de l'année antérieure.

Au 1^{er} semestre 2003, les ventes s'établissent à 3 332 millions d'euros, soit -2,8% à structure, taux de change et jours comparables, et -10,5% après prise en compte principalement d'effets de change défavorables pour 299 millions d'euros. Ceux-ci sont principalement liés à la dépréciation des dollars américain et canadien contre l'euro.

Guilbert et Pinault Bois & Matériaux

Dans le cadre de son mouvement stratégique de concentration autour des activités Grand Public et Luxe, le groupe Pinault-Printemps-Redoute a réalisé les cessions de Guilbert et de Pinault Bois & Matériaux au cours du premier semestre 2003.

Guilbert, consolidé dans les comptes de Pinault-Printemps-Redoute jusqu'au 31 mai, s'inscrit en recul de 0,6% en comparable au deuxième trimestre, tandis que Pinault Bois & Matériaux, consolidé jusqu'au 30 juin 2003, affiche une croissance de 2,1% de son activité en comparable au deuxième trimestre 2003.

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**