

**COMMUNIQUE DE PRESSE**
**PPR REALISE UN CHIFFRE D'AFFAIRES  
EN PROGRESSION DE 7,0% A FIN SEPTEMBRE 2006**

- **Bonne tenue de la Distribution : +4,5% à fin septembre**
- **Excellente performance du Luxe : +18,5% à fin septembre**

Sur les neuf premiers mois de 2006, PPR affiche un chiffre d'affaires des activités poursuivies de 12,6 milliards d'euros, en hausse de 7,0% en réel et de 6,0% en comparable par rapport à la même période de 2005. Le chiffre d'affaires à l'international a progressé de 9,5% et représente 56% des ventes totales réalisées par le Groupe.

Au 3<sup>ème</sup> trimestre 2006, les ventes du Groupe s'élèvent à 4,3 milliards d'euros, en croissance de 5,8% en réel et de 4,8% en comparable par rapport au 3<sup>ème</sup> trimestre 2005.

François-Henri Pinault, Président-directeur général de PPR, a déclaré : « *Au troisième trimestre de l'année, PPR affiche une croissance satisfaisante de son chiffre d'affaires. Les enseignes de distribution bénéficient notamment des acquisitions réalisées pour renforcer leurs positions sur certains marchés. Les marques de luxe réalisent d'excellentes performances sur des bases de comparaison déjà très élevées. Fort de son positionnement sur ses deux pôles d'activités, PPR poursuit sa stratégie de croissance internationale.* »

<i>(en millions d'€)</i> <i>aux normes IFRS</i>	<b>9 mois</b> <b>2006</b>	<b>Variation</b>		<b>T3</b> <b>2006</b>	<b>Variation</b>	
		<b>Réel</b>	<b>Comparable <sup>(1)</sup></b>		<b>Réel</b>	<b>Comparable <sup>(1)</sup></b>
Distribution	10 028	+ 4,5%	+ 3,1%	3 357	+ 3,4%	+ 1,9%
Luxe	2 530	+ 18,5%	+ 19,1%	907	+ 15,6%	+ 17,1%
<i>Eliminations et autres</i>	-2	<i>ns</i>	<i>ns</i>	-2	<i>ns</i>	<i>ns</i>
<b>PPR</b>	<b>12 556</b>	<b>+ 7,0%</b>	<b>+ 6,0%</b>	<b>4 262</b>	<b>+ 5,8%</b>	<b>+ 4,8%</b>

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

## **Distribution**

Les activités de Distribution ont progressé de près de 2% en comparable au cours du 3<sup>ème</sup> trimestre et de 3,1% à fin septembre 2006. La croissance du 3<sup>ème</sup> trimestre est conforme aux prévisions du Groupe, à l'exception de CFAO qui a pâti d'un problème ponctuel de livraison en Algérie durant le trimestre.

Le Groupe confirme son leadership dans le domaine du e-commerce avec une croissance de 24,4%, à 1,1 milliard d'euros à fin septembre 2006.

La **Fnac** poursuit sa progression avec un chiffre d'affaires en hausse de près de 6% au 3<sup>ème</sup> trimestre 2006. En France, la Fnac affiche de solides performances avec une augmentation de ses ventes de 4,5%, tirée notamment par les produits techniques (+8,2%) et l'essor continu de ses ventes en ligne (+21,4%). Afin de poursuivre son expansion dans l'hexagone, l'enseigne vient de lancer un concept de magasins en périphérie des villes, dont la première ouverture à Bordeaux Lac est très encourageante. A l'international, la Fnac affiche une belle progression de plus de 9%, en particulier en Espagne et en Italie.

Les actions mises en place par **Conforama** commencent à porter leurs fruits, l'enseigne enregistrant au 3<sup>ème</sup> trimestre une hausse de ses ventes de près de 2% en comparable et de près de 6% en réel grâce à l'intégration de Sodice. En France, la croissance solide du chiffre d'affaires à 3,5% en comparable bénéficie d'une reprise des ventes de meubles et de la bonne performance des articles de décoration. En Europe, la progression de Conforama est portée par le dynamisme des performances de l'Espagne, de la Croatie et de la Pologne.

Le chiffre d'affaires de **Redcats** est en repli de 3,5% sur le trimestre et de 2,7% sur les neuf premiers mois de l'année. Cette baisse s'explique par des conditions de marché difficiles. Les ventes par internet continuent de progresser fortement, en hausse de 18,4%, représentant désormais plus de 30% du chiffre d'affaires total. A l'international, Redcats accélère sa croissance aux Etats-Unis grâce à l'acquisition de The Sportman's Guide.

Les ventes de **CFAO** ont continué à croître à un rythme soutenu, affichant une hausse de 5,5% au 3<sup>ème</sup> trimestre et de plus de 10% à fin septembre 2006. L'activité automobile, particulièrement dynamique en Afrique subsaharienne (+13%) et au Maroc (+36%) a été affectée par un problème ponctuel d'approvisionnement en Algérie au 3<sup>ème</sup> trimestre. Le pôle santé Eurapharma réalise une solide progression, à +5,1%.

## **Luxe**

Le pôle luxe continue d'enregistrer d'excellentes performances sur une base de comparaison déjà élevée. La croissance de Gucci Group s'établit à 17,1% en comparable au 3<sup>ème</sup> trimestre et à plus de 19% à fin septembre 2006. L'activité affiche une croissance à deux chiffres dans toutes les zones géographiques et pratiquement toutes les catégories de produits. Les présentations des collections Printemps-Eté 2007 de l'ensemble des marques de Gucci Group ont été saluées par la presse et les acheteurs professionnels.

Sur les neuf premiers mois de l'année, la marque **Gucci** a enregistré une hausse de 18,5%. Au 3<sup>ème</sup> trimestre, hors activité Montres, la marque continue de progresser fortement à près de 17%. Le repositionnement et la montée en gamme de l'activité Montres ont été engagés en juillet et se sont traduits en particulier par la restructuration du réseau de distribution. Au 3<sup>ème</sup> trimestre, la dynamique a été particulièrement forte dans le prêt-à-porter femme et la maroquinerie, dont la collection anniversaire 85<sup>th</sup> Gucci qui remporte un vif succès. Gucci a ouvert cinq nouveaux magasins au cours du dernier trimestre.

**Bottega Veneta** réalise de nouveau d'excellentes performances avec une remarquable progression de 56,5% au 3<sup>ème</sup> trimestre et de 70,0% à fin septembre 2006. Toutes les zones géographiques et toutes les catégories de produits enregistrent de très forts taux de croissance. Cinq nouveaux magasins Bottega Veneta ont ouvert au cours des trois derniers mois. Trois nouveaux modèles de sac ont été présentés à l'occasion des dernières collections : le *Montaigne*, le *Sloane* et le *Roma*.

**Yves Saint Laurent** poursuit sa belle progression avec une hausse du chiffre d'affaires de près de 19% au cours du trimestre. Toutes les régions et toutes les catégories de produits progressent, en particulier la maroquinerie portée par les ventes des sacs *Muse*, *Rive Gauche* et le réversible *Double*. Les nouvelles collections présentées par la marque ont été très bien accueillies.

**YSL Beauté** a enregistré une croissance de 5,3% au 3<sup>ème</sup> trimestre. Les ventes ont été tirées par le nouveau parfum *L'Homme Yves Saint Laurent*, le produit de maquillage *Perfect Touch* et le succès du nouveau parfum *Stella in Two*. Le plan de réorganisation s'achève, permettant aux équipes de se concentrer sur la relance des marques prioritaires.

L'excellent accueil réservé aux collections Printemps-Eté 2007 des marques **Balenciaga**, **Sergio Rossi**, **Stella McCartney** et **Alexander McQueen** a été unanime. Toutes ces marques, ainsi que **Boucheron**, affichent une croissance à deux chiffres au 3<sup>ème</sup> trimestre.

# # #

#### **A propos de PPR**

PPR est un acteur mondial de la Distribution et du Luxe, présent dans 74 pays avec un effectif d'environ 84 000 personnes. Avec ses enseignes Redcats, Fnac, Conforama, Printemps et CFAO, et les marques de luxe de Gucci Group (Gucci, Bottega Veneta, Yves Saint Laurent, YSL Beauté, Balenciaga, Boucheron, Sergio Rossi, BEDAT & CO, Alexander McQueen et Stella McCartney), PPR a réalisé en 2005 un chiffre d'affaires de 17,8 milliards d'euros. Le titre de PPR est coté à Euronext Paris (FR 0000121485, PRTP.PA, PPF). Pour plus de renseignements : [www.ppr.com](http://www.ppr.com)

#### **CONTACTS**

---

Presse :	<b>Peggy Nahmany</b>	<b>01 45 64 65 06</b> <a href="mailto:pnahmany@ppr.com">pnahmany@ppr.com</a>
	<b>Catherine Malek</b>	<b>01 45 64 61 20</b> <a href="mailto:cmalek@ppr.com">cmalek@ppr.com</a>
Analystes/Investisseurs :	<b>Alexandre de Brettes</b>	<b>01 45 64 61 49</b> <a href="mailto:adebrettes@ppr.com">adebrettes@ppr.com</a>
Site internet :	<a href="http://www.ppr.com">www.ppr.com</a>	

**Annexe 1 : Chiffre d'affaires du troisième trimestre 2006  
et des neuf premiers mois 2006**

<i>(en millions d'€) aux normes IFRS</i>	9 mois	9 mois	Variation		T3	T3	Variation	
	2006	2005	Réel	Comparable <sup>(1)</sup>	2006	2005	Réel	Comparable <sup>(1)</sup>
Fnac	2 944,1	2 777,1	+ 6,0%	+ 5,7%	989,7	935,8	+ 5,8%	+ 5,7%
Conforama	2 330,1	2 194,4	+ 6,2%	+ 3,0%	871,7	824,0	+ 5,8%	+ 1,9%
Redcats	3 091,9	3 150,4	- 1,9%	- 2,7%	947,7	978,8	- 3,2%	- 3,5%
CFAO	1 662,0	1 475,1	+ 12,7%	+ 10,3%	548,4	508,1	+ 7,9%	+ 5,5%
<b>Distribution</b>	<b>10 028,1</b>	<b>9 597,0</b>	<b>+ 4,5%</b>	<b>+ 3,1%</b>	<b>3 357,5</b>	<b>3 246,7</b>	<b>+ 3,4%</b>	<b>+ 1,9%</b>
Gucci	1 494,2	1 267,8	+ 17,9%	+ 18,5%	515,3	459,3	+ 12,2%	+ 13,9%
Bottega Veneta	186,0	110,5	+ 68,4%	+ 70,0%	69,2	45,3	+ 52,9%	+ 56,5%
Yves Saint Laurent	137,6	117,7	+ 17,0%	+ 17,9%	53,0	45,6	+ 16,5%	+ 18,6%
YSL Beauté	432,1	419,5	+ 3,0%	+ 3,1%	157,2	149,8	+ 4,9%	+ 5,3%
Autres marques	280,0	218,6	+ 28,1%	+ 28,5%	111,9	84,3	+ 32,7%	+ 33,2%
<b>Luxe</b>	<b>2 529,9</b>	<b>2 134,1</b>	<b>+ 18,5%</b>	<b>+ 19,1%</b>	<b>906,6</b>	<b>784,3</b>	<b>+ 15,6%</b>	<b>+ 17,1%</b>
<i>Eliminations et autres</i>	<i>-1,5</i>	<i>-1,1</i>	<i>ns</i>	<i>ns</i>	<i>-1,9</i>	<i>-1,8</i>	<i>ns</i>	<i>ns</i>
<b>PPR - Activités poursuivies</b>	<b>12 556,5</b>	<b>11 730,0</b>	<b>+ 7,0%</b>	<b>+ 6,0%</b>	<b>4 262,2</b>	<b>4 029,2</b>	<b>+ 5,8%</b>	<b>+ 4,8%</b>
Activités non poursuivies <sup>(2)</sup>	551,1	571,3			171,0	177,7		

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

<sup>(2)</sup> Principalement France Printemps pour 509 millions d'euros sur 9 mois et 161 millions d'euros au T3

## Annexe 2 : Chiffre d'affaires par zone géographique – Distribution

### Fnac

<i>(en millions d'€)</i> <i>aux normes IFRS</i>	9 mois 2006	9 mois 2005	Variation		T3 2006	T3 2005	Variation	
			Réel	Comparable <sup>(1)</sup>			Réel	Comparable <sup>(1)</sup>
<b>France</b>	<b>2 192,7</b>	<b>2 100,5</b>	<b>+ 4,4%</b>	<b>+ 4,4%</b>	<b>735,9</b>	<b>703,9</b>	<b>+ 4,5%</b>	<b>+ 4,5%</b>
Espagne, Portugal, Belgique	535,2	486,0	+ 10,1%	+ 10,1%	183,1	167,5	+ 9,3%	+ 9,3%
Brésil, Suisse, Italie	216,2	190,6	+ 13,4%	+ 8,9%	70,7	64,4	+ 9,8%	+ 8,5%
<b>International</b>	<b>751,4</b>	<b>676,6</b>	<b>+ 11,1%</b>	<b>+ 9,8%</b>	<b>253,8</b>	<b>231,9</b>	<b>+ 9,4%</b>	<b>+ 9,1%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2 944,1</b>	<b>2 777,1</b>	<b>+ 6,0%</b>	<b>+ 5,7%</b>	<b>989,7</b>	<b>935,8</b>	<b>+ 5,8%</b>	<b>+ 5,7%</b>

### Conforama

<i>(en millions d'€)</i> <i>aux normes IFRS</i>	9 mois 2006	9 mois 2005	Variation		T3 2006	T3 2005	Variation	
			Réel	Comparable <sup>(1)</sup>			Réel	Comparable <sup>(1)</sup>
<b>France</b>	<b>1 610,3</b>	<b>1 475,9</b>	<b>+ 9,1%</b>	<b>+ 4,3%</b>	<b>619,3</b>	<b>566,1</b>	<b>+ 9,4%</b>	<b>+ 3,5%</b>
Italie	351,3	369,4	- 4,9%	- 4,9%	123,1	131,0	- 6,0%	- 6,0%
Suisse	168,4	163,5	+ 3,0%	+ 4,2%	56,1	57,0	- 1,6%	- 0,1%
Autres pays	200,1	185,6	+ 7,8%	+ 7,3%	73,2	69,9	+ 4,7%	+ 4,4%
<b>International</b>	<b>719,8</b>	<b>718,5</b>	<b>+ 0,2%</b>	<b>+ 0,3%</b>	<b>252,4</b>	<b>257,9</b>	<b>- 2,1%</b>	<b>- 1,9%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>2 330,1</b>	<b>2 194,4</b>	<b>+ 6,2%</b>	<b>+ 3,0%</b>	<b>871,7</b>	<b>824,0</b>	<b>+ 5,8%</b>	<b>+ 1,9%</b>

### Redcats

<i>(en millions d'€)</i> <i>aux normes IFRS</i>	9 mois 2006	9 mois 2005	Variation		T3 2006	T3 2005	Variation	
			Réel	Comparable <sup>(1)</sup>			Réel	Comparable <sup>(1)</sup>
<b>France</b>	<b>1 462,2</b>	<b>1 502,1</b>	<b>- 2,7%</b>	<b>- 2,7%</b>	<b>440,6</b>	<b>462,5</b>	<b>- 4,7%</b>	<b>- 4,7%</b>
Royaume-Uni	331,1	365,1	- 9,3%	- 9,4%	104,0	115,3	- 9,8%	- 10,3%
Scandinavie	260,4	266,2	- 2,2%	- 1,9%	84,7	91,5	- 7,4%	- 7,7%
Etats-Unis	817,0	798,8	+ 2,3%	- 1,1%	253,9	244,2	+ 4,0%	+ 3,1%
Autres pays	221,2	218,2	+ 1,4%	+ 1,7%	64,5	65,3	- 1,2%	- 0,9%
<b>International</b>	<b>1 629,7</b>	<b>1 648,3</b>	<b>- 1,1%</b>	<b>- 2,7%</b>	<b>507,1</b>	<b>516,3</b>	<b>- 1,8%</b>	<b>- 2,3%</b>
<b>TOTAL</b>	<b>3 091,9</b>	<b>3 150,4</b>	<b>- 1,9%</b>	<b>- 2,7%</b>	<b>947,7</b>	<b>978,8</b>	<b>- 3,2%</b>	<b>- 3,5%</b>
<i>Total hors Movitex Germany, The Store et Sears</i>	<i>3 091,0</i>	<i>3 124,7</i>	<i>- 1,1%</i>	<i>- 1,9%</i>	<i>947,7</i>	<i>976,8</i>	<i>- 3,0%</i>	<i>- 3,3%</i>

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

## Annexe 3 : Chiffre d'affaires du Luxe

### Gucci Group

#### Répartition par zone géographique

<i>(en millions d'€)</i> <i>aux normes IFRS</i>	9 mois 2006	9 mois 2005	Variation		T3 2006	T3 2005	Variation	
			Réel	Comparable <sup>(1)</sup>			Réel	Comparable <sup>(1)</sup>
Europe	1062,0	890,1	+ 19,4%	+ 19,3%	399,6	333,9	+ 19,7%	+ 19,6%
Amérique du Nord	496,1	411,1	+ 20,7%	+ 19,8%	182,6	156,2	+ 16,9%	+ 17,1%
Japon	408,4	381,6	+ 7,0%	+ 12,7%	135,5	131,8	+ 2,8%	+ 10,7%
Asie-Pacifique hors Japon	441,2	341,9	+ 29,0%	+ 27,1%	151,6	128,2	+ 18,3%	+ 18,8%
Autres pays	35,8	34,8	+ 2,8%	+ 2,4%	12,2	12,5	- 1,9%	- 2,1%
Royalties et autres	86,4	74,6	+ 15,8%	+ 15,8%	25,1	21,7	+ 15,2%	+ 15,5%
<b>TOTAL</b>	<b>2 529,9</b>	<b>2 134,1</b>	<b>+ 18,5%</b>	<b>+ 19,1%</b>	<b>906,6</b>	<b>784,3</b>	<b>+ 15,6%</b>	<b>+ 17,1%</b>

### Marque Gucci

#### Répartition par catégorie de produits

<i>(en millions d'€)</i> <i>aux normes IFRS</i>	9 mois 2006	9 mois 2005	Variation		T3 2006	T3 2005	Variation	
			Réel	Comparable <sup>(1)</sup>			Réel	Comparable <sup>(1)</sup>
Articles de maroquinerie	831,6	694,0	+ 19,8%	+ 20,6%	277,8	242,5	+ 14,5%	+ 16,7%
Chaussures	206,5	169,2	+ 22,0%	+ 21,9%	74,9	61,8	+ 21,2%	+ 22,1%
Prêt-à-porter féminin	116,8	93,1	+ 25,4%	+ 26,0%	47,7	39,5	+ 20,8%	+ 22,1%
Prêt-à-porter masculin	69,4	62,6	+ 10,8%	+ 11,7%	25,5	24,2	+ 5,5%	+ 7,2%
Autres produits	225,4	216,3	+ 4,2%	+ 5,0%	77,2	82,0	- 5,8%	- 4,3%
Royalties	44,5	32,6	+ 36,5%	+ 36,5%	12,2	9,3	+ 29,4%	+ 30,1%
<b>TOTAL</b>	<b>1 494,2</b>	<b>1 267,8</b>	<b>+ 17,9%</b>	<b>+ 18,5%</b>	<b>515,3</b>	<b>459,3</b>	<b>+ 12,2%</b>	<b>+ 13,9%</b>

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