

Paris, le 20 juillet 2004

---

COMMUNIQUE DE PRESSE

---

CHIFFRE D'AFFAIRES DU 2eme TRIMESTRE 2004

- Forte croissance organique du « Nouveau PPR » : + 6,7%
  - Luxe : +10,5%
  - Distribution Grand Public : +6,0%
- Amplification de la reprise de l'activité chez Rexel : + 5,3%

Serge Weinberg, Président du Directoire de Pinault-Printemps-Redoute, a déclaré : « *Le « Nouveau PPR » réalise une excellente performance au cours de ce trimestre. Dans le Luxe, les marques du Groupe ont connu pour certaines des progressions importantes dans une période de transition. Les tendances de ventes les plus récentes et l'accueil réservé aux dernières collections renforcent encore notre confiance dans les marques et les équipes de Gucci Group et nos choix organisationnels. Dans la Distribution Grand Public, nos enseignes réalisent un parcours remarquable en France tout en poursuivant avec succès leur développement à l'international. Chez Rexel, la nette accélération de l'activité est particulièrement encourageante.* »

en millions d'euros	T2 2004	T2 2003	Variation		S1 2004	S1 2003	Variation	
	Publié	Publié	Publiée	Comparable*	Publié	Publié	Publiée	Comparable*
Luxe	595,0	567,1	+4,9%	+10,5%	1 336,7	1 281,9	+4,3%	+11,1%
Grand Public**	3 311,9	3 151,1	+5,1%	+6,0%	6 738,5	6 405,2	+5,2%	+6,1%
<b>Nouveau PPR</b>	<b>3 906,9</b>	<b>3 718,2</b>	<b>+5,1%</b>	<b>+6,7%</b>	<b>8 075,2</b>	<b>7 687,1</b>	<b>+5,0%</b>	<b>+6,9%</b>
Rexel	1 710,3	1 671,5	+2,3%	+5,3%	3 308,1	3 332,3	-0,7%	+3,4%
Activités cédées	0,0	585,5	ns	ns	0,0	1 268,8	ns	ns
(Eliminations)	(6,6)	(5,2)	ns	ns	(12,8)	(13,8)	ns	ns
<b>TOTAL</b>	<b>5 610,6</b>	<b>5 970,0</b>	<b>-6,0%</b>	<b>+6,2%</b>	<b>11 370,5</b>	<b>12 274,4</b>	<b>-7,4%</b>	<b>+5,9%</b>

(\*) A périmètre, taux de change et jours comparables. La variation publiée intègre notamment les effets des cessions de Pinault Bois & Matériaux et de l'activité « contract » de Gilbert.

(\*\*) Activités Habillement & Bien - Etre, Loisirs & Univers de la Maison, Kadéos, CFAO.

## Groupe et « Nouveau PPR »

- **Pinault-Printemps-Redoute** : le chiffre d'affaires publié du Groupe s'élève à 5 610,6 millions d'euros au second trimestre 2004. A périmètre, taux de change et jours comparables, il progresse de 6,2% au second trimestre, portant la hausse du semestre à 5,9%. L'évolution du chiffre d'affaires publié (-7,4%) sur le semestre intègre des effets négatifs de périmètre, liés aux cessions d'activités non stratégiques (principalement activité « contract » de Guilbert et Pinault Bois & Matériaux) pour 1 359,3 millions d'euros. Les effets de change négatifs s'élèvent à 253,7 millions d'euros, essentiellement liés à l'appréciation de l'euro par rapport au dollar et au yen.
- **« Nouveau PPR »** : le chiffre d'affaires publié du « Nouveau PPR » s'élève à 3 906,9 millions d'euros au second trimestre 2004. Il s'inscrit en progression de 5,1% en publié, malgré les effets de change défavorables. A périmètre, taux de change et jours comparables, la hausse du chiffre d'affaires est de 6,7%, à un niveau proche du premier trimestre.

## Luxe

Le chiffre d'affaires du Luxe du second trimestre correspond au chiffre d'affaires de Gucci Group réalisé de février à avril 2004.

Le chiffre d'affaires du Luxe s'élève à 595,0 millions d'euros, en croissance de 4,9% en publié et de 10,5% en comparable.

L'activité en comparable du trimestre a notamment été marquée par la poursuite de la solide croissance de la marque Gucci (+11,5%), la bonne performance commerciale de Yves Saint Laurent (+18,5%) et la remarquable progression de Bottega Veneta (+59,3%).

La croissance en comparable a été particulièrement soutenue en Amérique (+19,1%), en Asie (+11,8%) et en France (+14,2%). Le chiffre d'affaires progresse de 4,9% en Europe hors de France et de 5,2% en Océanie.

En publié, la croissance du chiffre d'affaires de Gucci Group s'est sensiblement accélérée, passant d'une hausse de 4,9% sur le deuxième trimestre à une progression à deux chiffres sur les deux mois suivants.

- **Marque Gucci**

La marque Gucci a réalisé un chiffre d'affaires de 334,7 millions d'euros au deuxième trimestre, en hausse de 4,6% en publié et de 11,5% en comparable.

Les ventes au détail ont été à nouveau très dynamiques au cours du trimestre, avec une progression de 6,6% en publié et de 14,7% en comparable. Le chiffre d'affaires au détail a augmenté de 0,9% au Japon, 28,7% aux Etats-Unis, 33,8% en Asie hors Japon. La marque Gucci a réalisé une remarquable performance en Europe (+15,2%) dans un environnement encore difficile. Les ventes au détail représentaient 71,6% du chiffre d'affaires de la marque du trimestre. A fin avril, la marque Gucci comptait un total de 194 magasins en propre (187 à fin octobre) et avait notamment ouvert quatre nouveaux magasins en Asie hors Japon et deux magasins dédiés à la joaillerie.

Les ventes hors magasins en propre enregistrent une croissance de 10,9% à 54,5 millions d'euros.

La croissance du chiffre d'affaires du trimestre a été tirée par la forte progression (+17,4%) de la maroquinerie à 164,4 millions d'euros et le dynamisme des ventes de chaussures, en hausse de 21,6% à 45,7 millions d'euros. Après le succès de la collection Automne-Hiver en maroquinerie et en chaussures, les collections Printemps-Eté ont été bien accueillies par les clientes.

Les ventes en prêt-à-porter progressent de 10,1% à 48,5 millions d'euros, portées notamment par une très bonne collection hommes.

La joaillerie devient un segment à part entière pour la marque Gucci. Le chiffre d'affaires du trimestre s'élève à 21,0 millions d'euros, en hausse de 4,8 %. La stratégie poursuivie consiste à distribuer des bijoux emblématiques au travers du réseau en propre de la marque, de tiers et de boutiques dédiées à la bijouterie. Après le succès de la première boutique ouverte à Rome via Condotti entièrement dédiée aux bijoux en 2002, deux nouveaux magasins ont été ouverts en décembre 2003 à Florence et à Beverly Hills. L'ensemble des gammes de bijoux de la marque est exposé dans ces magasins, celui de Beverly Hills offrant en outre aux clientes des articles exclusifs de haute joaillerie.

Dans un marché toujours difficile, les ventes de montres Gucci sont en recul de 4,2%. La tendance a été inversée depuis le lancement de nouveaux produits en mai.

Sur le plan géographique, les ventes de la marque en Europe ont enregistré une évolution particulièrement satisfaisante dans un contexte difficile, avec des croissances importantes en Italie, au Royaume-Uni et en France, caractérisées par le fort développement d'une clientèle locale. Aux Etats-Unis, les ventes progressent fortement tant dans les ventes au détail qu'hors magasins en propre. Malgré un marché relativement atone au Japon, la marque maintient ses positions dans ce pays et réalise des résultats très positifs avec la clientèle de touristes japonais à Hawaï et dans les magasins duty free en Corée du Sud. En Asie hors Japon, l'activité enregistre une nette hausse (+29,0%), grâce au dynamisme des ventes de détail, notamment à Hong Kong, à Taiwan et à Singapour.

Les tendances de ventes les plus récentes de la marque Gucci sont marquées par l'accélération du rythme de croissance. Le chiffre d'affaires des ventes au détail de la marque Gucci progressent de 17,7% à devises constantes durant les mois de mai et juin 2004, tirées notamment par de fortes croissances en Europe et aux Etats-Unis.

- **Yves Saint Laurent**

Yves Saint Laurent enregistre une hausse de son chiffre d'affaires de 14,5% en publié et de 18,5% en comparable au deuxième trimestre à 37,6 millions d'euros. Cette croissance marque une nette accélération par rapport à la tendance précédente.

La croissance a été portée par le dynamisme des ventes au détail (+41,9%) à 25,3 millions d'euros. Les ventes ont également bénéficié des ouvertures de magasins réalisées durant la seconde partie de 2003. Sur le plan géographique, les ventes de détail ont été particulièrement soutenues en Europe (notamment en Italie et surtout au Royaume-Uni), aux Etats-Unis, au Japon et dans le reste de l'Asie. A fin avril, la marque Yves Saint Laurent comptait un total de 61 magasins (58 à fin octobre), ayant notamment ouvert une nouvelle boutique à Chicago et à Hiroshima au sein du grand magasin

Tenmaya. Les ventes hors magasins en propre sont en recul de 6%, mais marquent une amélioration sensible par rapport au précédent trimestre.

Le chiffre d'affaires de Yves Saint Laurent a bénéficié du très bon comportement des ventes de maroquinerie et de chaussures, notamment dans les magasins gérés en propre, avec des hausses respectives de 53,4% et 47,9%. Ces produits sont particulièrement décisifs dans les nouveaux marchés de la marque au Japon et dans le reste de l'Asie. Les ventes de prêt-à-porter sont en augmentation de 16,3%.

Les ventes totales de la marque sont en croissance de 16,5% en Europe, 27,1% aux Etats-Unis et 43,7% au Japon. En Europe comme aux Etats-Unis, Yves Saint Laurent enregistre une nette accélération de ses ventes par rapport au trimestre précédent, tirée principalement par le dynamisme des accessoires.

L'activité des derniers mois confirme le dynamisme de la marque, qui se caractérise notamment par une hausse de l'ordre de 50% du chiffre d'affaires à taux de change comparables des ventes au détail de Yves Saint Laurent en mai et juin.

- **YSL Beauté**

Le chiffre d'affaires de YSL Beauté du second trimestre s'élève à 145,3 millions d'euros, en augmentation de 3,2% en publié et de 7,1% en comparable.

L'activité marque une nette amélioration par rapport à la tendance du précédent trimestre.

Les ventes de parfums sont ainsi mieux orientées, avec une hausse de 5% à données comparables. Les parfums Yves Saint Laurent ont notamment bénéficié du bon accueil du nouveau parfum « *In Love Again* » et du bon comportement de « *Love* », lancé à l'automne. Parmi les autres marques, Roger & Gallet avec « *Aroma* » et « *Gentle Nature* » ainsi que Boucheron avec les lignes pour hommes « *Boucheron* » et « *Jaipur* » et un bon lancement de « *Trouble* », enregistrent également de bonnes performances. « *Trouble* », le premier parfum créé par YSL Beauté pour Boucheron, a commencé à être distribué mi-avril aux Etats-Unis, en France et au Canada. Son lancement sera généralisé à l'automne.

L'activité maquillages continue à être bien orientée, avec une croissance de 10,6% au cours du trimestre et de très bonnes performances des lignes existantes en France, au Royaume-Uni et au Japon. YSL Beauté occupe la troisième position du marché sur ce segment en France et continue à gagner des parts de marché.

Les ventes de cosmétiques, qui sont encore de taille modeste, sont en plein développement avec une hausse de 22,9% au second trimestre.

Toutes les zones géographiques significatives ont connu un fort développement (Europe +4,2%, Japon +16,6%, Asie hors Japon + 37,3%), hormis les Etats-Unis, en repli de 4,5% en raison de la faiblesse générale des ventes aux grands magasins.

Le chiffre d'affaires à taux de change comparables de YSL Beauté progresse de près de 10% au mois de mai et juin, confirmant et amplifiant ainsi les bonnes performances enregistrées entre février et avril.

- **Bottega Veneta**

Cette marque de maroquinerie et d'accessoires en cuir de très haute gamme continue d'enregistrer des niveaux de croissance exceptionnels au cours du trimestre avec une progression de son chiffre d'affaires de 48,1% en publié et de 59,3% en comparable à 21,8 millions d'euros.

Les ventes de détail sont en augmentation de 62,4% au cours du trimestre, avec une très forte hausse du chiffre d'affaires à magasins constants, accentuée par les nouvelles ouvertures de boutiques. Durant le trimestre écoulé, de nouveaux magasins ont été ouverts dans le grand magasin Tenmaya à Hiroshima au Japon, à Berlin et à Hambourg en Allemagne ainsi qu'à Capri en Italie.

Le Japon, qui est le principal marché de Bottega Veneta, enregistre une nouvelle progression de ses ventes (+39%) tandis que les Etats-Unis (+51,0%) et l'Europe (55,6%) connaissent une croissance remarquable. Un magasin phare vient d'ouvrir sur Madison Avenue, qui devrait encore accroître la notoriété de la marque aux Etats-Unis.

La croissance des ventes accessoires en cuir, notamment la maroquinerie, s'est encore accentuée au cours du trimestre. Les chaussures sont un autre segment très dynamique. La marque a présenté fin février à Milan sa première collection de prêt-à-porter.

- **Sergio Rossi**

Le chiffre d'affaires de Sergio Rossi progresse de 3,5% en publié et de 4,7% en comparable à 20,4 millions d'euros, grâce à de très fortes progressions des ventes au détail. Celles-ci sont en hausse de 29,8%, portées par les bonnes performances au Japon et davantage encore aux Etats-Unis. Le recul des ventes hors magasins en propre est principalement imputable à la période particulièrement défavorable de commandes. Trois nouveaux magasins ont été ouverts depuis octobre, tous au Japon, portant le total des magasins à 41 à fin avril.

- **Boucheron, Bédât & Co, Alexander McQueen, Stella McCartney, Balenciaga**

Boucheron poursuit activement son plan de réorganisation, visant à dynamiser son chiffre d'affaires et à améliorer substantiellement ses résultats en se concentrant sur les marchés où la notoriété de la marque est la plus forte, à savoir la France, le Royaume-Uni, le Japon et Taiwan. Conformément à cette stratégie, le magasin de Milan a été fermé et la marque n'a pas participé à la foire de Bâle cette année. Une nouvelle collection de lunettes a été lancée au printemps ainsi qu'une nouvelle ligne de joaillerie en mai (« *Les symboliques de Boucheron* »)

Bédât & Co a continué à enregistrer d'excellentes performances commerciales, notamment aux Etats-Unis. La marque de montres haut de gamme dispose de près de deux cents points de ventes dans le monde aux Etats-Unis, en Espagne, en Suisse, en Italie et à Hong Kong.

Les marques de créateurs, Alexander McQueen, Stella McCartney et Balenciaga, ont poursuivi leur développement au cours du trimestre. Les nouvelles collections ont été bien accueillies par les professionnels et la presse.

A périmètre, taux de change et jours comparables, les activités de Distribution Grand Public enregistrent à nouveau une progression très soutenue, avec une hausse de 6% au dernier trimestre. La Division Loisirs et Univers de la Maison affiche une croissance de 8,7%, en accélération par rapport au premier trimestre, tandis que la Division Habillement & Bien-Etre, en hausse de 1,5%, continue de croître dans une conjoncture peu porteuse.

L'activité de la Distribution Grand Public est extrêmement soutenue en France, avec une croissance de 6,7%, après un comportement déjà remarquable au 1<sup>er</sup> trimestre (+4,3%). Le déploiement des enseignes de Distribution Grand Public se poursuit avec succès à l'international (+5,1% sur le trimestre et 7,0% sur le semestre). La part du chiffre d'affaires de la Distribution Grand Public réalisé hors de France au premier semestre 2004 s'élève à 43,1%, à un niveau proche de celui du premier semestre 2003.

Le commerce électronique confirme son extraordinaire dynamisme au cours du trimestre et enregistre une nouvelle progression de 35,9%. Le chiffre d'affaires réalisé sur Internet s'élève à 244,1 millions d'euros durant les trois derniers mois et à 458,9 millions d'euros au cours du premier semestre. Il représente désormais 7,4% du chiffre d'affaires des activités de Distribution Grand Public au second trimestre, en hausse sensible par rapport à la période correspondante de 2003 (5,8% sur le trimestre et 5,4% sur le semestre). PPR confirme ainsi ses positions de leader du commerce électronique marchand en Europe, grâce notamment à Redcats et Fnac.com.

### Division Loisirs et Univers de la Maison

- **Conforama**

Le chiffre d'affaires du second acteur de l'équipement du foyer dans le monde s'élève à 653,8 millions d'euros au second trimestre 2004, en hausse de 6,1% en publié et de 6,4% en comparable. La croissance des ventes s'accélère en France (+7,3%) et reste soutenue à l'international (+4,8%).

La croissance soutenue de l'enseigne en France traduit la force du concept auprès des consommateurs et le succès du changement d'image et du parcours client initié en 2003. Deux nouveaux magasins ont été aménagés au nouveau format au cours du premier semestre. Treize autres le seront au cours du deuxième semestre 2004, portant leur total à 28 en fin d'année. Les magasins au nouveau format enregistrent des progressions spectaculaires de leurs chiffres d'affaires. Conforama gagne de nouvelles parts de marché dans l'ameublement et les produits bruns et progresse fortement dans les produits gris ainsi que dans les articles de décoration.

La progression du chiffre d'affaires hors de France est tirée par les bonnes performances de l'enseigne dans la plupart des pays, avec des hausses de 15,8% en Espagne, de 23% au Portugal, de 26,2% en Pologne et de 64,5% en Croatie. L'Italie (-2,4%) et la Suisse (+2,6%) résistent bien malgré la conjoncture. L'enseigne vient d'ouvrir un nouveau magasin à Séville et prévoit d'en ouvrir deux autres en Espagne avant la fin de l'année ainsi qu'un premier magasin à l'enseigne Conforama en Italie près de Milan à l'automne.

- **Fnac**

Le leader de la distribution de produits culturels et de loisirs a réalisé un chiffre d'affaires de 846,1 millions d'euros au second trimestre, en croissance de 8,3% en publié et de 10,5% en comparable. L'activité a été une nouvelle fois soutenue en France (+8,8%) et davantage encore à l'international (+16,7%).

En France, l'activité des magasins reste tirée par les produits techniques les plus innovants en électronique grand public (hausse de chiffre d'affaires de 8,7% en micro informatique et de 13,0% en TV vidéo sur le trimestre) et par la photo, en croissance de 13,7% sur le trimestre grâce au dynamisme des produits numériques. Le livre affiche une solide progression (+6% sur le trimestre) tandis que le disque audio et vidéo résiste bien (+0,1% au second trimestre et -0,2% sur le semestre), la progression de la vidéo compensant la baisse du disque. Les deux magasins agrandis de Tours et de Lille enregistrent de solides performances.

L'activité des filiales en France se caractérise notamment par une hausse de 4,2% du chiffre d'affaires de Surcouf et une progression de 17,7% de Fnac Eveil et Jeux, qui regroupe désormais Fnac Junior et Eveil et Jeux.

Fnac confirme au deuxième trimestre le succès de son développement à l'international, avec des croissances de 10,9% au Portugal, de 15,2% en Espagne, de 35,5% en Suisse, de 50,2% au Brésil et de 52,6% en Italie. Un nouveau magasin a été ouvert par l'enseigne à Curitiba au Brésil au premier semestre et un deuxième vient de l'être à Brasilia, portant le total des magasins dans ce pays à six. La Fnac ouvrira un deuxième magasin à Madrid en octobre et comptera 10 magasins au total en Espagne. La Fnac a signé un accord de joint venture avec le groupe grec Marinopoulos, afin de développer l'enseigne en Grèce, marché qui offre un potentiel semblable à celui du Portugal où Fnac exploite d'ores et déjà 7 magasins.

Le chiffre d'affaires de la Fnac sur Internet s'est élevé à 31,3 millions d'euros au deuxième trimestre et est en progression de 47,6% sur la période. Le nouveau site de téléchargement de la musique de la Fnac, fnac music, sera lancé en septembre.

## **Division Habillement & Bien- Etre**

- **Printemps**

Le chiffre d'affaires du Printemps s'élève à 226,1 millions d'euros, en progression de 8,2% en publié et de 8,7% en comparable. Cette remarquable performance s'explique par la croissance importante de l'activité Grands Magasins et le fort développement des filiales de l'enseigne.

Le chiffre d'affaires des Grands Magasins est en forte hausse (+8,0%) au second trimestre, tiré par le dynamisme des magasins du Boulevard Haussmann (+13,9%) et la bonne tenue de la Chaîne (+3,7%). Les magasins du Boulevard Haussmann bénéficient notamment du programme de réallocation de surfaces en faveur des segments les plus porteurs, comme les accessoires (+26,7%) dont le luxe (+42,3%) et la parfumerie/cosmétiques (+23,9%) grâce au nouvel Espace Beauté. En outre, les derniers mois ont été marqués par un net regain des achats réalisés par les touristes internationaux. La bonne performance de la Chaîne traduit également le succès du programme de réallocation des surfaces, qui est désormais pratiquement achevé.

Le Pôle Sport, constitué de Citadium et de Made in Sport, progresse de 15,5%. Un nouveau magasin Made in Sport a été ouvert à Bordeaux, portant à 20 le total des magasins et deux autres magasins seront ouverts au second semestre.

Madelios enregistre une très solide croissance de son chiffre d'affaires au deuxième trimestre (+22,2%). Le magasin dédié à la mode masculine haut de gamme est désormais exploité sur l'intégralité de sa surface de vente.

- **Redcats**

Le chiffre d'affaires total de Redcats s'élève à 1 101,2 millions d'euros.

Vente à distance

L'activité de vente à distance a réalisé un chiffre d'affaires de 1080,5 millions d'euros, en léger recul de 0,1% en publié et de 0,5% en comparable. Cette évolution reflète des évolutions contrastées dans un environnement textile dans l'ensemble difficile.

En France, Redcats réalise une excellente performance avec une croissance de 3,7% de son chiffre d'affaires. La Redoute gagne ainsi de nouvelles parts de marché par rapport à ses concurrents directs, avec une hausse de 6,1% de ses ventes, grâce notamment au succès du catalogue Printemps-Eté et la bonne performance de ses spécialogues. Somewhere, avec une progression de 6% et surtout Vertbaudet, en hausse de 11%, confirment leur dynamisme.

En Europe hors de France, la Scandinavie renoue avec la croissance, avec une hausse de 3,6% de ses ventes au second trimestre et de nouveaux gains de parts de marché. Redcats a annoncé l'acquisition de Jotex, spécialiste scandinave du textile de maison, offrant ainsi une forte complémentarité avec les activités existantes de Redcats dans cette région. Au Royaume-Uni, après un très bon premier trimestre, l'activité se dégrade au second trimestre en raison d'un marché de l'agence très difficile et termine le semestre en repli de 1%. Dans les autres pays d'Europe, Redcats enregistre une croissance de 4,5%, tirée principalement par les fortes progressions de La Redoute.

Aux Etats-Unis, le chiffre d'affaires recule de 5,9% au second trimestre et de 3,1% sur l'ensemble du semestre. Cette évolution résulte principalement de la performance médiocre des catalogues Chadwick's dans un marché difficile. Depuis l'arrivée de son nouveau Directeur général, Redcats USA teste des nouveaux programmes de marketing direct afin de redynamiser ses marques. Le déploiement opérationnel devrait prendre effet pendant la période Automne/Hiver 2004.

Le canal Internet poursuit son essor spectaculaire, et réalise un chiffre d'affaires de 206,5 millions d'euros, en hausse de 34,9%. La croissance atteint 11,9% aux Etats-Unis, 43,1% en Scandinavie et 59,2% en France. Internet représente désormais 26,9% du chiffre d'affaires aux Etats-Unis, 26% en Scandinavie et 19,6% en France.

Crédit et Services financiers affectés

Le chiffre d'affaires des activités Crédit et Services Financiers s'est élevé à 20,7 millions d'euros, en hausse de 42,8% sur le trimestre.

- **Autres activités**

### Mobile Planet

Le chiffre d'affaires de Mobile Planet s'élève à 4,5 millions d'euros au deuxième trimestre 2004. Il progresse de 4,7% en publié et de 9,8% en comparable. Mobile Planet a réalisé un chiffre d'affaires de 8,8 millions d'euros au premier semestre.

### Orcanta

L'enseigne de lingerie a réalisé un chiffre d'affaires de 12,3 millions d'euros au cours du second trimestre, en hausse de 9,6%. Le chiffre d'affaires d'Orcanta, qui comptait 64 magasins à fin juin, s'est élevé à 25,4 millions d'euros au premier semestre

### Kadéos

Le chiffre d'affaires du leader européen du chèque-cadeau correspond aux commissions encaissées lors de l'émission des chèques-cadeaux. Il s'élève à 3 millions d'euros pour le second trimestre 2004 et est en progression de 11,1%.

### CFAO

Le chiffre d'affaires de la CFAO s'élève à 464,9 millions d'euros, en hausse de 7,4% en publié et de 11,3% en comparable.

L'activité de distribution automobile enregistre une progression de 11,9% de son chiffre d'affaires. Le chiffre d'affaires est en hausse de 2,9% en Afrique de l'ouest, de 10,8% dans les DOM-TOM et l'Océan Indien, de 24,1% en Afrique de l'est et de 36,2% en Afrique méditerranéenne.

Le chiffre d'affaires, en croissance de 12,5% dans la distribution pharmaceutique, se caractérise notamment par la nette progression de l'activité dans les DOM-TOM (+9,8%) et le dynamisme en Afrique (+14,5%).

L'activité CFAO Technologies poursuit son remarquable essor, avec une hausse de 28,3% au cours du dernier trimestre et de très fortes progressions dans pratiquement tous ses pays d'implantation.

<b>Rexel</b>
--------------

Le chiffre d'affaires consolidé au 2<sup>ème</sup> trimestre 2004 s'établit à 1 710,3 millions d'euros, en croissance de 5,3 % à périmètre, taux de change et nombre de jours comparables par rapport au 2<sup>ème</sup> trimestre 2003. Pour l'ensemble du premier semestre 2004, le chiffre d'affaires consolidé est, sur les mêmes bases, en progression de 3,4% par rapport au premier semestre 2003.

Après prise en compte des variations de périmètre pour - 48 millions d'euros (cession de Gardiner au 30 juin 2003) et des effets de change pour -21,3 millions d'euros, l'évolution du chiffre d'affaires est de +2,3% sur le 2<sup>ème</sup> trimestre. Elle est de -0,7% sur le 1<sup>er</sup> semestre.

Jean-Charles PAUZE, Président-directeur général de Rexel, a déclaré : « *Rexel a réalisé une très bonne performance commerciale au deuxième trimestre. L'accélération de la croissance du chiffre d'affaires, qui est passée de 1,3% au premier trimestre à 5,3% au second, est significative dans l'ensemble de nos zones d'activité. Dans ce contexte, la croissance de nos ventes en comparable sur l'ensemble de l'année 2004 devrait être plus élevée que celle observée au premier semestre* ».

### CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE

*Pinault-Printemps-Redoute tiendra une conférence téléphonique pour les analystes et les investisseurs : à 15h (Europe continentale) / 14h (Royaume-Uni) / 9h (heure de la côte Est américaine) mardi 20 juillet.*

EUROPE: +44 20 7019 9504  
Retransmission: +44 20 7984 7578

US: +1 718 354 1152  
Retransmission: +1 718 354 1112

Code d'accès retransmission : 480665#

### CONTACTS

---

Presse :	Thomas Kamm	01 45 64 63 46
	Catherine Malek	01 45 64 61 20
Analystes/Investisseurs :	David Newhouse	01 45 64 63 23
	Alexandre de Brettes	01 45 64 61 49

Site Presse : [www.pprlive.com](http://www.pprlive.com)

Site analystes/investisseurs : [www.pprfinance.com](http://www.pprfinance.com)

Chiffre d'affaires du deuxième trimestre 2004

en millions d'euros	T2 2004	T2 2003	Variation	
	Publié	Publié	Publiée	Comparable*
Gucci	334,7	319,9	+4,6%	+11,5%
Yves Saint Laurent	37,6	32,9	+14,5%	+18,5%
YSL Beauté	145,3	140,8	+3,2%	+7,1%
Bottega Veneta	21,8	14,7	+48,1%	+59,3%
Sergio Rossi	20,4	19,7	+3,5%	+4,7%
Boucheron, Bédard, marques créateurs et autres	35,2	39,1	-10,0%	-6,6%
<b>LUXE</b>	<b>595,0</b>	<b>567,1</b>	<b>+4,9%</b>	<b>+10,5%</b>
Conforama	653,8	616,4	+6,1%	+6,4%
Fnac	846,1	780,9	+8,3%	+10,5%
Mobile Planet	4,5	4,3	+4,7%	+9,8%
<b>Pôle Loisirs et Univers de la Maison</b>	<b>1 504,4</b>	<b>1 401,6</b>	<b>+7,3%</b>	<b>+8,7%</b>
Printemps	226,1	209,0	+8,2%	+8,7%
Redcats	1 101,2	1 096,2	+0,5%	0,0%
Orcanta	12,3	11,4	+7,9%	+9,6%
<b>Pôle Habillement et Bien-Etre</b>	<b>1 339,6</b>	<b>1 316,6</b>	<b>+1,7%</b>	<b>+1,5%</b>
Kadéos	3,0			+11,1%
CFAO	464,9	432,9	+7,4%	+11,3%
<b>DISTRIBUTION GRAND PUBLIC</b>	<b>3 311,9</b>	<b>3 151,1</b>	<b>+5,1%</b>	<b>+6,0%</b>
<b>NOUVEAU PPR</b>	<b>3 906,9</b>	<b>3 718,2</b>	<b>+5,1%</b>	<b>+6,7%</b>
Rexel	1 710,3	1 671,5	+2,3%	+5,3%
Pinault Bois & Matériaux	0,0	385,7	na	na
Guilbert	0,0	199,8	na	na
<i>(Eliminations)</i>	<i>(6,6)</i>	<i>(5,2)</i>	<i>na</i>	<i>na</i>
<b>TOTAL</b>	<b>5 610,6</b>	<b>5 970,0</b>	<b>-6,0%</b>	<b>+6,2%</b>

(\* ) A périmètre, taux de change et jours comparables. La variation publiée intègre notamment les effets des cessions de Pinault Bois & Matériaux et de l'activité « contract » de Guilbert.

## Chiffre d'affaires du premier semestre 2004

<i>en millions d'euros</i>	<b>S1 2004</b>	<b>S1 2003</b>	<b>Variation</b>	
	<b>Publié</b>	<b>Publié</b>	<b>Publiée</b>	<b>Comparable*</b>
Gucci	800,9	762,3	+5,1%	+13,7%
Yves Saint Laurent	80,4	74,6	+7,8%	+12,0%
YSL Beauté	300,9	289,2	+4,0%	+3,2%
Bottega Veneta	43,4	32,2	+35,0%	+45,8%
Sergio Rossi	41,0	40,0	+2,5%	+7,2%
Boucheron, Bédard, marques créateurs et autres	70,1	83,6	-16,1%	+3,4%
<b>LUXE</b>	<b>1 336,7</b>	<b>1 281,9</b>	<b>+4,3%</b>	<b>+11,1%</b>
Conforama	1 372,6	1 301,7	+5,4%	+5,7%
Fnac	1 771,2	1 614,6	+9,7%	+10,0%
Mobile Planet	8,8	9,3	-5,4%	+4,8%
<b>Pôle Loisirs et Univers de la Maison</b>	<b>3 152,6</b>	<b>2 925,6</b>	<b>+7,8%</b>	<b>+8,1%</b>
Printemps	454,8	431,3	+5,4%	+5,4%
Redcats	2 179,1	2 180,5	-0,1%	+1,2%
Orcanta	25,4	23,6	+7,6%	+7,9%
<b>Pôle Habillement et Bien-Etre</b>	<b>2 659,3</b>	<b>2 635,4</b>	<b>0,9%</b>	<b>+2,0%</b>
Kadéos	6,1			+15,1%
CFAO	920,5	844,2	+9,0%	+12,1%
<b>DISTRIBUTION GRAND PUBLIC</b>	<b>6 738,5</b>	<b>6 405,2</b>	<b>+5,2%</b>	<b>+6,1%</b>
<b>NOUVEAU PPR</b>	<b>8 075,2</b>	<b>7 687,1</b>	<b>+5,0%</b>	<b>+6,9%</b>
Rexel	3 308,1	3 332,3	-0,7%	3,4%
Pinault Bois & Matériaux		715,4	na	na
Guilbert	0,0	553,4	na	na
<i>(Eliminations)</i>	<i>(12,8)</i>	<i>(13,8)</i>	<i>na</i>	<i>na</i>
<b>TOTAL</b>	<b>11 370,5</b>	<b>12 274,4</b>	<b>-7,4%</b>	<b>+5,9%</b>

(\*) A périmètre, taux de change et jours comparables. La variation publiée intègre notamment les effets des cessions de Pinault Bois & Matériaux et de l'activité « contract » de Guilbert.