

COMMUNIQUE DE PRESSE

PPR REALISE UN CHIFFRE D'AFFAIRES 2006 EN PROGRESSION DE 5,9 %

- **Bonne tenue de la Distribution : +3,3%**
- **Excellente performance du Luxe : +17,6%**

Sur l'ensemble de l'année 2006, PPR affiche un chiffre d'affaires des activités poursuivies de 17,9 milliards d'euros, en hausse de 5,9% en réel et de 4,8% en comparable par rapport à la même période de 2005. Le chiffre d'affaires à l'international a progressé de 8,6% et représente 55% des ventes totales réalisées par le Groupe.

Au 4^{ème} trimestre 2006, les ventes du Groupe s'élèvent à 5,4 milliards d'euros, en croissance de 3,2% en réel et de 2,2% en comparable par rapport au 4^{ème} trimestre 2005.

François-Henri Pinault, Président-directeur général de PPR, a déclaré : « L'année 2006 a été une nouvelle année de croissance soutenue pour PPR qui affiche un chiffre d'affaires en hausse de 5,9%. Toutes nos marques de Luxe continuent à surperformer leurs marchés, grâce au talent de leurs designers et à la pertinence de leurs positionnements. Nos enseignes de Distribution se tiennent bien dans un environnement difficile, permettant au pôle Distribution de présenter pour l'exercice 2006 un taux de rentabilité opérationnel courant* estimé légèrement supérieur à celui de l'année précédente. »

<i>(en millions d'€) aux normes IFRS</i>	2006	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾	T4 2006	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾
Distribution	14 365	+ 3,3%	+ 2,0%	4 336	+ 0,6%	- 0,5%
Luxe	3 568	+ 17,6%	+ 18,1%	1 038	+ 15,3%	+ 15,7%
<i>Eliminations et autres</i>	-2	<i>ns</i>	<i>ns</i>	-	<i>ns</i>	<i>ns</i>
PPR	17 931	+ 5,9%	+ 4,8%	5 374	+ 3,2%	+ 2,2%

⁽¹⁾ A périmètre et taux de change comparables - Luxe sur 52 semaines

* Le « taux de rentabilité opérationnel courant » représente le ratio de Résultat Opérationnel Courant sur Chiffre d'affaires.

Distribution

Les activités de Distribution sont quasi stables au 4^{ème} trimestre, à - 0,5% en comparable, et enregistrent une progression de 2% sur l'année. Le 4^{ème} trimestre a été marqué par un ralentissement de la consommation en France et un contexte de consommation toujours morose en Italie. Par ailleurs, les mauvaises conditions climatiques et un mois d'octobre difficile ont également pénalisé la fin d'année.

Le Groupe confirme en 2006 son leadership dans le domaine du e-commerce avec une croissance annuelle des ventes en ligne de 23% à 1,6 milliard d'euros.

La **Fnac** enregistre de bonnes performances avec une progression de son chiffre d'affaires annuel de 4% et un 4^{ème} trimestre en hausse de 1,1% malgré un impact calendaire défavorable. En France, la Fnac réalise de nouveau une progression sensible sur les produits techniques (+4,5%), en particulier sur la période de Noël (novembre-décembre), à +6,4%. Les ventes en ligne de son site Fnac.com affichent une forte croissance (+16,4%) et le premier magasin Fnac en périphérie, à Bordeaux Lac, enregistre déjà des résultats supérieurs aux attentes. A l'international, la Fnac poursuit avec succès son développement avec un chiffre d'affaires en hausse de 11% au 4^{ème} trimestre. L'Espagne, l'Italie, le Portugal et le Brésil ont notamment enregistré une hausse à deux chiffres. Sur l'année 2006, la part des ventes à l'international a représenté 25% du chiffre d'affaires de la Fnac. En 2007, l'enseigne ouvrira 4 nouveaux magasins en France, dont 3 en périphérie, et une dizaine dans les principaux pays européens où la Fnac est implantée.

Le chiffre d'affaires de **Conforama** est en repli de 3,8% sur le trimestre, en raison principalement d'un effet calendaire négatif, mais affiche une hausse de 1% en comparable et de 4,3% en réel sur l'ensemble de l'année 2006. L'enseigne poursuit la modernisation de son concept et l'optimisation de son offre produits dans un environnement particulièrement difficile durant ce trimestre, notamment en France et en Italie. En France, certains produits à plus forte marge ont bien progressé, comme les meubles pour la chambre (+15%), les cuisines (+3%) ou les articles de décoration (+7%). A l'international, les ventes ont progressé de 1,7% hors Italie où la transformation de magasins Emmezeta en Conforama commence à porter ses fruits. En 2007, l'enseigne a prévu de rénover 22 magasins et d'ouvrir 5 nouveaux magasins hors de France.

Redcats Group enregistre ce trimestre une performance supérieure à celles de l'ensemble de ses concurrents, néanmoins en retrait de 3,5% en comparable et en hausse de 1,1% en réel. Le trimestre a été notamment affecté par l'inhabituelle douceur du climat et la pression concurrentielle accrue des chaînes de magasins textile. L'enseigne poursuit la transformation de son modèle traditionnel vers un modèle multi-spécialiste et multi-canal s'appuyant sur des marques fortes. Redcats confirme son leadership sur Internet au 4^{ème} trimestre : les ventes en ligne, en croissance de 18%, ont représenté 36,5% du chiffre d'affaires de la vente à distance.

CFAO clôture l'année 2006 avec un excellent dernier trimestre, en croissance de 8,1% en comparable. Le chiffre d'affaires en réel est en léger retrait (-0,3%) suite à la cession d'une filiale pharmaceutique en Egypte. CFAO affiche près de 10% de hausse en 2006, grâce notamment à un environnement économique favorable et à la belle performance des pays d'Afrique sub-saharienne. Au cours du 4^{ème} trimestre, l'activité automobile a enregistré une progression de 11%, particulièrement dynamique en Afrique sub-saharienne (+18%) et méditerranéenne (+21%). Le pôle santé Eurapharma a poursuivi sa croissance, à +2,3%. CFAO a récemment signé de nouveaux partenariats dans l'Automobile (Nissan au Nigéria, Chevrolet en Nouvelle Calédonie ou BMW en Algérie) et développe ses activités pharmaceutiques dans de nouveaux pays.

Luxe

Le pôle luxe continue de surperformer le marché et enregistre à nouveau de très fortes croissances. Au 4^{ème} trimestre, la progression des ventes de Gucci Group est de 15,7% en comparable et s'établit à 18,1% sur l'ensemble de l'année. Comme au trimestre précédent, l'activité affiche une croissance à deux chiffres dans toutes les zones géographiques, en particulier au Japon (+11%), et dans pratiquement toutes les catégories de produits.

La marque **Gucci**, hors activité Timepieces, réalise une belle progression de ses ventes de 14,8% au 4^{ème} trimestre et finit l'année 2006 en forte hausse, à +18,8%. Le repositionnement de l'activité Timepieces s'est poursuivi au 4^{ème} trimestre. Les principales catégories de produits affichent de nouveau de fortes hausses : la maroquinerie à +17%, le prêt-à-porter à +15% et les chaussures à +20%. La marque poursuit l'expansion de son réseau, totalisant 219 magasins en propre à fin 2006. En 2007, Gucci a prévu d'ouvrir 7 nouveaux magasins, principalement en Asie-Pacifique. Les collections de prêt-à-porter présentées ont de nouveau reçu un très bon accueil de la presse.

Bottega Veneta excelle de nouveau au 4^{ème} trimestre avec une remarquable progression (+66%), aussi bien dans la maroquinerie que dans le prêt-à-porter et les chaussures. La marque réalise une année record avec une croissance de près de 70% en 2006. Toutes les zones géographiques enregistrent de très forts taux de croissance, notamment le Japon, son principal marché. Au 4^{ème} trimestre, la marque a ouvert trois nouveaux magasins et totalise 97 magasins en propre. Bottega Veneta vient d'inaugurer en janvier son premier magasin en Chine, à Shanghai, et prévoit l'ouverture d'une dizaine de magasins dans le monde en 2007.

Yves Saint Laurent confirme les bonnes tendances des trimestres précédents avec un 4^{ème} trimestre en croissance de 22,3%. La marque clôture l'année 2006 en hausse de 19,1%. La maroquinerie a enregistré la plus forte progression du trimestre, portée par le succès des sacs *Muse*, *Rive Gauche*, le réversible *Double* et *Downtown*. Toutes les zones géographiques connaissent une forte croissance, en particulier l'Asie-Pacifique hors Japon (+44%). Les nouvelles collections présentées par la marque ont été très bien accueillies par la presse et les acheteurs.

YSL Beauté réalise un chiffre d'affaires en hausse de 2,9% au 4^{ème} trimestre et de 3,0% sur l'ensemble de l'année. La société se concentre désormais sur le développement de ses marques prioritaires et de ses marchés stratégiques. Hors licences non prioritaires arrêtées ou cédées, la croissance du chiffre d'affaires est de 5% sur le trimestre et de 4,2% pour l'année. Au 4^{ème} trimestre, les ventes ont été portées par les produits *Yves Saint Laurent* et les parfums de *Stella McCartney*. Début 2007, YSL Beauté lancera deux nouveaux produits de maquillage *Yves Saint Laurent* et une ligne de soins *Stella McCartney*.

Les autres marques affichent de nouveau une très forte hausse de leurs ventes au 4^{ème} trimestre, à +35,9%, et clôturent l'année à +30,3%. Au 4^{ème} trimestre, **Alexander McQueen**, **Balenciaga**, **Boucheron** et **Stella McCartney** ont réalisé de remarquables progressions à deux chiffres et **Sergio Rossi** enregistre une année record en 2006.

Les données financières estimées pour l'exercice 2006 sont en cours d'audit par les commissaires aux comptes. Elles ont été examinées par le Conseil d'Administration dans sa séance du 18 janvier 2007. Les états financiers au 31 décembre 2006 seront arrêtés par le Conseil d'Administration de PPR le 7 mars 2007.

CONFÉRENCE TÉLÉPHONIQUE

PPR tiendra une conférence téléphonique pour les analystes, les investisseurs et les journalistes : à 15h (Europe continentale) / 14h (Royaume-Uni) / 9h (heure de la côte Est américaine) jeudi 25 janvier 2007.

EUROPE: +33 (0)1 70 99 42 82
Retransmission: +33 (0)1 71 23 02 48

UK : +44 (0)20 7365 1851
Retransmission : +44 (0)20 7806 1970

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

Code d'accès retransmission : 3758649 # (jusqu'au 5 février 2007)

«**PODCAST**» de la conférence téléphonique sur www.ppr.com

PRESENTATION

Les visuels de présentation (PDF) seront disponibles avant la conférence téléphonique sur le site www.ppr.com

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 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 2006 un chiffre d'affaires de 17,9 milliards d'euros. Le titre de PPR est coté à Euronext Paris (FR 0000121485, PRTP.PA, PPFPP). Pour plus de renseignements : www.ppr.com

CONTACTS

Presse :	Peggy Nahmany	01 45 64 65 06 pnahmany@ppr.com
	Catherine Malek	01 45 64 61 20 cmalek@ppr.com
Analystes/Investisseurs :	Alexandre de Brettes	01 45 64 61 49 adebrettes@ppr.com
Site internet :	www.ppr.com	

Annexe 1 : Chiffre d'affaires du quatrième trimestre et de l'année 2006

<i>(en millions d'€) aux normes IFRS</i>	2006	2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾	T4 2006	T4 2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾
Fnac	4 538,0	4 354,1	+ 4,2%	+ 4,0%	1 593,9	1 577,0	+ 1,1%	+ 1,1%
Conforama	3 274,9	3 140,0	+ 4,3%	+ 1,0%	944,8	945,6	- 0,1%	- 3,8%
Redcats	4 332,2	4 377,3	- 1,0%	- 2,9%	1 240,3	1 226,9	+ 1,1%	- 3,5%
CFAO	2 219,4	2 034,3	+ 9,1%	+ 9,7%	557,4	559,2	- 0,3%	+ 8,1%
Distribution	14 364,5	13 905,7	+ 3,3%	+ 2,0%	4 336,4	4 308,7	+ 0,6%	- 0,5%
Gucci	2 100,9	1 807,1	+ 16,3%	+ 16,8%	606,7	539,3	+ 12,5%	+ 12,5%
Bottega Veneta	266,9	159,7	+ 67,2%	+ 68,7%	80,9	49,2	+ 64,4%	+ 65,8%
Yves Saint Laurent	193,6	162,0	+ 19,5%	+ 19,1%	56,0	44,3	+ 26,3%	+ 22,3%
YSL Beauté	626,3	611,4	+ 2,4%	+ 3,0%	194,2	191,9	+ 1,2%	+ 2,9%
Autres marques	380,5	294,2	+ 29,3%	+ 30,3%	100,5	75,6	+ 32,9%	+ 35,9%
Luxe	3 568,2	3 034,4	+ 17,6%	+ 18,1%	1 038,3	900,3	+ 15,3%	+ 15,7%
<i>Eliminations et autres</i>	<i>-1,8</i>	<i>-2,2</i>	<i>ns</i>	<i>ns</i>	<i>-0,3</i>	<i>-1,7</i>	<i>ns</i>	<i>ns</i>
PPR - Activités poursuivies	17 930,9	16 937,9	+ 5,9%	+ 4,8%	5 374,4	5 207,9	+ 3,2%	+ 2,2%
Activités non poursuivies ⁽²⁾	553,6	827,8			2,5	256,5		

⁽¹⁾ A périmètre et taux de change comparables - Luxe sur 52 semaines

⁽²⁾ Principalement France Printemps pour 509 millions d'euros en 2006 (consolidé par Intégration Globale jusqu'au 30 septembre 2006)

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

Fnac

<i>(en millions d'€)</i> <i>aux normes IFRS</i>	2006	2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾	T4 2006	T4 2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾
France	3 393,6	3 321,7	+ 2,2%	+ 2,2%	1 200,8	1 221,2	- 1,7%	- 1,7%
Espagne, Portugal, Belgique	815,0	740,1	+ 10,1%	+ 10,1%	279,8	254,0	+ 10,2%	+ 10,2%
Brésil, Suisse, Italie	329,4	292,3	+ 12,7%	+ 9,9%	113,3	101,8	+ 11,3%	+ 11,8%
International	1 144,4	1 032,4	+ 10,8%	+ 10,1%	393,1	355,8	+ 10,5%	+ 10,6%
TOTAL	4 538,0	4 354,1	+ 4,2%	+ 4,0%	1 593,9	1 577,0	+ 1,1%	+ 1,1%

Conforama

<i>(en millions d'€)</i> <i>aux normes IFRS</i>	2006	2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾	T4 2006	T4 2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾
France	2 270,8	2 126,1	+ 6,8%	+ 1,8%	660,5	650,2	+ 1,6%	- 4,0%
Italie	488,7	518,9	- 5,8%	- 5,8%	137,4	149,5	- 8,1%	- 8,1%
Suisse	238,0	232,6	+ 2,3%	+ 4,0%	69,6	69,1	+ 0,7%	+ 3,5%
Autres pays	277,4	262,4	+ 5,7%	+ 5,2%	77,3	76,8	+ 0,7%	+ 0,3%
International	1 004,1	1 013,9	- 1,0%	- 0,7%	284,3	295,4	- 3,8%	- 3,3%
TOTAL	3 274,9	3 140,0	+ 4,3%	+ 1,0%	944,8	945,6	- 0,1%	- 3,8%

Redcats

<i>(en millions d'€)</i> <i>aux normes IFRS</i>	2006	2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾	T4 2006	T4 2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾
France	2 009,2	2 064,3	- 2,7%	- 2,7%	547,0	562,2	- 2,7%	- 2,7%
Royaume-Uni	482,7	531,5	- 9,2%	- 9,5%	151,6	166,4	- 8,9%	- 9,7%
Scandinavie	349,9	359,1	- 2,6%	- 2,8%	89,5	93,0	- 3,8%	- 5,4%
Etats-Unis	1 193,0	1 128,7	+ 5,7%	- 1,5%	376,0	329,9	+ 14,0%	- 2,5%
Autres pays	297,4	293,7	+ 1,3%	+ 1,6%	76,2	75,4	+ 1,1%	+ 1,7%
International	2 323,0	2 313,0	+ 0,4%	- 3,1%	693,3	664,7	+ 4,3%	- 4,1%
TOTAL	4 332,2	4 377,3	- 1,0%	- 2,9%	1 240,3	1 226,9	+ 1,1%	- 3,5%
<i>Total hors Movitex Germany, The Store et Sears</i>	4 331,3	4 349,9	- 0,4%	- 2,3%	1 240,3	1 225,3	+ 1,2%	- 3,4%

⁽¹⁾ A périmètre et taux de change comparables.

Annexe 3 : Chiffre d'affaires du Luxe

Gucci Group

Répartition par zone géographique

<i>(en millions d'€) aux normes IFRS</i>	2006	2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾	T4 2006	T4 2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾
Europe	1 501,0	1 256,3	+ 19,5%	+ 18,6%	439,0	366,2	+ 19,9%	+ 16,9%
Amérique du Nord	712,4	594,8	+ 19,8%	+ 18,5%	216,3	183,7	+ 17,8%	+ 15,6%
Japon	582,7	557,0	+ 4,6%	+ 12,1%	174,4	175,4	- 0,6%	+ 10,9%
Asie-Pacifique hors Japon	607,0	476,1	+ 27,5%	+ 25,3%	165,8	134,1	+ 23,6%	+ 20,6%
Autres pays	47,8	47,9	- 0,2%	+ 0,4%	12,0	13,1	- 8,2%	- 5,1%
Royalties et autres	117,3	102,3	+ 14,7%	+ 14,8%	30,8	27,8	+ 10,9%	+ 12,1%
TOTAL	3 568,2	3 034,4	+ 17,6%	+ 18,1%	1 038,3	900,3	+ 15,3%	+ 15,7%

Marque Gucci

Répartition par catégorie de produits

<i>(en millions d'€) aux normes IFRS</i>	2006	2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾	T4 2006	T4 2005	Variation Réel	Variation Comparable ⁽¹⁾
Articles de maroquinerie	1 166,7	981,8	+ 18,8%	+ 19,5%	335,1	287,9	+ 16,4%	+ 16,6%
Chaussures	280,8	229,8	+ 22,2%	+ 21,3%	74,3	60,6	+ 22,6%	+ 19,6%
Prêt-à-porter	262,5	221,2	+ 18,6%	+ 18,8%	76,3	65,5	+ 16,5%	+ 15,0%
Royalties et autres produits	390,9	374,3	+ 4,4%	+ 5,7%	121,0	125,3	- 3,5%	- 1,6%
TOTAL	2 100,9	1 807,1	+ 16,3%	+ 16,8%	606,7	539,3	+ 12,5%	+ 12,5%

⁽¹⁾ A périmètre et taux de change comparables - Luxe sur 52 semaines