

The logo consists of the letters 'PPR' in a white, serif font, centered within a solid red square.

Cheuvreux Conférence d'Automne

François-Henri Pinault

le 30 septembre 2005

Sommaire

1. Stratégie de croissance stable et durable
2. Performances opérationnelles au S1 2005
3. Perspectives

1
Stratégie de croissance
stable et durable

Stratégie de PPR



- Croissance organique, socle du développement du Groupe
- Priorité à l'international
- Diversité et complémentarité : le Luxe et la Distribution

Des résultats semestriels en forte progression



- Produits des activités ordinaires : +3,1%
- Marge brute : +4,4%
- Résultat opérationnel courant : +11,3%
- Amélioration significative du cash flow libre opérationnel

2

Performances opérationnelles
au 1^{er} semestre 2005

La Distribution au 1^{er} semestre



■ Performance

- Chiffre d'affaires en hausse de 1,6%
- Amélioration du taux de marge brute de +0,4 point
- Résultat opérationnel courant en baisse de 4,2%

■ Poursuite de la croissance à l'international

- Chiffre d'affaires hors de France en hausse de 3,8%
- Ouverture de 5 magasins à l'international
- Implantation dans de nouveaux pays

■ Renforcement du leadership de PPR dans le commerce électronique

Le Luxe au 1^{er} semestre



- **Chiffre d'affaires : +11,2%**
 - Dans toutes les catégories de produits (maroquinerie +34,4%)
 - Dans toutes les zones géographiques (Asie y.c. Japon +17,4%, Europe y.c. France +11,0%)

- **Résultat opérationnel courant : +76,4%**
 - Gucci +16,2%
 - Bottega Veneta +145,3%

- **Offre créative et innovante**

- **Développement du réseau de distribution**
 - 13 nouveaux magasins au premier semestre

PPR

3

Perspectives

Stratégie et perspectives - Distribution



- Réaffirmer le positionnement des enseignes de Distribution du Groupe
 - Conforama: positionnement de discount, offre multi-style, disponibilité immédiate des produits
 - Fnac: défricheur historique des nouvelles technologies, assortiment inégalé de produits éditoriaux
 - Printemps: spécialisé dans les secteurs de la mode, de la beauté et des accessoires
 - Redcats: développement de la marque La Redoute, priorité aux pôles Enfant / Famille et Seniors

Stratégie et perspectives - Distribution



■ Conforama

- Renforcer le positionnement discount
- Poursuivre la modernisation de l'enseigne
- Renforcer nos positions à l'international
- Optimiser sourcing et supply chain

■ Fnac

- Poursuivre les gains de parts de marché
- Continuer le déploiement à l'international

Stratégie et perspectives - Distribution



■ Printemps

- Poursuivre le positionnement de « Grand magasin prescripteur de mode »
- Continuer le programme de rénovation des espaces de ventes
- Augmenter la part des concessions

■ Redcats

- Poursuivre les actions d'amélioration à l'international
- Optimiser le sourcing lointain
- Assurer une croissance soutenue du canal Internet

Stratégie et perspectives - Distribution



■ CFAO

- Poursuivre et intensifier notre développement sur les marchés à fort potentiel d'Afrique méditerranéenne dans l'Automobile et la Pharmacie
- Diversifier notre portefeuille de marques distribuées dans nos métiers d'implantations matures
- S'affirmer comme un partenaire majeur des plus grandes marques au sein des activités de notre pôle Technologie

Stratégie et perspectives - E-commerce



- Renforcer le marketing client
- Intensifier les synergies Internet / magasins
- Multiplier les innovations sur les sites Internet

Stratégie et perspectives - Luxe



- Saisir les remarquables opportunités de croissance du Luxe :
 - Capitaliser sur la marque Gucci
 - Poursuivre le développement des marques dans les catégories de produits les plus attrayantes et les régions à forte expansion
 - Améliorer significativement la rentabilité opérationnelle de toutes les marques

Stratégie et perspectives - Luxe



■ Gucci

- Excellente performance du résultat opérationnel courant
- Réaffirmation de l'équilibre parfait de la marque entre tradition et innovation
- Opportunités sur les marchés à croissance rapide : Chine, Russie...

■ Bottega Veneta

- Amélioration du résultat opérationnel courant
- Croissance dans toutes les zones géographiques
- Déclinaison de la marque dans de nouvelles lignes de produits

Stratégie et perspectives - Luxe



■ Yves Saint Laurent

- Une année de transition
- Une nouvelle équipe de management en place
- Bon accueil de la collection *Croisière*

■ YSL Beauté

- Augmentation des coûts de communication
- Développer les positions en Amérique du Nord et en Asie
- Augmenter la part du maquillage et du soin dans le chiffre d'affaires

Stratégie et perspectives - Luxe



■ Autres marques

- Balenciaga : un retournement spectaculaire
- Boucheron : la confirmation du redressement
- Marques de créateurs : des partenariats sélectifs

PPR

Conclusion

PPR

Annexes

Compte de résultat (1/2)

En M €

	30/06/2005	30/06/2004	Variation
ACTIVITES POURSUIVIES			
Produits des activités ordinaires	8 094,4	7 850,8	3,1%
Coût des ventes	(4 510,3)	(4 418,8)	
Marge brute	3 584,1	3 432,0	4,4%
<i>Taux de marge brute</i>	<i>44,3%</i>	<i>43,7%</i>	<i>+0,6 pt</i>
Charges de personnel	(1 314,5)	(1 265,6)	
Autres produits et charges opérationnels courants	(1 921,0)	(1 853,1)	
Résultat opérationnel courant	348,6	313,3	11,3%
<i>Taux de rentabilité opérationnel courant</i>	<i>4,3%</i>	<i>4,0%</i>	<i>+0,3 pt</i>
Autres produits et charges opérationnels	38,2	14,0	
Dépréciation du goodwill			
Résultat opérationnel	386,8	327,3	18,2%
Charges financières (nettes)	(151,9)	(126,8)	
Résultat avant impôt	234,9	200,5	17,2%

Compte de résultat (2/2)

En M €

	30/06/2005	30/06/2004	Variation
ACTIVITES POURSUIVIES			
Résultat avant impôt	234,9	200,5	17,2%
Impôts sur le résultat	(69,1)	(141,4)	
Quote-part de résultat des sociétés mises en équivalence	3,8	11,7	
Résultat net des activités poursuivies	169,6	70,8	139,5%
dont part du groupe	153,9	44,2	
dont part des minoritaires	15,7	26,6	
ACTIVITES ABANDONNEES			
Résultat net des activités abandonnées	0,0	80,0	n/s
dont part du groupe		58,9	
dont part des minoritaires		21,1	
Résultat net de l'ensemble consolidé	169,6	150,8	12,5%
Résultat net part du groupe	153,9	103,1	
Résultat net part des minoritaires	15,7	47,7	

Structure financière

Bilan Groupe

En M €

	30/06/2005	01/01/2005	Variation	30/06/2004
Actif non-courant	15 426,7	15 391,9	34,8	15 401,6
Actifs nets courants	306,1	(198,0)	504,1	611,3
Actifs nets détenus en vue de la vente			0,0	1 688,8
Capitaux propres ⁽¹⁾	7 758,9	7 605,7	153,2	7 580,0
Passifs d'impôt différé	1 900,7	1 901,8	(1,1)	2 015,3
Provisions pour retraites et autres avantages similaires	242,5	228,9	13,6	226,2
Provisions	253,5	273,7	(20,2)	325,0
Endettement financier net	5 577,2	5 183,8	393,4	7 555,2
(1) dont Part du Groupe	7 594,9	7 434,1	160,8	6 920,5

Évolution de l'endettement financier net

Endettement financier net (EFN) au 31 décembre 2004	4 725,3
Effet de l'application d'IAS 32 / 39	458,5
Endettement financier net au 1^{er} janvier 2005	5 183,8
Cash flow libre opérationnel	104,4
Frais et impôts liés aux cessions	85,2
Cession des titres Facet	(87,2)
Incidence des mouvements sur actions d'autocontrôle PPR	(203,5)
Dividendes versés	310,0
Intérêts versés	84,4
Incidence IAS 32/39 sur les dettes financières	39,8
Mise à la valeur de marché des dérivés de couverture	14,5
Autres mouvements	45,8
Endettement financier net au 30 juin 2005	5 577,2
Endettement financier net au 30 juin 2004	7 555,2

Cash Flow Libre Opérationnel

En M €

	S1 05	S1 04	Variation
CAF avant impôt, dividendes et intérêts	494,9	492,7	2,2
Variation du Besoin en Fonds de Roulement	(381,2)	(436,9)	55,7
Impôts sur le résultat payés	(53,4)	(60,1)	6,7
Flux nets de trésorerie liés aux activités opérationnelles	60,3	(4,3)	64,6
Investissement opérationnel net	(164,7)	(169,0)	4,3
Cash Flow Libre Opérationnel	(104,4)	(173,3)	68,9

The logo for PPR, consisting of the letters 'PPR' in a white, serif font, centered within a dark red square.

Cheuvreux Conférence d'automne

François-Henri Pinault

le 30 septembre 2005