

# Rapport annuel 2002

# SOMMAIRE

- 1 Profil**
- 2 Historique**
- 4 Message du Président du Conseil de surveillance**
- 6 Interview de Serge Weinberg, Président du Directoire**

## RAPPORT DE GESTION

- 10 Chiffres clés**
- 13 Une dynamique de conquête**
  - Nos enseignes gagnent des parts de marché 14
  - Nos marques s'installent dans le monde 15
  - Notre groupe de luxe se déploie 16
  - Nos nouveaux concepts gagnent du terrain 17
  - Notre relation avec le client s'enrichit 18
  - Nos savoir-faire se partagent 19
- 21 Gouvernement d'entreprise**
  - Répartition des pouvoirs 22
  - Direction du Groupe 23
  - Conseil de surveillance 25
- 39 Un Groupe responsable**
  - Les collaborateurs 40
  - Les actionnaires et la bourse 45
  - La société et l'environnement 48
- 53 Capital marques**
  - Printemps 54
  - Conforama 56
  - Redcats 58
  - Fnac 60
  - Gucci Group 62
  - Rexel 70
  - Pinault Bois & Matériaux 72
  - Guilbert 74
  - CFAO 76
  - Crédit et Services Financiers 78
- 82 Rapport d'activité 2002**
- 95 Comptes consolidés**
- 136 Société mère**
- 154 Observations du Conseil de surveillance**
- 155 Renseignements divers**
- 162 Statistiques boursières**

# PROFIL

Leader européen de la distribution spécialisée et acteur majeur du luxe, Pinault-Printemps-Redoute est actif dans plus de 65 pays. Il s'appuie sur son capital de marques leaders et ses multiples canaux et formats de vente - magasins, vente à distance, commerce électronique, centres d'appels et agences professionnelles - pour répondre aux besoins spécifiques de ses clients, particuliers ou professionnels.

Notre Groupe s'est construit en s'appuyant sur une recherche permanente de performance, d'innovation et de différenciation, une logique de développement associant croissance et rentabilité et un partage de savoir-faire communs à toutes les enseignes.

A terme, notre Groupe a pour vocation de répondre aux besoins d'un client unique, le particulier, en s'appuyant sur des grandes marques, enseignes ou produits, dans la distribution grand public et le luxe.

En 2002, Pinault-Printemps-Redoute a réalisé un chiffre d'affaires de 27,4 milliards d'euros et employait plus de 108 000 salariés\*.

\* Effectifs moyens.

# HISTORIQUE

Créé en 1963 par François Pinault autour des métiers du bois, Pinault-Printemps-Redoute est devenu au milieu des années 1990 l'un des leaders de la distribution spécialisée en Europe. A partir de ses compétences d'origine dans la distribution professionnelle, il s'est engagé dans la distribution grand public dès le début des années 1990, puis dans le luxe en 1999. L'année 2002 a marqué l'amorce d'un mouvement stratégique de concentration du Groupe sur la distribution grand public et le luxe.

## 1988

- ▷ Introduction le 25 octobre 1988 au Second Marché de la Bourse de Paris de **Pinault SA**, société spécialisée dans le négoce, la distribution et la transformation du bois.

## 1990

- ▷ Acquisition de **CFAO** spécialisé dans la distribution de matériel électrique (au travers de la CDME, devenue **Rexel** en 1993) et dans le négoce avec l'Afrique.

## 1991

- ▷ Prise de contrôle de **Conforama**.

## 1992

- ▷ Recentrage du Groupe autour des métiers de la distribution spécialisée.
- ▷ Prise de contrôle de **Au Printemps SA** et de 54 % de **La Redoute**.  
**Naissance du groupe Pinault-Printemps.**

## 1994

- ▷ Absorption de **La Redoute** par le Groupe, renommé **Pinault-Printemps-Redoute**.
- ▷ Prise de contrôle de la **Fnac**.

## 1995

- ▷ Entrée du titre Pinault-Printemps-Redoute dans l'indice CAC 40.
- ▷ Ouverture du 1<sup>er</sup> site Internet du Groupe, **redoute.fr**.

## 1996

- ▷ Acquisition par CFAO de **SCOA**, principal répartiteur pharmaceutique d'Afrique de l'ouest au travers de sa filiale Eurapharma.
- ▷ Lancement d'**Orcanta**, chaîne de lingerie féminine.
- ▷ Lancement de **Fnac Direct**, service Internet de la Fnac.

## 1997

- ▷ Prise de contrôle par Redcats d'**Ellos**, n° 1 de la vente à distance en Scandinavie.
- ▷ Création de **Fnac Junior**.

## 1998

- ▷ Prise de contrôle de **Guilbert**, leader européen de la distribution de fournitures et mobilier de bureau.
- ▷ Acquisition de 49,9 % de **Brylane**, n° 4 de la vente à distance aux Etats-Unis.
- ▷ Création de **Made in Sport**, chaîne de magasins consacrée aux passionnés des événements sportifs.

## 1999

- ▷ Entrée dans le secteur du luxe avec l'acquisition de 42 % de **Gucci Group**.
- ▷ Rachat du solde du capital de **Brylane**.
- ▷ Acquisition par Gucci de **Sergio Rossi** et d'**Yves Saint Laurent**.

## 2000

- ▷ Entrée de Conforama en Italie avec une prise de participation de 60 % dans le groupe **Emmezeta**.
- ▷ Acquisition de **Surcouf**, le plus grand espace de distribution de produits micro-informatique en Europe.
- ▷ Acquisition par Gucci de **Boucheron**.
- ▷ Lancement de **Citadium**, nouveau magasin de sport du Printemps.

## 2001

- ▷ Poursuite par Gucci Group de sa stratégie de construction d'un groupe de luxe multimarques, avec les acquisitions de **Bottega Veneta** et de **Balenciaga** ainsi que des accords de partenariat avec **Stella McCartney** et **Alexander McQueen**.
- ▷ Renforcement de Pinault-Printemps-Redoute dans le capital de Gucci à hauteur de 53,2 %.

## 2002

- ▷ **Premières étapes du mouvement stratégique de concentration du Groupe sur ses activités Grand Public et Luxe** avec les cessions des activités de "Vente à Distance" de Guilbert à Staples Inc. et du pôle Crédit et Services Financiers en France et en Scandinavie à Crédit Agricole SA et BNP Paribas, ainsi que le renforcement dans le capital de Gucci à hauteur de 54,4 %.

# MESSAGE DU PRESIDENT DU CONSEIL DE SURVEILLANCE

## **Les résultats 2002 de Pinault-Printemps-Redoute se sont caractérisés par leur solidité d'ensemble.**

En dépit d'un environnement fortement dégradé, le chiffre d'affaires est resté pratiquement stable. La marge brute, dont le taux progresse de 0,5 point, confirme la puissance d'attraction des marques de Pinault-Printemps-Redoute ainsi que l'efficacité croissante du Groupe aux achats. L'évolution du résultat d'exploitation (- 7,7 %) intègre principalement les effets du repli en réel du chiffre d'affaires et la poursuite à un rythme soutenu des investissements dans les marques du Groupe, notamment dans le Luxe. Ainsi, le Groupe a choisi clairement de concentrer ses investissements dans le déploiement de ses marques récemment acquises, notamment Yves Saint Laurent, et dans le développement de son réseau de distribution.

En 2002, Pinault-Printemps-Redoute a poursuivi son mouvement de conquête en s'appuyant sur son fort positionnement stratégique et concurrentiel et confirmé son dynamisme commercial, comme en témoignent l'ouverture de plus de 45 000 m<sup>2</sup> de surface de vente dans le Grand Public, les lancements de concepts novateurs tels que Fnac Digitale, le déploiement en France des formats spécialisés comme Surcouf ou le pôle Sport du Printemps ainsi que le succès dans divers pays d'Europe de Fnac et de Conforama.

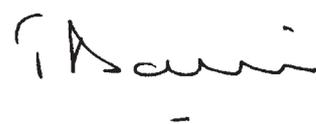
Le renforcement de la structure financière du Groupe avec un ratio d'endettement ramené de 75 % à 54 % est aussi l'un des faits marquants de l'année 2002. Cette nette amélioration reflète les excellentes conditions dans lesquelles le Groupe a réalisé les cessions de l'activité vente à distance de Guilbert et l'essentiel de son pôle Crédit et Services Financiers. Ces deux cessions majeures traduisent également le mouvement stratégique engagé en 2002, consistant à faire de Pinault-Printemps-Redoute un groupe centré sur le client particulier. Le Groupe bénéficiera ainsi pleinement de la puissance de ses marques – marques enseignes ou marques produits – et de ses savoir-faire que sont notamment son mode de management entrepreneurial, son organisation décentralisée, sa culture du résultat et sa capacité à déployer ses concepts en France et à les exporter avec succès à l'international. Au terme de ce mouvement, Pinault-Printemps-Redoute disposera d'un profil de croissance et de rentabilité sensiblement renforcé dans le cadre d'un groupe resserré autour de ses activités à forte valeur ajoutée que sont le Grand Public et le Luxe.

Les développements réalisés en 2002 et les résultats du Groupe ont conduit le Directoire à proposer à l'Assemblée générale du 22 mai 2003, la distribution d'un dividende de 2,30 euros par action, stable par rapport à l'année dernière.

Pour exercer sa mission dans les meilleures conditions, le Conseil de surveillance a porté une attention toute particulière à l'amélioration de ses pratiques de gouvernement d'entreprise. Il s'est ainsi doté de moyens efficaces notamment par la création d'un Comité d'audit qui s'est substitué au Comité financier existant depuis 1995. Le Conseil a par ailleurs créé un Comité des nominations tandis que les deux Commissions des rémunérations, existantes depuis 1992, ont été réunies en un Comité unique des rémunérations. Avec l'arrivée de Pierre Bellon, d'Allan Chapin, de Luca Cordero di Montezemolo et d'Anthony Hamilton, le nombre des membres du Conseil de surveillance indépendants a été porté à 5 en 2002, soit plus du tiers des membres du Conseil et les deux tiers des membres du Comité d'audit. Ainsi renouvelé pour renforcer la mise en œuvre des principes de gouvernement d'entreprise et refléter l'internationalisation croissante du Groupe, le Conseil de surveillance pourra contribuer encore plus efficacement à sa mission au sein du groupe Pinault-Printemps-Redoute. Il a ainsi décidé d'appliquer, pour l'avenir, une démarche d'évaluation annuelle concernant ses modalités de fonctionnement et a désigné Allan Chapin pour conduire cette évaluation.

2003 s'ouvre sur une conjoncture économique toujours dégradée, avec des marchés boursiers en baisse et une montée des tensions internationales. Le Groupe poursuit sa dynamique commerciale et sa politique de maîtrise des coûts. Les deux premiers mois d'activité confirment les tendances à l'amélioration observées au cours du 4<sup>e</sup> trimestre 2002 et traduisent la grande solidité des enseignes de Pinault-Printemps-Redoute.

Je voudrais remercier, en mon nom et celui du Conseil de surveillance, Serge Weinberg et le Directoire, les Présidents d'enseignes et l'ensemble des collaborateurs du Groupe pour le travail effectué durant une année particulièrement difficile.



**Patricia Barbizet**  
Président du Conseil de surveillance

# INTERVIEW DE SERGE WEINBERG, PRESIDENT DU DIRECTOIRE

## “Un Groupe centré sur des activités à forte valeur ajoutée.”

### Comment jugez-vous 2002 pour Pinault-Printemps-Redoute ?

En dépit d'une conjoncture dégradée, notamment en Amérique du Nord et dans le Luxe, le Groupe a affiché une très bonne capacité de résistance et d'adaptation tout au long de l'année 2002.

Notre chiffre d'affaires (27,4 milliards d'euros) est en léger recul de 1,5 %, en réel, par rapport à l'exercice précédent. Ce fléchissement limité témoigne, compte tenu d'une base de comparaison élevée, des bonnes performances commerciales de nos enseignes dans un environnement macro-économique difficile. A périmètre, taux de change et jours comparables, le recul du chiffre d'affaires du Groupe est limité à 0,5 %. Cette quasi-stabilité s'explique notamment par la baisse de nos activités nord-américaines. Hors Amérique du Nord, l'activité a progressé de 0,9 % en comparable.

Le fait le plus marquant est que nous renouons avec la croissance en fin d'année. L'amélioration des tendances enregistrée au 3<sup>e</sup> trimestre (-0,5 %) s'est confirmée au 4<sup>e</sup> trimestre : le chiffre d'affaires a progressé de 1,7 % par rapport à la même époque de 2001 alors que nous avions enregistré un recul de 1,7 % au premier trimestre.

La croissance du pôle Grand Public s'est ainsi raffermie trimestre après trimestre pour connaître une accélération au 4<sup>e</sup> trimestre : +3,5 % alors qu'elle avait commencé à -1,1 % au premier trimestre. Le pôle Luxe a enregistré une croissance de 3,8 % pour le trimestre clos au 31 octobre 2002 après une progression de 1,5 % au trimestre précédent. Le recul du pôle Professionnel, limité à 0,9 %, contre 3,8 % au premier trimestre, provient essentiellement de l'environnement difficile en Amérique du Nord, particulièrement marqué chez Rexel.

Compte tenu des effets de change et de périmètre et de l'accroissement des coûts de développement dans le Luxe, notre résultat d'exploitation (1 826,9 millions d'euros) est en retrait de 7,7 % par rapport à 2001.

Ces effets mis à part, le repli du résultat d'exploitation se limite à 2,8 %. La croissance du résultat d'exploitation du pôle Grand Public (+3,8 %) est tirée notamment par le fort redressement de Redcats, avec en particulier l'excellente santé de La Redoute, la poursuite de la croissance rentable chez Fnac et le maintien par Conforama d'un taux de rentabilité élevé.

Le recul du résultat d'exploitation du pôle Luxe s'explique principalement par les choix d'investissement liés à la renaissance de la marque Yves Saint Laurent, au déploiement des marques Boucheron et Bottega Veneta ainsi qu'au développement des marques émergentes : Balenciaga et les griffes Alexander McQueen et Stella McCartney. Ces coûts de développement ont pesé sur les résultats à hauteur de 146 millions d'euros en 2002.

La baisse dans le pôle Professionnel est attribuable au recul du résultat d'exploitation de Rexel. Les autres enseignes du pôle, CFAO, Guilbert et Pinault Bois & Matériaux, enregistrent, hors effet de périmètre, des progressions de leur résultat d'exploitation.

Quant au pôle Crédit et Services Financiers, il connaît une progression à deux chiffres de son résultat d'exploitation (+15,3 %) notamment sous l'effet conjugué de l'augmentation de sa marge financière et de la performance de ses activités d'assurance.

### Quel a été le dynamisme du Groupe en 2002 ?

Dans l'ensemble, les enseignes du Groupe ont à nouveau gagné des parts de marché, en France et à l'international, élargi leurs offres produits, ouvert de nouveaux magasins et lancé de nouveaux formats, ce qui traduit bien le dynamisme commercial et la puissance des marques de notre Groupe. Tout en menant d'importants efforts de maîtrise des coûts, nous avons maintenu notre niveau global d'investissements opérationnels et profité de cette période pour accélérer nos efforts de développement dans le Grand Public et le Luxe.

En 2002, 25 nouveaux magasins ont été ouverts dans le pôle Grand Public, représentant une surface de vente totale additionnelle de plus de 45 000 m<sup>2</sup>. Parmi les réussites commerciales, citons le lancement de concepts novateurs : Fnac Digitale, consacré à l'univers des produits numériques ; les catalogues "Styles de vie" chez Brylane aux Etats-Unis ou "Histoires de Chambres", pour les enfants, chez VertBaudet ; les 8 000 m<sup>2</sup> du Printemps de la Maison réorganisés en styles de décoration bien identifiables... Mentionnons l'extension des concepts gagnants : deux nouveaux magasins Surcouf, à Strasbourg et à Belle-Epine, avec l'objectif de développer le concept hors de France ; l'émergence du pôle Sport autour de Citadium et Made in Sport ; le succès du Printemps du Luxe ; le dynamisme des magasins Somewhere ; la bonne progression du pôle Enfants de la Fnac (Fnac Junior et Eveil et Jeux)...

Gucci Group, quant à lui, a ouvert 58 magasins et en a rénové 8 sur la période à travers le monde entier. C'était un choix industriel de notre part de soutenir une politique de développement significative et rapide. 2002 en était le pic, avec 388 millions d'euros investis par Gucci Group, soit près de la moitié des investissements de tout le groupe Pinault-Printemps-Redoute.

### **Votre développement à l'international est-il déjà un moteur de croissance ?**

Oui, dans le Grand Public, les investissements consacrés depuis plusieurs années à l'internationalisation de nos concepts commencent à porter leurs fruits. Nos enseignes spécialisées ont réussi, à la différence de leurs concurrents, à exporter leur savoir-faire hors de France. La Fnac, par exemple, connaît un succès spectaculaire dans les nouveaux pays d'implantation tels l'Espagne, le Portugal, la Suisse et l'Italie. En l'espace de sept ans, son chiffre d'affaires hors de France est passé de 11 % à 23 %. Quant à Conforama, sa priorité est de se développer en

Europe centrale, forte de son expérience hors de France, où l'enseigne réalise déjà plus de 32 % de son chiffre d'affaires avec 44 magasins. Chez Redcats, La Redoute poursuit également avec succès son essor hors de France avec une implantation dans huit pays correspondant déjà à plus de 21 % de son chiffre d'affaires et des progressions particulièrement fortes aux Etats-Unis et en Espagne.

Nous allons poursuivre, voire amplifier ce mouvement.

### **Où en êtes-vous de votre approche Internet ?**

Pinault-Printemps-Redoute dépassera le milliard d'euros de ventes en ligne en 2003 après avoir réalisé plus de 830 millions d'euros en 2002. Soit une croissance de plus de 80 % sur l'année. Cela constitue, chez Guilbert ou chez Redcats, une part tout à fait significative du chiffre d'affaires : jusqu'à plus de 20 % sur certains catalogues de Brylane. Notre stratégie, c'est non seulement d'être l'un des tout premiers marchands en ligne européens mais aussi d'imbriquer parfaitement le "web" dans une approche "multicanaux" de notre commerce, associant les différents formats de vente (magasins, centres d'appels, catalogues de vente à distance, agences professionnelles). Loin de se "cannibaliser" entre eux, ces différents canaux s'enrichissent mutuellement et créent une valeur ajoutée évidente pour nos clients et notre activité.

Par ailleurs, grâce au Net, nous revoyons progressivement l'ensemble de nos processus internes, en les "internetisant", dans l'idée de faire mieux, moins cher et plus vite. Un exemple dans les enchères électroniques : grâce à notre participation à la place de marché GNX, nous avons réalisé plus de 470 millions d'euros d'achats en ligne en 2002 avec des gains supérieurs à 10 %.

**Autre fait marquant de l'année, le mouvement stratégique que vous avez entrepris avec les cessions de la partie "Vente à Distance" de Guilbert et du pôle Crédit et Services Financiers. Beaucoup se sont interrogés sur les raisons de la cession de Finaref ?**

Nous étions un peu l'exception qui confirmait la règle car la plupart des groupes de distribution (Wal-Mart, Tesco, Carrefour, Casino...) avaient déjà adossé leurs activités de crédit à la consommation à des partenaires bancaires. De plus, nous avons profité de la conjonction de facteurs positifs – des résultats très élevés et un contexte favorable au crédit – pour céder cette activité. Notre décision était la bonne, compte tenu de nos autres projets, avec notamment la montée en puissance dans le Luxe. D'autant que les valorisations qui nous ont été proposées par BNP Paribas pour Facet (cartes de crédit de Conforama) et le Crédit Agricole pour Finaref étaient très intéressantes : plus de 3,6 milliards d'euros pour l'ensemble de ces actifs pris à 100 %. Afin de maintenir un lien commercial fort et de conserver la maîtrise de l'interface clients, de la stratégie marketing et des bases de données, nous avons souhaité rester actionnaires à hauteur de 10 % au travers de nos enseignes Grand Public. Grâce à l'ensemble de ces opérations (vente des activités "Vente à Distance" de Guilbert, cessions de Finaref et de Facet), la capacité de Pinault-Printemps-Redoute à conduire son développement sur des bases financières solides se trouve confirmée.

**Vous vous retirez du pôle Crédit et Services Financiers pour monter en puissance dans le Luxe, une activité fort rentable mais qui traverse une crise compte tenu de l'environnement économique et géopolitique ?**

Le Luxe est certes une industrie cyclique dont le ralentissement est aujourd'hui perceptible, mais il reste aussi un marché à fort potentiel en valeur qui bénéficie, sur une longue période, d'un rythme de croissance trois fois supérieur à celui de l'économie mondiale. Le secteur du Luxe affiche également des niveaux de rentabilité opérationnelle très élevés en particulier pour la haute joaillerie, la maroquinerie ou pour les accessoires. La marque Gucci en est le reflet avec une rentabilité opérationnelle élevée qui s'établit aujourd'hui à 29 %. Le Luxe est par ailleurs un secteur qui donne à ses marques un statut mondial. Il offre ainsi la possibilité d'entrer sur de nouveaux marchés porteurs comme la Chine ou la Russie, par exemple, qui sont des pays où Gucci Group commence à se déployer.

C'est pour l'ensemble de ces raisons que nous avons fait le choix d'aller très vite dans la stratégie de développement des marques et notamment dans le déploiement de la nouvelle image de marque d'Yves Saint Laurent. En l'espace de trois ans, Yves Saint Laurent a accompli une transformation jamais réalisée auparavant dans le secteur du luxe. Nous sommes ainsi passés d'un groupe monomarque à un groupe multimarques bâti autour d'une dizaine de marques exclusives qui constituent un portefeuille attractif, équilibré et solide. C'est une combinaison de produits à cycle court liés à la mode (prêt-à-porter, maroquinerie...) avec des produits à cycle plus long comme l'horlogerie et la haute joaillerie. Aujourd'hui, la priorité est à la transformation de nos nouvelles marques en des succès économiques et donc à la rentabilisation de nos investissements. Le marché du Luxe, j'en suis convaincu, sera le premier à rebondir avec la reprise économique.

### **Que répondez-vous à ceux qui jugent votre ticket d'entrée dans le luxe trop élevé ?**

Ne confondons pas le prix de l'exercice du "put" (101,50 dollars) et notre prix de revient moyen. Compte tenu de notre participation actuelle dans Gucci et de la faculté que nous avons de la porter à 70 % ainsi que de la baisse du dollar face à l'euro, notre prix de revient moyen s'établirait à 84 euros, ce qui est très inférieur au prix du "put". A ce prix-là, et compte tenu du potentiel exceptionnel de croissance de Gucci Group, il s'agit d'un excellent investissement. D'autant que Gucci dispose de 1,5 milliard d'euros de trésorerie.

### **En quoi consiste le mouvement stratégique que vous avez initié ?**

Il s'agit de faire de Pinault-Printemps-Redoute un groupe de distribution Grand Public et Luxe, centré sur le client particulier et ses attentes de bien-être et de qualité de vie car nous considérons qu'une fois achevé ce mouvement, le profil de Pinault-Printemps-Redoute sera non seulement plus lisible et plus cohérent mais aussi bien meilleur : un potentiel de croissance organique fort doublé d'une rentabilité des capitaux engagés supérieure à ce qu'elle est actuellement.

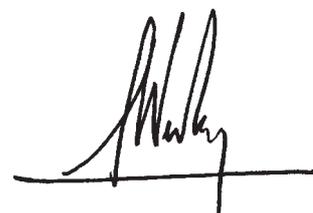
### **A quel horizon la concentration du Groupe sur les pôles Grand Public et Luxe sera-t-elle achevée ?**

Nous réalisons ce mouvement au rythme le plus compatible avec la meilleure valorisation possible des actifs que nous entendons céder. Nous devrions avoir achevé l'essentiel des transformations du Groupe d'ici à la fin 2004.

### **Quelles perspectives voyez-vous pour Pinault-Printemps-Redoute en 2003 ?**

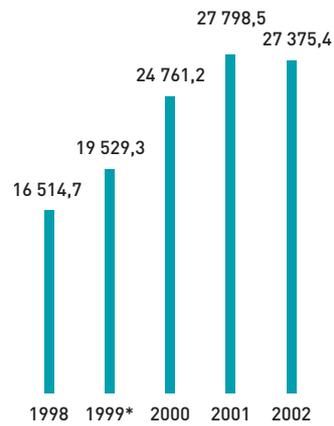
Nos hypothèses pour 2003 restent prudentes compte tenu de l'environnement économique et géopolitique mais l'ensemble des efforts réalisés en termes de maîtrise des coûts et de dynamisme commercial, grâce notamment à notre programme ClO (Client Obsession) de conquête de parts de marché rentables et durables, l'ampleur des transformations en cours et des investissements de développement me rendent raisonnablement optimiste. Ayant gagné des parts de marché dans la phase de ralentissement, nous sommes à l'évidence bien placés pour bénéficier de toute amélioration de la conjoncture.

Grâce à la puissance et à la qualité de nos marques, à la poursuite de notre mouvement stratégique vers des activités à plus forte valeur ajoutée que sont le Grand Public et le Luxe et à la motivation et l'expertise de nos collaborateurs, je suis confiant dans la capacité de notre Groupe à assurer une croissance significative de ses résultats.



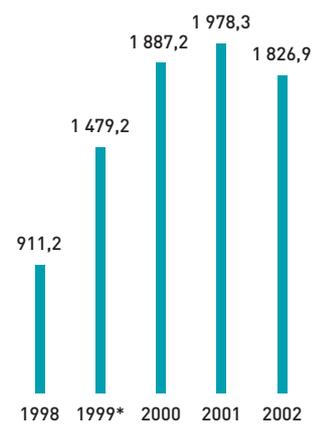
**Serge Weinberg**  
Président du Directoire

# CHIFFRES CLES



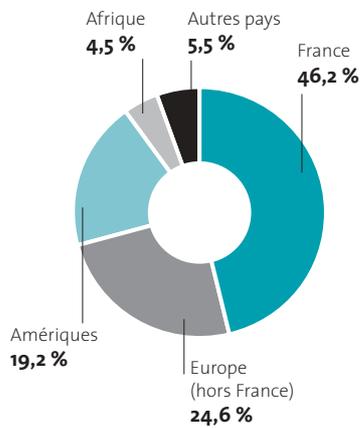
**Chiffre d'affaires**  
(en millions d'euros)

\* Normes comptables appliquées en 2000.

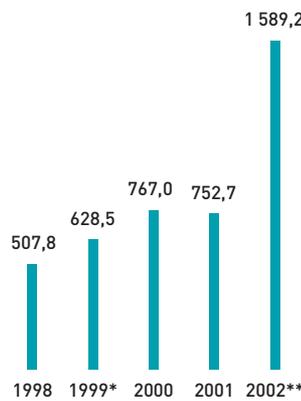


**Résultat d'exploitation**  
(en millions d'euros)

\* Normes comptables appliquées en 2000.



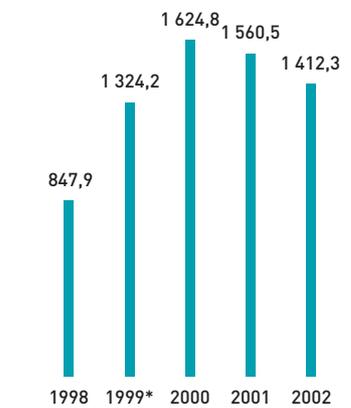
**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par zone géographique**



**Résultat net part du Groupe**  
(en millions d'euros)

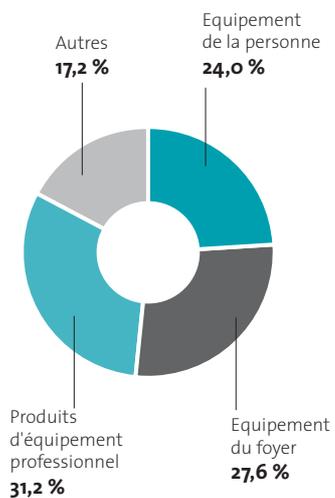
\* Normes comptables appliquées en 2000.

\*\* Hors éléments exceptionnels nets : 672,2 millions d'euros.

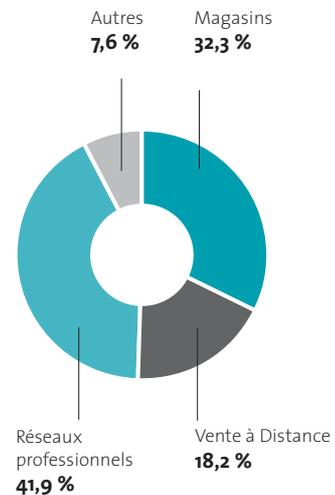


**Résultat courant avant impôt**  
(en millions d'euros)

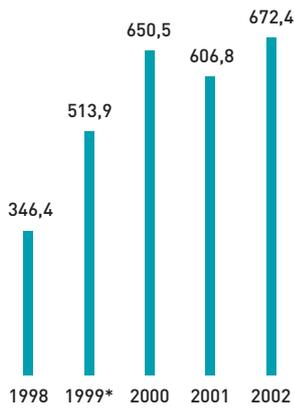
\* Normes comptables appliquées en 2000.



**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par famille de produits**

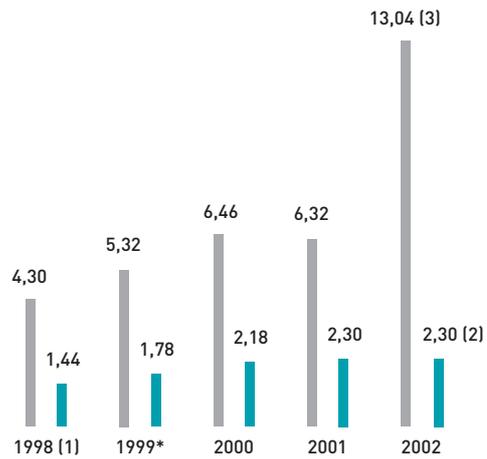


**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par format de vente**



### Investissements nets d'exploitation (en millions d'euros)

\* Normes comptables appliquées en 2000.



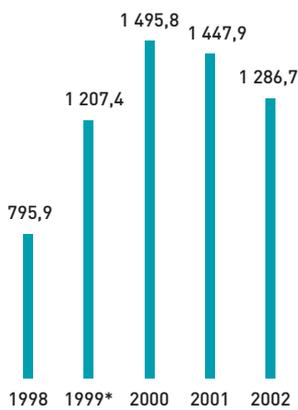
### Résultat net et dividende net par action (en euros)

\* Normes comptables appliquées en 2000.

(1) Retraité de la division du nominal par cinq (juillet 1998).

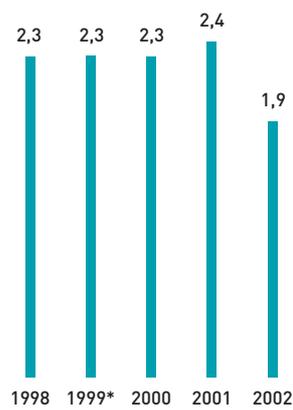
(2) Soumis à l'approbation de l'Assemblée générale du 22 mai 2003.

(3) Dont 7,52 euros d'éléments exceptionnels.



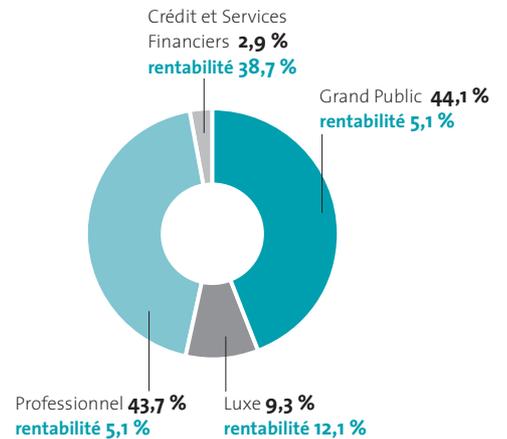
### Capacité d'autofinancement (en millions d'euros)

\* Normes comptables appliquées en 2000.

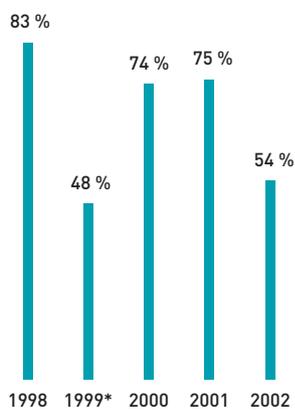


### Capacité d'autofinancement / Investissement net d'exploitation

\* Normes comptables appliquées en 2000.

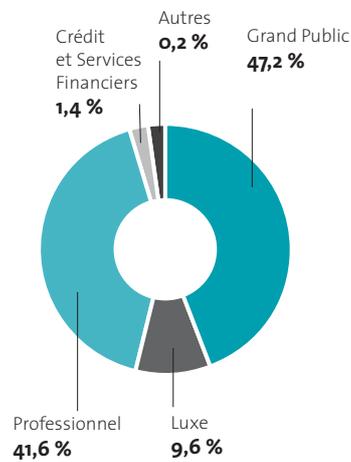


### Répartition du chiffre d'affaires 2002 et rentabilité d'exploitation par type d'activité (en % du chiffre d'affaires)



### Ratio d'endettement (en % des capitaux propres de l'ensemble consolidé)

\* Normes comptables appliquées en 2000.



### Répartition de l'effectif moyen 2002 par activité



# UNE DYNAMIQUE DE CONQUETE

Confronté à un environnement économique difficile, notre Groupe a poursuivi son mouvement de conquête, en s'appuyant sur son fort positionnement stratégique et concurrentiel et en capitalisant sur ses atouts et son dynamisme. Le bilan à fin 2002 est positif : nos formats et nos marques s'exportent bien. Elles démultiplient leurs activités à travers des concepts nouveaux, exploitant des niches et devançant les attentes des clients. Elles étendent la portée de leurs activités à de nouveaux canaux de distribution.

- 14** Nos enseignes gagnent des parts de marché
- 15** Nos marques s'installent dans le monde
- 16** Notre groupe de luxe se déploie
- 17** Nos nouveaux concepts gagnent du terrain
- 18** Notre relation avec le client s'enrichit
- 19** Nos savoir-faire se partagent

## Nos enseignes gagnent des parts de marché

Depuis sa création, Pinault-Printemps-Redoute a fait preuve d'un grand dynamisme commercial et d'une forte capacité d'innovation. Cette créativité et cette réactivité s'expriment à tous les stades du métier de distributeur : de la qualité de service à l'offre de produits, en passant par l'optimisation de la logistique.

Dans tous les domaines, le Groupe multiplie les initiatives et les efforts avec un principal objectif : la satisfaction des clients. Elle se traduit par des gains de parts de marché durables et rentables, quel que soit le stade d'avancement du cycle économique.

En 2002, dans un contexte peu porteur, la plupart des enseignes ont continué à gagner des parts de marché, reflétant leur dynamisme commercial ainsi que la puissance de leurs marques.

**Le renouveau du catalogue La Redoute** illustre ce dynamisme commercial. Les initiatives prises depuis deux ans ont permis à ce format, dans un marché de la vente à distance à faible taux de croissance, de reconquérir des parts de marché, tant à l'international qu'en France. Les actions marketing ont conduit au repositionnement du catalogue vers sa cible d'origine, la femme, et à une segmentation de l'offre par cycle de vie. Chaque édition du catalogue est dynamisée par la présence de grandes marques, de créateurs ou de personnalités célèbres. Le catalogue a attiré une nouvelle clientèle via Internet. Ces mesures se traduisent par un rebond spectaculaire des parts de marché en 2002, avec une performance supérieure de 4,2 points à celle du marché. Le catalogue multispécialiste s'impose aujourd'hui comme le leader incontesté de la vente à distance au consommateur en France avec une part de marché estimée à 28,8 % en 2002 (source : COE/FEVAD).

**Le succès du catalogue La Redoute Automne-Hiver 2002** repose notamment sur la présence de Kenzo Takada, l'invité de la saison, sur la marque Comptoirs des Cotonniers avec une communication mère-fille et sur la présence de Lou Doillon, mannequin et actrice. La déclinaison du catalogue en deux versions, l'une pour les familles avec enfants, l'autre pour les familles dont les enfants ont quitté le foyer familial, est prévue pour 2003.

**Fnac renforce ses positions dans les produits techniques**, avec notamment une bonne performance en 2002 des ordinateurs portables, des écrans plasma, des lecteurs et enregistreurs DVD et des consoles de jeux. Avec une part de marché de 11,5 % en France en 2002 (source : GFK et organismes professionnels), la Fnac s'impose face à ses concurrents, les hypermarchés et les chaînes spécialisées, en raison d'une offre très large, de vendeurs spécialistes de leurs produits et expérimentés, et de son rôle de prescripteur. L'enseigne continue à gagner des parts de marché dans le livre, avec une part de marché de 15,6 % en 2002 (source : GFK et organismes professionnels).

**L'enseigne Printemps progresse très vigoureusement sur le marché du sport**, grâce au succès des deux concepts innovants constituant son pôle Sport : le mégastore Citadium, créé en 2000, et les 17 magasins du concept Made in Sport, lancé en 1998. Leur positionnement unique leur a permis de se distinguer de la concurrence, avec une progression de 30,8 % de leur activité, contre 3,8 % pour le marché en 2002 (source : l'Observateur Cetelem).

**Conforama gagne des parts de marché dans l'ameublement** en France en 2002, avec un différentiel de croissance de 2,5 points par rapport à un marché en baisse de 5,3 %. Conforama s'appuie sur son positionnement unique de "discounteur", une offre multistyle et un service de qualité pour se différencier de ses concurrents. Il a rencontré un succès exceptionnel dans les produits techniques avec 16 000 consoles PlayStation 2 et 43 000 DVD vendus au mois de décembre 2002.

# Nos marques s'installent dans le monde

Pinault-Printemps-Redoute dispose de deux atouts majeurs : des concepts exportables et un savoir-faire dans la stratégie de développement à l'international. Peu d'acteurs de la distribution non alimentaire ont su, comme Pinault-Printemps-Redoute, imposer leurs concepts hors de leur pays d'origine. Aujourd'hui, notre Groupe est actif dans plus de 65 pays.

Fnac, Conforama et Guilbert ont fait de l'Europe leur territoire domestique. Redcats, Gucci et Rexel ont acquis une présence mondiale depuis de nombreuses années. Cette internationalisation réussie et maîtrisée reflète la capacité du Groupe à adapter son offre de produits et de services aux besoins de la clientèle locale.

Le développement à l'international est un accélérateur de croissance. Depuis 1997, le chiffre d'affaires à l'international a été multiplié par plus de trois, tandis que le chiffre d'affaires du Groupe a doublé.

**Aujourd'hui, Pinault-Printemps-Redoute réalise 53,8 % de son activité hors de France**, contre 35,4 % en 1997. Après une phase d'internationalisation dynamique et rapide, qui s'est traduite par une progression du chiffre d'affaires hors de France de plus de 100 % en cinq ans, Pinault-Printemps-Redoute a poursuivi, en 2002, la densification de sa présence dans les pays existants, engagée en 2001. L'objectif du Groupe est d'atteindre la taille critique dans chacun des pays où il est présent et d'y construire des positions de leader.

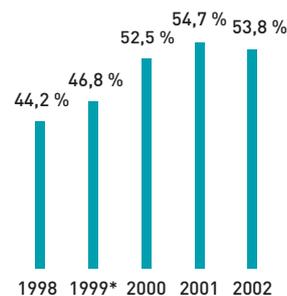
**Après une période de rapide expansion internationale, Fnac** dispose aujourd'hui d'un réseau de 27 magasins en Europe (hors France), répartis dans cinq pays. En 2002, l'enseigne a concentré ses efforts de développement en Europe avec l'ouverture de magasins dans les pays où elle était déjà fortement implantée. L'enseigne a ainsi ouvert un 3<sup>e</sup> puis un 4<sup>e</sup> magasin en Italie, un 6<sup>e</sup> au Portugal et un 3<sup>e</sup> en Suisse. Ces développements se sont traduits, en 2002, par une progression de 19 % de son chiffre d'affaires en Europe (hors France), plus de trois fois supérieure au taux de croissance moyen de l'enseigne en France. En 2002, les magasins Fnac réalisaient 21,7 % de leur activité en Europe (hors France).

**Avec 43 magasins situés en Europe hors France**, dont 17 en Italie et 9 en Espagne, Conforama occupe la deuxième place mondiale sur le marché de l'équipement du foyer. Poursuivant sa politique de densification de son

réseau dans ses pays d'implantation, l'enseigne a ouvert un 17<sup>e</sup> magasin en Italie, un 4<sup>e</sup> au Portugal et un 3<sup>e</sup> en Pologne. En 2002, Conforama réalisait 32,4 % de son chiffre d'affaires en Europe (hors France).

**Numéro trois mondial de la vente à distance, Redcats** est présent dans 18 pays. Les clés de son succès hors de France résident essentiellement dans sa capacité à lancer des catalogues thématiques, adaptés aux particularités de la clientèle locale. Cette stratégie d'expansion internationale s'est illustrée, en 2002, notamment par les lancements réussis de *Brylane Kitchen* aux Etats-Unis, le nouveau catalogue de *Brylane Home* entièrement consacré à la cuisine, et de *VertBaudet Home* au Royaume-Uni, un extrait du catalogue français *Histoires de chambres*, consacré à l'aménagement et à la décoration des chambres d'enfants.

**Gucci Group a renforcé sa présence** sur les marchés mondiaux les plus importants du luxe, avec un total de 66 magasins ouverts ou rénovés dans les principales villes de l'industrie du luxe en 2002. Gucci Group a étendu son réseau de magasins en propre avec notamment, les inaugurations de la plus grande boutique Gucci au monde à Milan et de la première boutique Gucci consacrée exclusivement à la joaillerie à Rome, ainsi que les 5 ouvertures de magasins Yves Saint Laurent et de nouvelles boutiques Boucheron.



Croissance de la part du chiffre d'affaires à l'international (en %)

\* Normes comptables appliquées en 2000.

## Notre groupe de luxe se déploie

Pinault-Printemps-Redoute est entré dans le secteur du luxe en 1999, par la signature d'une alliance stratégique avec le management de Gucci Group et l'acquisition de 42 % de son capital.

**Dès 1999, l'objectif de Pinault-Printemps-Redoute et de Gucci Group** a été de construire un groupe de luxe multimarques, autour d'une marque phare, Gucci, dans une industrie structurellement porteuse en termes de croissance et de rentabilité. Ainsi, à partir de 1999, Gucci Group s'est entouré de marques prestigieuses telles que Yves Saint Laurent, Boucheron, Sergio Rossi, Bottega Veneta, Balenciaga et BÉDAT & C°. Il regroupe des produits liés à la mode et des produits de luxe plus intemporels. Le Groupe a choisi de concentrer ses investissements (magasins, publicité, nouveaux produits) sur une période courte afin d'assurer le développement rapide et rentable des autres marques autour de Gucci. **Aujourd'hui, Gucci Group a pour ambition de devenir le premier groupe de luxe à disposer de deux marques mondiales de premier plan : Gucci et Yves Saint Laurent.**

**Gucci Division a été très active en 2002, avec 16 ouvertures de magasins.** La marque Gucci a renforcé sa présence dans des emplacements prestigieux avec des ouvertures sur Madison Avenue à New York, avenue Montaigne à Paris et Via Montenapoleone à Milan. Ce dernier magasin dispose d'une surface de vente de 2 044 m<sup>2</sup>, avec des espaces consacrés à la joaillerie, au prêt-à-porter homme, au "Made to order" (produits réalisés sur demande) et aux sacs à main "Limited Edition".

**En 2002, Yves Saint Laurent a bénéficié de ventes records en maroquinerie,** grâce notamment au lancement réussi du sac *Mombasa* et à l'introduction de nouvelles lignes de sacs *Marquise* et *Colonial*. 5 nouveaux magasins ont été ouverts sur l'exercice, portant le total des magasins en propre à 46.

**Boucheron, Bottega Veneta, Balenciaga** et, à un degré moindre, **Sergio Rossi**, ont enregistré une forte progression de leur chiffre d'affaires grâce à la puissance de leurs marques, à l'attractivité de leurs produits et au développement de leurs réseaux de magasins en propre, dans le cadre du renforcement de leur présence mondiale (ouvertures notamment au Japon, en Corée, en Europe et aux Etats-Unis).

Un peu plus d'un an après son inauguration, le **nouvel étage luxe du Printemps Haussmann a affiché une progression de son activité supérieure aux objectifs fixés, en hausse de 25 % par rapport à 2001.** Ce concept répond à une clientèle dont les attentes évoluent vers un accès au luxe plus ouvert, une relation personnalisée et une offre de marques de référence. De nouvelles marques de luxe désirent rejoindre les 60 marques prestigieuses déjà présentes au Printemps du luxe, ce qui prouve le succès du concept. Le déploiement de l'esprit luxe au Printemps s'est poursuivi avec la création de la Maison Luxe (cristallerie, orfèvrerie, porcelaine, linge de maison raffiné...), au 2<sup>e</sup> étage du Printemps de la Maison, dans le cadre de la réorganisation du Printemps de la Maison en cinq univers de style.

# Nos nouveaux concepts gagnent du terrain

Mieux connaître ses clients pour mieux les servir. Ce principe commercial simple permet de déployer des offres adaptées aux évolutions rapides des comportements du client, notamment français et bientôt européen, et de répondre aux attentes de plus en plus thématiques des consommateurs.

**Nos enseignes ont démontré leur capacité à décliner leurs marques et à capter ainsi de nouvelles clientèles** et/ou à offrir aux consommateurs déjà clients un éventail toujours plus large de produits et de services. Cette déclinaison ou extension de la marque, comme c'est le cas de Fnac Junior, Fnac Digitale ou encore de Brylane Kitchen, s'appuie sur le savoir-faire commercial, l'infrastructure logistique en place et une forte notoriété. Cette stratégie prend également la forme de création de nouveaux concepts spécialisés, comme Orcanta-Lingerie créé en 1996 et qui compte aujourd'hui 63 magasins, Made in Sport, lancé en 1998 avec 17 magasins fin 2002, ou encore Citadium, le temple des marques de sport ouvert par le Printemps en 2000.

**Fnac Junior** illustre le succès stratégique de spécialisation des concepts du Groupe. En 1997, la Fnac lance Fnac Junior, un concept original de magasins conçu pour les enfants âgés de 0 à 12 ans. Répondant aux attentes d'une clientèle ciblée, Fnac Junior propose environ 6 000 références de jeux, jouets, livres, disques, vidéos, cédéroms et petit matériel électronique, choisies pour leurs qualités éducatives et leur caractère ludique. Bénéficiant de la notoriété de la marque Fnac, Fnac Junior s'est imposé rapidement comme une marque de référence sur le marché de l'enfant avec 23 magasins en France à fin 2002. Le rapprochement en 2001 de Fnac Junior et du catalogue *Eveil & Jeux* est venu renforcer la position de la Fnac sur le marché de l'enfant.

L'année 2002 a été particulièrement riche en termes d'extension ou de création de marques.

**VertBaudet, marque incontournable du marché de l'enfant**, a rencontré un vif succès en 2002, caractérisé notamment par le lancement de son nouveau catalogue **Histoires de chambres**. Cette diversification réussie fait entrer VertBaudet en force sur le marché du mobilier et du textile de maison pour enfants. Elle illustre, une nouvelle fois, la capacité de Redcats à décliner des catalogues thématiques autour d'une clientèle ciblée.

**Lancé en février 2002 par Brylane Home aux Etats-Unis, Brylane Kitchen** est déjà une réussite, avec une forte progression des ventes. Cette déclinaison reflète la capacité de l'enseigne à offrir à ses clients un éventail plus large de produits, en capitalisant sur le succès de la marque Brylane Home.

**Avec l'ouverture, dans le 6<sup>e</sup> arrondissement de Paris, de Fnac Digitale, le premier magasin entièrement consacré au multimédia et aux produits numériques**, Fnac invente une nouvelle génération de magasins et se positionne sur un secteur en plein essor. Ce nouveau concept, parfaitement adapté aux attentes nouvelles des consommateurs, a pour ambition de permettre au grand public de mieux comprendre l'usage des produits numériques et d'accéder plus facilement aux nouvelles technologies.

**Le déploiement du concept Surcouf** en France a débuté avec les ouvertures d'un 2<sup>e</sup> magasin à Strasbourg et d'un 3<sup>e</sup> à Belle-Epine en banlieue parisienne. La transformation du magasin Surcouf de l'avenue Daumesnil (Paris) a permis de poser les bases communes aux nouvelles ouvertures. Avec ce concept, le groupe Fnac capte une nouvelle clientèle, plus pointue et plus spécialisée, complémentaire de son cœur de cible. Surcouf a réalisé un chiffre d'affaires de 191,6 millions d'euros en 2002.

**Le pôle Sport qui regroupe au sein de Printemps le mégastore Citadium et les 17 magasins Made in Sport** a pris son essor en 2002. Il a réalisé un chiffre d'affaires de 55,9 millions d'euros en 2002, en hausse de 30,8 % en comparable. Jeunes et innovants, ces deux concepts occupent des positions à la fois complémentaires et uniques et s'adressent à une clientèle jeune : Made in Sport est dédié à l'actualité du sport et Citadium met en scène la pratique et la mode du sport autour des marques les plus prestigieuses.

## Notre relation avec le client s'enrichit

L'approche multicanaux, associant magasins ou agences professionnelles, catalogues de vente à distance et sites de commerce électronique, représente une formidable opportunité pour notre Groupe. Elle contribue à l'élargissement de la base de notre clientèle et au renforcement de la relation avec nos clients.

**Au cours des trois dernières années, cette approche multicanaux s'est traduite par la montée en puissance du canal Internet**, qui représente aujourd'hui pour certaines marques du Groupe plus de 10 % de leur chiffre d'affaires, par exemple 13 % pour Redcats Nordic ou 11,5 % pour Guilbert. La Fnac, quant à elle, a presque doublé ses ventes sur Internet soit 2,1 % du chiffre d'affaires total de l'enseigne. En 2002, le Groupe a réalisé 832,1 millions d'euros de chiffre d'affaires sur Internet, enregistrant une croissance de 81,7 % par rapport à 2001.

**Internet transforme, en la dynamisant, la vente à distance** : ce canal offre une flexibilité accrue en termes de choix de produits et attire de nouveaux segments de clientèle, plus jeune, plus aisée, plus masculine que la clientèle traditionnelle de la vente par catalogue. Très rapidement Redcats a développé ses ventes en ligne avec l'ouverture du premier site [www.redoute.fr](http://www.redoute.fr) en 1995. Aujourd'hui, Redcats compte 42 sites marchands qui représentent 9,5 % de son activité contre 2,1 % en 2000. Ce nouveau canal capitalise sur les savoir-faire de l'enseigne et la notoriété de ses marques et contribue également à la baisse des coûts de transaction.

**L'exemple de Brylane illustre parfaitement les avantages du e-commerce**. Ce canal de distribution, qui a représenté 16,8 % du chiffre d'affaires de la marque en 2002, contre 9,7 % en 2001, a permis notamment de recruter une clientèle additionnelle et d'augmenter le panier moyen.

**Le site [www.fnac.com](http://www.fnac.com) est aujourd'hui le site leader de commerce électronique en France en nombre de transactions**. En 2002, le chiffre d'affaires Internet de la Fnac a progressé de 54,2 %, dynamisé par un marché du e-commerce en forte croissance en France. Les produits techniques représentaient 32,3 % du chiffre d'affaires Internet. Le site a accueilli en moyenne 125 000 visiteurs uniques par jour, avec un point haut de 250 000 pendant le mois de décembre.

**Guilbert France a lancé un nouveau site e-business, GuilWebeasy, pour la prise de commande sur Internet**.

Déjà très actif avec des sites destinés aux clients grands comptes et aux grandes entreprises, Guilbert répond avec ce nouveau site aux attentes des entreprises de taille plus modeste. Dès son lancement en septembre, ce site a été un succès avec plus de 150 commandes par jour. L'objectif de GuilWebeasy est de réaliser 8 % du chiffre d'affaires de Guilbert France en 2003. Une mise en ligne en Belgique et en Espagne est prévue courant 2003.

**Lancé en 2000, Kadéos est aujourd'hui le leader français du chèque cadeau**. En 2002, Kadéos a émis pour 254,7 millions d'euros TTC de chèques cadeaux, en hausse de 13,6 % par rapport à 2001. Outils de fidélisation, les chèques cadeaux génèrent un chiffre d'affaires additionnel pour les enseignes et ont un impact positif en termes de trésorerie. En 2002, Kadéos s'est renforcé sur le marché des professionnels.

**Le programme pilote Capital Client** lancé en juin 2001 (qui consistait à offrir aux clients à fort potentiel des offres personnalisées et des services innovants) va déboucher dès 2003 sur la mise en œuvre d'un programme national autour de trois axes : une politique de marketing ciblée sur les meilleurs clients des enseignes ; une relance de l'interopérabilité des cartes (chiffre d'affaires de 82 millions d'euros en 2002, en hausse de 14 %) ; et une politique d'infrastructure commune à travers l'importante base de données de Redcats.

# Nos savoir-faire se partagent

Chacune de nos enseignes dispose d'une culture forte, de pratiques, de méthodes et de savoir-faire propres, construits au fil des années et qui sont à l'origine de leur très fort développement.

**Dès 2000, notre Groupe a entrepris de nombreux chantiers afin d'améliorer son efficacité opérationnelle par le partage de savoir-faire communs à toutes les enseignes,** la mutualisation des moyens et des ressources, l'industrialisation des méthodes et la mise en place de structures et d'outils transversaux. Pinault-Printemps-Redoute a notamment mis en place deux structures : PPR Purchasing, la centrale d'achats commune des produits bruns, blanc et gris et des consommables associés (représentant un volume d'achat de 1,4 milliard d'euros) et PPR Buyco, dont l'objet est de rationaliser les "achats indirects", c'est-à-dire de biens et services consommés par les enseignes et qui pèsent plus de 4 milliards d'euros. Deux outils transversaux, GlobalNetXchange (GNX), l'outil d'enchères que le Groupe a rejoint en 2000, et l'e-procurement, projet pilote à la Fnac de mise en ligne des procédures d'achat, viennent renforcer ces structures destinées à améliorer les conditions et la gestion des approvisionnements dans le Groupe.

Ces structures et ces outils ont confirmé leur succès en 2002. Ils contribuent à la forte amélioration des performances de la fonction achat dans le Groupe, grâce à l'application de méthodes plus rigoureuses et plus sophistiquées dans les enseignes.

**PPR Purchasing a atteint ses objectifs en 2002** avec des gains de 19 millions d'euros sur les achats directs négociés. La micro-informatique (produits gris) a été l'un des succès les plus marquants de l'année. L'internationalisation sera la priorité de 2003.

**En 2002, PPR Buyco a négocié 460 millions d'euros d'achats indirects avec un gain moyen de 8,5 %.** Les plus belles réalisations de l'année ont concerné le papier, les véhicules de location, les compagnies aériennes, l'intérim, les ordinateurs de bureau. En 2003, les efforts porteront notamment sur les prestations sociales et le transport routier.

**En 2002, le Groupe a réalisé 470 millions d'euros d'enchères grâce à GNX avec un gain de plus de 10 % par rapport aux prix de référence.** Plus de 2 000 fournisseurs du Groupe ont participé à une enchère en 2002. Les principaux pays utilisateurs de GNX sont la France, le Royaume-Uni, l'Italie, la Suède et les Etats-Unis. En 2003, le Groupe ambitionne une progression des enchères de l'ordre de 40 %.

**L'e-procurement est un projet pilote** qui démarrera sur 7 sites de la Fnac et s'appliquera à une dizaine d'achats indirects dès février 2003. Son objectif est d'assurer une meilleure application des contrats-cadres et un contrôle plus rigoureux des volumes achetés. Le déploiement éventuel de ce projet dans toutes les enseignes sera décidé en cours d'année 2003, en fonction des résultats obtenus.

**Autre service partagé, les 11 plates-formes de service après-vente** ont progressivement atteint leur pleine charge en 2002. Gérées par Conforama, elles assurent également les réparations de Fnac et de Redcats, avec un volume annuel de 550 000 interventions.

**2003 sera consacrée à l'amélioration de la relation client,** avec notamment le déploiement de Client Obsession (CliO), notre programme de mobilisation pour la conquête de parts de marché rentables et durables.



# GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Pinault-Printemps-Redoute a poursuivi ses actions en vue d'améliorer la gouvernance du Groupe. Le nombre des membres du Conseil de surveillance indépendants a été porté à cinq en 2002, soit plus du tiers des membres du Conseil. Un Comité d'Audit s'est substitué au Comité Financier existant et un Comité des Nominations vient d'être mis en place.

- 22** Répartition des pouvoirs
- 23** Direction du Groupe
- 25** Conseil de surveillance
- 28** Informations sur les membres du Conseil de surveillance et sur les membres du Directoire
- 35** Règlement intérieur du Conseil de surveillance

## Répartition des pouvoirs

La forme de société à Directoire et Conseil de surveillance, adoptée par Pinault-Printemps-Redoute, permet, par sa structure, de réaliser efficacement la dissociation des fonctions de direction et de gestion de celles de contrôle nécessaires à une gestion claire de l'entreprise dans un esprit de transparence et d'équilibre entre les différentes composantes de l'entreprise : clients, actionnaires, dirigeants, salariés.

Le Directoire, organe collégial, assume la direction et la gestion, définit les grandes orientations et fixe la stratégie dans le respect des limites statutaires et légales.

### Membres du Directoire

**Serge Weinberg**

Président du Directoire

**Thierry Falque-Pierrotin**

**André Guilbert**

**Per Kaufmann**

**Denis Olivennes**

Le Conseil de surveillance composé de personnalités de différents milieux économiques, assume de façon indépendante le contrôle de la gestion, l'examen des comptes et les diverses autorisations définies par la loi et les dispositions statutaires.

### Membres du Conseil de surveillance

**Patricia Barbizet**

Président du Conseil de surveillance

**François Pinault**

Vice-Président du Conseil de surveillance

**René Barbier de La Serre**

**Pierre Bellon**

**Allan Chapin**

**Luca Cordero di Montezemolo**

**Anthony Hamilton**

**François Henrot**

**Philippe Lagayette**

**Alain Minc**

**François Henri Pinault**

**Baudouin Prot**

**Bruno Roger**

# Direction du Groupe

Le Directoire se réunit aussi souvent que l'exige la conduite des affaires dans l'intérêt de la Société et de son Groupe et s'appuie sur les Comités composés des cadres dirigeants du Groupe, notamment le Comité Exécutif.

## Le Comité Exécutif

Le Comité Exécutif réunit, chaque mois, les Présidents d'enseigne ainsi que les principaux directeurs fonctionnels de Pinault-Printemps-Redoute. Instance la plus opérationnelle du Groupe, le Comité Exécutif est un organe privilégié de réflexion stratégique, de coordination des initiatives inter-enseignes et de suivi des projets transversaux. Il tient ses réunions tant au siège du Groupe que de manière décentralisée en France et à l'étranger.

### Membres du Comité Exécutif

**Serge Weinberg**

Président du Directoire de Pinault-Printemps-Redoute

**Patrick Bérard**

Président-directeur général de Pinault Bois & Matériaux

**Laurence Danon**

Président du Directoire de France Printemps

**Thierry Falque-Pierrotin**

Président du Directoire de Redcats

**Jean-Paul Giraud**

Président-directeur général de la Fnac

**Thomas Kamm**

Directeur des Relations institutionnelles et des Partenariats

**Per Kaufmann**

Président du Directoire de Conforama

**Vincent de La Vaissière**

Directeur de la Communication

**Patrice Marteau**

Secrétaire général

**Pascal Martin**

Président du Directoire de Guilbert

**Frédéric Obala**

Directeur du Plan et des Etudes stratégiques

**Denis Olivennes**

Directeur général en charge de la Distribution

**Jean-Charles Pauze**

Président-directeur général de Rexel

**François Potier**

Directeur des Ressources humaines

**Bertrand de Talhouët**

Directeur général adjoint, Ressources transversales

**Alain Viry**

Président-directeur général de CFAO

## Le Comité de Direction et le Conseil de Direction

Le Comité de Direction et le Conseil de Direction réunissent, chaque lundi, les principaux directeurs fonctionnels du Groupe, autour de Serge Weinberg, Président du Directoire. Une fois par mois, le Comité de Direction s'élargit aux autres directeurs fonctionnels du siège, afin de procéder au plus large tour d'horizon possible.

### Membres du Comité de Direction

**Serge Weinberg****Patrice Marteau****Denis Olivennes****François Potier****Bertrand de Talhouët**

## Réunions mensuelles de suivi des budgets

La Direction générale de Pinault-Printemps-Redoute et les Présidents et Secrétaires généraux des enseignes du Groupe se réunissent tous les mois, afin de comparer l'évolution de l'activité de l'enseigne avec le budget. Ce reporting prend en compte des éléments financiers et opérationnels.

## L'organisation de la planification du Groupe

Chaque enseigne établit un plan à moyen terme, couvrant les dimensions stratégiques, opérationnelles et financières. La réflexion stratégique porte sur les évolutions à long terme des métiers, les perspectives de croissance des marchés principaux et le positionnement des concurrents. Le plan opérationnel est la transcription de la réflexion stratégique en un nombre limité

de programmes d'actions prioritaires. Le plan financier reflète l'impact de ces programmes d'action sur la performance opérationnelle de l'enseigne et leur traduction en éléments comptables et financiers. La synthèse de ces plans fait l'objet, chaque année, d'une présentation approfondie au cours du séminaire stratégique qui rassemble le Comité Exécutif autour des réflexions stratégiques majeures et des grands projets groupe.

## Responsabilité sociale et environnementale

Le Directoire a créé un Comité pour l'Ethique et la Responsabilité sociale et environnementale, afin de souligner l'attention que le Groupe porte à l'ensemble de ces sujets.

# Conseil de surveillance

Pour exercer sa mission dans les meilleures conditions et en accord avec les principes de gouvernance d'entreprise, s'inspirant notamment des recommandations du "Rapport Bouton" avec le souci de l'adapter au mode particulier de gestion de la Société, le Conseil de surveillance s'est doté de moyens efficaces, notamment par la création d'un Comité d'audit qui remplace le Comité Financier institué depuis 1995. Le Conseil a également fusionné dans un Comité des rémunérations les deux Commissions des rémunérations existantes depuis 1992. En 2003, le Conseil a créé un Comité des nominations.

## Comité d'audit

Le Comité d'audit a pour mission principale, dans la limite des pouvoirs du Conseil de surveillance, de s'assurer de la pertinence, de la permanence et de la fiabilité des méthodes comptables en vigueur dans la Société, et de surveiller la mise en œuvre effective des procédures de contrôle interne et de la gestion des risques.

Le Comité a examiné en 2003 les comptes de l'exercice 2002 arrêtés par le Directoire. L'examen a porté notamment sur le périmètre des sociétés consolidées, les procédures de contrôle en vigueur et les risques et les engagements hors bilan significatifs. Le Comité a, à cet effet, entendu les services financiers et comptables et l'audit interne de la Société ainsi que les Commissaires aux comptes. Il a par ailleurs interrogé les Commissaires aux comptes, en dehors de la présence des dirigeants, sur leur mission dans les sociétés consolidées. Les missions et le montant des honoraires des Commissaires aux comptes ont fait l'objet d'un examen particulier. Le Comité d'audit a rendu compte au Conseil de surveillance de ses travaux et de ses propositions.

Sous sa nouvelle forme et composition (depuis décembre 2002), le Comité d'audit, qui est composé de trois

membres du Conseil – Messieurs René Barbier de La Serre, Président, Anthony Hamilton et François Henri Pinault – s'est réuni une fois en mars 2003 (100 % de taux de participation).

Le Comité Financier qui préexistait au Comité d'audit s'est réuni deux fois au cours de l'année 2002 (90 % de taux de participation) pour, principalement, examiner les comptes annuels 2001 et les comptes semestriels 2002.

## Comité des rémunérations

Le Comité des rémunérations, issu des deux Commissions précédemment instituées par le Conseil, a pour mission de proposer au Conseil de surveillance les rémunérations et les options attribuées aux membres du Directoire ainsi que les rémunérations attribuées au Président et au Vice-Président du Conseil de surveillance. Le Comité des rémunérations est composé de Madame Patricia Barbizet, Présidente, et de Messieurs François Henrot, Philippe Lagayette, François Henri Pinault et Bruno Roger.

Le Comité a délibéré une fois en 2003 (100 % de taux de participation) pour examiner les rémunérations des membres du Directoire qui comportent une partie fixe et généralement une partie variable calculée en prenant en compte, d'une part l'évolution par rapport au budget de certains indicateurs de rentabilité tels que résultat d'exploitation et rentabilité des capitaux engagés, d'autre part des objectifs spécifiques propres à leurs différentes responsabilités.

La Commission des rémunérations des membres du Directoire a délibéré trois fois au cours de l'année 2002 (100 % de taux de participation) pour établir des propositions concernant les rémunérations des membres du Directoire selon des critères identiques et pour examiner les propositions d'attribution d'options de

souscription aux membres du Directoire (périodicité annuelle). La Commission des rémunérations du Président et du Vice-Président du Conseil de surveillance a également délibéré une fois pour fixer la rémunération du Président du Conseil de surveillance.

## Comité des nominations

Le Comité des nominations a pour mission d'examiner et de proposer au Conseil de surveillance la nomination des membres du Directoire et d'examiner les candidatures des membres du Conseil de surveillance qui seront soumises à l'approbation de l'Assemblée générale des actionnaires ou, en cas de vacance à celle du Conseil de surveillance. Le Comité a également pour mission d'examiner la situation des membres du Conseil de surveillance au regard des critères d'indépendance définis par le Conseil. Le Comité est composé de Madame Patricia Barbizet, Présidente, et de Messieurs Pierre Bellon et Allan Chapin.

## Indépendance des membres du Conseil de surveillance

Les principes de fonctionnement de la société à Directoire et Conseil de surveillance, tels qu'ils sont définis par les dispositions légales et statutaires, organisent la séparation des fonctions de direction, exercées par le Directoire, de celles de surveillance et de contrôle dévolues au Conseil de surveillance. Ces principes institutionnels garantissent ainsi l'indépendance des membres du Conseil de surveillance, notamment vis-à-vis des décisions prises par le Directoire pour la direction de l'entreprise.

Dans un souci de bonne gouvernance d'entreprise, le Conseil de surveillance a décidé de s'inspirer des propositions du rapport Bouton dont l'application est

destinée aux sociétés anonymes de type classique. Ainsi ont été retenus par le Conseil pour examiner la qualification d'indépendance d'un membre du Conseil de surveillance et prévenir les éventuels risques de conflit d'intérêt qui pourraient exister entre celui-ci, la direction de l'entreprise, la Société ou son groupe, les critères définis dans ce rapport à l'exception du critère de durée de mandat : le Conseil a, en effet, estimé que ce critère n'était pas essentiel au regard, notamment, de l'intérêt que peut présenter l'expérience et la très bonne connaissance de l'entreprise acquise par des membres du Conseil bénéficiant de la confiance des actionnaires. Au regard de ces critères et après examen du Conseil, ont été qualifiés de membres indépendants du Conseil de surveillance, sans préjudice de l'indépendance des autres membres : Messieurs René Barbier de La Serre, Pierre Bellon, Allan Chapin, Luca Cordero di Montezemolo et Anthony Hamilton, soit plus du tiers des membres du Conseil, et les deux tiers des membres du Comité d'audit. Le mandat le plus ancien des membres indépendants est celui exercé par Monsieur René Barbier de La Serre depuis 1999.

## Evaluation du Conseil de surveillance

Le Conseil de surveillance a décidé d'appliquer, pour l'avenir, une démarche d'évaluation annuelle. Cette démarche doit permettre de vérifier les modalités de son fonctionnement, la manière dont il lui est rendu compte, la qualité de l'information mise à sa disposition, celle de la préparation de ses décisions, de ses débats, la contribution effective de chacun aux travaux du Conseil et des comités. Le Conseil réalisera tous les trois ans au moins une évaluation de sa composition et de son activité par un membre indépendant du Conseil. Monsieur Allan Chapin a été désigné pour conduire cette évaluation.

## Composition et fonctionnement du Conseil de surveillance

Le Conseil de surveillance est actuellement composé de treize membres dont les fonctions et les rémunérations sont indiquées ci-après. Chaque membre du Conseil de surveillance doit détenir un minimum de cinq cents actions.

Le Conseil de surveillance a établi un règlement intérieur qui définit, notamment, ses principes de fonctionnement, fixe les missions des Comités qu'il a constitués et reprend les attributions statutaires du Conseil en matière d'autorisations consenties au Directoire. Le règlement intérieur fixe les restrictions d'intervention sur les titres des sociétés cotées du Groupe en instituant des fenêtres négatives et impose la déclaration semestrielle des interventions sur les titres de la Société. Il fixe également la fréquence et les conditions de réunions du Conseil et prévoit la participation aux réunions en visioconférence selon les dispositions prévues par la loi. Le règlement intérieur établit également le principe de l'évaluation du Conseil et fixe les modalités de répartition des jetons de présence.

Le Conseil s'est réuni neuf fois au cours de l'année 2002. Le taux de participation aux réunions du Conseil a été de 84 %. Au cours de ces différentes réunions le Conseil a, notamment, examiné aux fins de vérification et de contrôle les comptes annuels et semestriels, examiné et autorisé la cession de la vente à distance de Guilbert ainsi que la cession de Finaref et de Facet. Le Conseil a également fixé les rémunérations des membres du Directoire ainsi que les options qui leur ont été consenties dans le cadre de deux plans d'options aux cadres dirigeants du Groupe.

Le Conseil a également procédé à la répartition des jetons de présence alloués par l'Assemblée générale des actionnaires. Le montant global des jetons de présence distribués au cours de l'exercice écoulé s'est élevé à 438 532 euros. Le Président et le Vice-Président du Conseil de surveillance reçoivent une rémunération déterminée par le Conseil. (respectivement 230 000 euros et 45 735 euros en 2002).

## Informations sur les membres du Conseil de surveillance et sur les membres du Directoire

**Mandats et fonctions exercés durant l'exercice 2002 par les membres du Conseil de surveillance et du Directoire (1). Rémunérations et avantages versés par la Société et reçus de la part des sociétés contrôlées durant l'exercice 2002 pendant les fonctions de mandataire social.**

### Conseil de surveillance

#### Patricia Barbizet

##### Président du Conseil de surveillance

Membre du Conseil de surveillance  
(depuis le 11 décembre 1992 – fin de mandat 2004)  
née le 17 avril 1955

##### Directeur général de Financière Pinault

Directeur général Administrateur d'Artémis  
Président-directeur général de Piasa  
Président du Conseil d'administration de la Société Nouvelle du Théâtre Marigny  
Administrateur de :

Christies International Plc (UK)  
Fnac SA  
TF1

Membre du Conseil de surveillance de :

Gucci Group NV (Pays-Bas)  
Yves Saint Laurent Parfums  
Yves Saint Laurent Couture  
Yves Saint Laurent Haute Couture (\*)

Représentant Permanent d'Artémis au Conseil de :

Agefi  
Bouygues  
Sebdo le Point

Membre du Conseil de Gérance de Château Latour

Membre du Conseil des Marchés Financiers (\*)

Rémunérations et avantages : 337 320 €

(dont jetons de présence 43 854 €)

Nombre d'actions détenues : 1 040

#### François Pinault

##### Vice-Président du Conseil de surveillance

Membre du Conseil de surveillance  
(depuis le 5 mai 1993 – fin de mandat 2004)  
né le 21 août 1936

##### Gérant de Financière Pinault

Président du Conseil d'administration d'Artémis  
Président-directeur général de Garuda  
Membre du Conseil de surveillance de Boucheron Holding (\*)  
Membre du Conseil de gérance de Château Latour  
Rémunérations et avantages : 86 456 € (dont jetons de présence 40 721 €)  
Nombre d'actions détenues : 500

#### René Barbier de La Serre

##### Membre du Conseil de surveillance

(depuis le 10 mai 1999 – fin de mandat 2004)  
né le 3 juillet 1940

Administrateur de :

Crédit Lyonnais  
Sanofi Synthelabo  
Schneider Electric

Membre du Conseil de surveillance de :

Compagnie Financière Saint Honoré  
La Compagnie financière  
Edmond de Rothschild Banque (\*)  
Euronext NV (Pays-Bas)

Censeur de :

Fimalac  
Nord Est

Président-directeur général de Continentale d'Entreprises (\*)

Président du Conseil d'administration de Tawa UK Ltd (UK)

Administrateur délégué de Harwanne Compagnie de participations industrielles et financières SA (Suisse) (\*)

Rémunérations et avantages : 43 854 €

(jetons de présence)

Nombre d'actions détenues : 1 500

(1) Mandats et fonctions principaux en caractères gras.

(\*) Mandats ou fonctions ayant débuté ou ayant pris fin au cours de l'exercice 2002.

### **Pierre Bellon**

#### **Membre du Conseil de surveillance**

(depuis le 19 décembre 2001 – fin de mandat 2008)

né le 24 janvier 1930

#### **Président du Conseil d'administration et Directeur Général de Sodexho Alliance**

Président du Conseil de surveillance de Bellon SA (\*)

Administrateur de :

Abbar and Zainy Sodexho Catering Company  
Sodexho, Inc.  
Sodexho Limited  
Sodexho Nederland

Membre du Conseil de surveillance de l'Air Liquide

Vice-Président du Medef

Administrateur de l'Association Nationale des Sociétés par Actions - ANSA

Rémunérations et avantages : néant

Nombre d'actions détenues : 1 000

### **Allan Chapin**

#### **Membre du Conseil de surveillance**

(depuis le 21 mai 2002 – fin de mandat 2008)

né le 28 août 1941

#### **Associé de Compass Partners International LLC**

Administrateur de :

Interbrew SA  
General Security Ins. Co of New York (\*)  
General Security Indemnity Co.  
General Security Property and Casualty Co. (\*)  
Scor Reinsurance Co.  
Scor SA  
Scor US Corporation  
Calfp (\*)  
Lazard Canada Advisory Board (\*)  
Caliburn (\*)  
French American Foundation

Advisory Board Member de Toronto Blue Jays

Président de The American Friends of the Pompidou Foundation

Rémunérations et avantages : néant

Nombre d'actions détenues : 500

### **Luca Cordero di Montezemolo**

#### **Membre du Conseil de surveillance**

(depuis le 19 décembre 2001 - fin de mandat 2004)

né le 31 août 1947

#### **Président de Ferrari (Italie)**

Président de :

Bologna Fiere  
Bologna Congressi  
Fieg  
Imprenditori Associati  
Maserati  
Montezemolo & Partners

Vice-Président de ITEDI

Membre du Conseil d'administration de :

Acqua di Parma  
Aelia  
Bologna Football Club 1909  
Editrice La Stampa  
IFI Iniziative Fieristiche Internazionali  
Italiantouch  
Itama Cantieri Navali  
Linea Pelle  
Merloni Elettrodomestici  
Parco di Roma  
Tod's  
Unicredit Banca d'Impresa  
Victoria 2000

Rémunérations et avantages : néant

Nombre d'actions détenues : 500

(1) Mandats et fonctions principaux en caractères gras.

(\*) Mandats ou fonctions ayant débuté ou ayant pris fin au cours de l'exercice 2002.

# GOVERNEMENT D'ENTREPRISE

## Anthony Hamilton

### Membre du Conseil de surveillance

(depuis le 21 mai 2002 – fin de mandat 2008)

né le 11 octobre 1941

### Chairman de Fox-Pitt, Kelton Group Limited (UK)

Chairman de :

Axa UK plc. (UK)

Axa Equity & Law plc. (UK)

Director de :

Axa Financial Inc. (USA)

Binley Limited (UK)

Fox-Pitt, Kelton Limited (UK)

Swiss Re Capital Markets Limited (UK)

Membre du Conseil de surveillance d'Axa

Rémunérations et avantages : néant

Nombre d'actions détenues : 1 000

## François Henrot

### Membre du Conseil de surveillance

(depuis le 20 septembre 1995 – fin de mandat 2004)

né le 3 juillet 1949

### Associé-gérant de Rothschild et Cie Banque

Administrateur de :

BP France (\*)

Carrefour

Eramet

Montupet (\*)

Téléimages International (\*)

Membre du Conseil de Surveillance de :

Cogedim

Vallourec

Rémunérations et avantages : 37 589 € (jetons de présence)

Nombre d'actions détenues : 500

## Philippe Lagayette

### Membre du Conseil de surveillance

(depuis le 20 janvier 1999 – fin de mandat 2006)

né le 16 juin 1943

### Président-directeur général de JP Morgan et Cie SA

Administrateur de :

Eurotunnel

La Poste

Membre du Conseil de Surveillance du Club Méditerranée

Managing Director et Chairman of the Paris Management Committee de JP Morgan Chase Bank

Rémunérations et avantages : 37 589 € (jetons de présence)

Nombre d'actions détenues : 500

## Alain Minc

### Membre du Conseil de surveillance

(depuis le 27 novembre 1991 – fin de mandat 2008)

né le 15 avril 1949

### Président de AM Conseil

Président de la Société des Lecteurs du Monde

Président du Conseil de surveillance de Le Monde

Membre du Conseil de surveillance de Valeo

Administrateur de :

Fnac SA

Ingenico (\*)

Vinci

Yves Saint Laurent SA (\*)

Rémunérations et avantages : 310 995 € (dont jetons de présence 37 589 € et prestations d'AM Conseil

273 406 €)

Nombre d'actions détenues : 500

(1) Mandats et fonctions principaux en caractères gras.

(\*) Mandats ou fonctions ayant débuté ou ayant pris fin au cours de l'exercice 2002.

### François Henri Pinault

#### Membre du Conseil de surveillance

(depuis le 17 janvier 2001 – fin de mandat 2006)  
né le 28 mai 1962

#### Gérant de Financière Pinault

Directeur général Administrateur d'Artémis

Administrateur de :

Afipa (\*)

Fnac SA

Soft Computing

TV Breizh

Membre du Conseil de surveillance de Gucci Group NV

Représentant permanent d'Artémis au Conseil de surveillance de :

Conforama Holding

Guilbert

Représentant permanent de Financière Pinault au Conseil de Bouygues

Membre du Conseil de gérance de Château Latour

Rémunérations et avantages : 97 922 € (dont jetons de présence 34 456 €)

Nombre d'actions détenues : 78 600

### Baudouin Prot

#### Membre du Conseil de surveillance

(depuis le 11 mars 1998 – fin de mandat 2008)  
né le 24 mai 1951

#### Administrateur Directeur Général Délégué de BNP Paribas

Administrateur de :

Banque Nationale de Paris Intercontinentale

Pechiney

Membre du Conseil de surveillance de Cetelem

Représentant permanent de BNP Paribas au Conseil de Surveillance d'Accor

Rémunérations et avantages : 28 192 € (jetons de présence)

Nombre d'actions détenues : 625

### Bruno Roger

#### Membre du Conseil de surveillance

(depuis le 18 février 1994 – fin de mandat 2006)  
né le 6 août 1933

#### Président de Lazard Frères SAS

Président-directeur général d'Eurazeo (\*)

Président du Conseil de surveillance d'Eurazeo (\*)

Administrateur de :

Cap Gemini

Saint Gobain

Sofina (Belgique)

Thales (\*)

Membre du Conseil de surveillance d'Axa

Rémunérations et avantages : 43 854 € (jetons de présence)

Nombre d'actions détenues : 1 000

## Directoire

### Serge Weinberg

#### Président du Directoire

(Membre du Directoire depuis le 17 juin 1993 – fin de mandat 2003)

né le 10 février 1951

Président du Conseil de surveillance de :

Conforama Holding (\*)

France-Printemps

Guilbert (\*)

Redcats

Membre du Conseil de surveillance de :

Boucheron Holding (\*)

Gucci Group NV (Pays-Bas)

Yves Saint Laurent Parfums (\*)

Administrateur de :

Fnac SA

Rexel

(1) Mandats et fonctions principaux en caractères gras.

(\*) Mandats ou fonctions ayant débuté ou ayant pris fin au cours de l'exercice 2002.

# GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

Représentant permanent de PPR au Conseil de surveillance de PPR Interactive (\*)

Représentant permanent de Tennessee au Conseil de Bouygues

Gérant de :

Adoval

Maremma

Serole

Rémunérations et avantages : 1 743 634 €

Nombre d'actions détenues : 119 900

## Thierry Falque-Pierrotin

### Membre du Directoire

(depuis le 19 décembre 2001 – fin de mandat 2003)

né le 1<sup>er</sup> novembre 1959

### Président du Directoire de Redcats

Président de Redcats International

Board Member :

Redcats UK

Redcats Nordic (\*)

Chairman of the Board de :

Brylane Inc.

Redcats USA

Director de Ellos Gruppen (\*)

Administrateur de :

IMS International Metal Service

Membre du Conseil de surveillance de Conforama Holding

Représentant permanent de Redcats administrateur de :

Finaref

La Redoute

Rémunérations et avantages : 634 835 €

Nombre d'actions détenues : 17 200

## André Guilbert

### Membre du Directoire

(depuis le 5 juin 1998 – fin de mandat 2003)

né le 16 février 1932

Membre du Conseil de surveillance de la Banque Eurofin HSBC (\*)

Administrateur de GL

Gérant de Manon

Rémunérations et avantages : 21 348 €

Nombre d'actions détenues : 2 849 360 (dont 1 451 435 en usufruit)

## Per Kaufmann

### Membre du Directoire

(depuis le 21 janvier 1998 – fin de mandat 2003)

né le 30 mars 1956

### Président du Directoire de Conforama Holding

Président-directeur général de :

Conforama France (\*)

Imedia Expansion (\*)

Société de développement de la literie (\*)

Président du Conseil d'Administration de :

Conforama Luxembourg

Conforama S.A. (Suisse)

Président de :

Cogedem

Confo on line (\*)

Administrateur de :

Brico Hogar (Espagne)

Conforama Italia

Conforama España

Facet

Finaref

Hipermovei Mobiliario e Decoração SA (Portugal)

Klastek Invest SL (Espagne)

Madelios (\*)

Salzam Mercatone (Italie)

(1) Mandats et fonctions principaux en caractères gras.

(\*) Mandats ou fonctions ayant débuté ou ayant pris fin au cours de l'exercice 2002.

Director de :

- Conforama Asia Pte Ltd (Singapour)
- Copres Corporation Ltd (Taiwan)

Membre du Conseil de surveillance de :

- Conforama Polska (Pologne)
- Snfa

Gérant de Conforama Management Services

Représentant permanent de Conforama Holding au Comité de Surveillance de Kadeos (Sas) (\*)

Représentant permanent de Conforama Holding au Conseil de Surveillance de PPR Interactive (\*)

Rémunérations et avantages : 605 533 €

Nombre d'actions détenues : 5 325

Financière de Vidéocommunication (\*)

Satellite Service (\*)

Studio Canal France (\*)

Représentant permanent de Nethold France au Conseil de SIG 55 (\*)

Director de Polish Pay TV BV (Pays-Bas) (\*)

Chairman de Polcom Invest (Pologne) (\*)

Gérant de Canal+ Participations (\*)

Membre du Conseil de direction de Canal + Distribution (\*)

Rémunérations et avantages : 284 320 €

Nombre d'actions détenues : néant

### Denis Olivennes

#### Membre du Directoire

(depuis le 4 septembre 2002 – fin de mandat 2003)

né le 18 octobre 1960

#### Directeur Général en charge de la Distribution

Membre du Directoire Directeur Général de Groupe Canal + (\*)

Président-directeur général de Holding Sports et Evénements (\*)

Président du Conseil de surveillance de :

- Conforama Holding (\*)
- Guilbert (\*)

Vice-Président du Conseil de surveillance de SGSI (\*)

Administrateur de :

- Canal+ Belgique (\*)
- Canal Horizon (\*)
- Canal Satellite (\*)
- Cineteve (\*)
- Sportfive (\*)
- Studio Canal (\*)

Membre du Conseil de surveillance du PSG (\*)

Représentant permanent de Groupe Canal+ au Conseil de :

- Canal Numedia (\*)

### Membre du Directoire dont le mandat a pris fin au cours de l'exercice 2002

#### Alain Redheuil

(Membre du Directoire jusqu'au 18 septembre 2002)

né le 15 juillet 1948

Président-directeur général de Rexel (\*)

Président du Conseil de surveillance de Finelec BV (Pays-Bas) (\*)

Président de Rexel Hailong Xing Elec. Equipment (Chine)

Chairman of the board :

- Rexel Inc. (USA) (\*)
- Rexel North America Inc. (Canada) (\*)

Director de :

- John Turk Pty Limited (\*)
- Redeal Limited (Nouvelle-Zélande) (\*)
- Rexel Chile (Chili)
- Rexel Electra (Chili)
- Rexel Pacific Pty Limited (Australie) (\*)
- Rexel Senate (UK) (\*)

Rémunérations et avantages : 535 226 €

Nombre d'actions détenues : 17 500

(1) Mandats et fonctions principaux en caractères gras.

(\*) Mandats ou fonctions ayant débuté ou ayant pris fin au cours de l'exercice 2002.

## Options de souscription ou d'achat d'actions consenties aux mandataires sociaux et options levées

Options de souscription ou d'achat d'actions consenties à chaque mandataire social et options levées par ces derniers	Nombre d'options attribuées Nombre d'actions souscrites ou achetées	Prix	Dates d'échéances	Plans
<b>Options consenties, durant l'exercice, à chaque mandataire social par l'émetteur et par toute société du Groupe</b>				
Serge Weinberg	30 000	140,50 €	02/05/2012	Plan d'options de souscription PPR 2002
	30 000	128,10 €	02/05/2012	Plan d'options de souscription PPR 2002
	5 000	88,7673 \$	07/11/2012	Plan d'options de souscription Gucci Group 2002
Patricia Barbizet	5 000	88,7673 \$	07/11/2012	Plan d'options de souscription Gucci Group 2002
Thierry Falque-Pierrotin	7 500	128,10 €	02/05/2012	Plan d'options de souscription PPR 2002
	7 500	140,50 €	02/05/2012	Plan d'options de souscription PPR 2002
Per Kaufmann	7 500	128,10 €	02/05/2012	Plan d'options de souscription PPR 2002
	7 500	140,50 €	02/05/2012	Plan d'options de souscription PPR 2002
François Henri Pinault	5 000	88,7673 \$	07/11/2012	Plan d'options de souscription Gucci Group 2002
Alain Redheuil	6 000	128,10 €	02/05/2012	Plan d'options de souscription PPR 2002
	6 000	140,50 €	02/05/2012	Plan d'options de souscription PPR 2002
	6 250	70,57 €	12/05/2012	Plan d'options de souscription Rexel 2002
<b>Options levées, durant l'exercice, par chaque mandataire social</b>				
-	-	-	-	-

Il n'existe pas d'actifs appartenant directement ou indirectement aux dirigeants de la Société, exploités dans le cadre du Groupe.

## Honoraires des commissaires aux comptes et des membres de leurs réseaux pris en charge par le groupe en 2002

(en milliers d'euros)	KPMG AUDIT		DELOITTE TOUCHE TOHMATSU	
	Montant	%	Montant	%
<b>Audit</b>				
Commissariat aux comptes, Certification, examen des comptes individuels et consolidés	3 556,2		4 439,9	
Missions accessoires	1 411,1		1 319,7	
<b>Sous-total</b>	<b>4 967,3</b>	<b>95,6</b>	<b>5 759,6</b>	<b>76,9</b>
<b>Autres prestations</b>				
Juridique, fiscal, social	230,3*		1 235,9*	
Conseil			353,0	
Autres			142,7	
<b>Sous-total</b>	<b>230,3</b>	<b>4,4</b>	<b>1 731,6</b>	<b>23,1</b>
<b>Total</b>	<b>5 197,6</b>	<b>100,0</b>	<b>7 491,2</b>	<b>100,0</b>

\* Concerne principalement des filiales étrangères

## Règlement intérieur du Conseil de surveillance

### Réunions du Conseil de surveillance

Le Conseil de surveillance est réuni au moins quatre fois par an. Le Président veille à ce que l'information communiquée aux membres du Conseil par le Directoire soit suffisante pour permettre au Conseil de délibérer dans des conditions satisfaisantes d'information.

Les membres du Conseil de surveillance ont une obligation de confidentialité dont ils sont responsables à l'égard de la Société. Les personnes participant, même à titre consultatif ou occasionnel, sont tenues de la même obligation dans les mêmes conditions ; elles sont informées de cette obligation par le Président au plus tard lors de la première réunion à laquelle elles sont amenées à participer.

Conformément à l'article L. 225-82 du Code de commerce, sont réputés présents pour le calcul du quorum et de la majorité les membres du Conseil de surveillance qui participent à la réunion du Conseil par des moyens de visioconférence. Toutefois cette disposition n'est pas applicable pour l'adoption des décisions prévues aux articles L. 225-59 (nomination des membres du Directoire et du Président du Directoire), et L. 225-81 du Code de commerce (élection du Président et du Vice-Président du Conseil de surveillance et fixation de leur rémunération). Les moyens de visioconférence utilisés doivent satisfaire à des caractéristiques techniques garantissant une participation effective à la réunion du Conseil dont les délibérations sont retransmises de façon continue.

Les membres du Conseil de surveillance qui, présents à une réunion, déclarent ne pas participer à un vote sont comptés dans le quorum et non pris en compte pour le calcul des votes.

### Autorisations du Conseil de surveillance

Dans le cadre de sa mission de contrôle et de surveillance et sans préjudice des dispositions légales relatives aux autorisations qui doivent être consenties par le Conseil de surveillance (conventions réglementées, cautions avales et garanties, cessions de participations ou de biens immobiliers...), les opérations suivantes doivent être autorisées, suivant les statuts de la Société, par le Conseil de surveillance :

- a) opérations susceptibles d'affecter de façon substantielle la stratégie du Groupe, sa structure financière ou son périmètre d'activité,
- b) émissions de valeurs mobilières, quelle qu'en soit la nature, susceptibles d'entraîner une modification du capital social,
- c) opérations suivantes dans la mesure où elles dépassent chacune un montant fixé par le Conseil de surveillance :
  - toute prise de participations dans toutes sociétés créées ou à créer, toute participation à la création de toutes sociétés, groupements et organismes, toute souscription à toutes émissions d'actions, de parts sociales ou d'obligations,
  - tous échanges, avec ou sans soulte, portant sur des biens, titres ou valeurs, toutes acquisitions d'immeubles ou de biens assimilés, toute acquisition ou cession, par tous modes, de toutes créances.

Le Conseil de surveillance examine avec attention ces opérations ; le Président du Conseil de surveillance veille à ce que les éléments nécessaires lui soient transmis par le Directoire dans un délai et/ou avec une information suffisants pour lui permettre de délibérer valablement.

# GOUVERNEMENT D'ENTREPRISE

## Comités

Afin d'exercer sa mission de surveillance et de contrôle conformément aux dispositions légales, en particulier au regard des pouvoirs dévolus au Directoire, et dans le souci d'une bonne gouvernance, le Conseil de surveillance institue trois comités, composés de membres qu'il choisit librement en son sein. Il s'agit des Comités d'audit, des rémunérations, des nominations.

L'organisation et le fonctionnement de chaque Comité est fixé par celui-ci dans le respect du principe de collégialité qui prévaut au Conseil de surveillance.

Le Comité rend compte régulièrement de sa mission au Conseil de surveillance.

Tout membre d'un Comité peut, à tout moment, faire part au Président du Conseil de surveillance de tout aspect de la mission du Comité dont il estime opportun que le Conseil de surveillance ait connaissance.

Les membres des Comités ont la même obligation de confidentialité qu'en tant que membres du Conseil de surveillance. Les personnes participant, même à titre consultatif ou occasionnel, aux travaux des Comités sont tenues de la même obligation ; elles en sont informées par le Président du Comité au plus tard lors des premiers travaux auxquels elles sont amenées à participer.

### Comité d'audit

Le Comité d'audit a pour mission, dans la limite des pouvoirs du Conseil de surveillance, de s'assurer de la pertinence, de la permanence et de la fiabilité des méthodes comptables en vigueur dans la Société et de surveiller la mise en œuvre effective des procédures de contrôle interne et de gestion des risques.

Il examine chaque année les honoraires des Commissaires aux comptes de la Société et apprécie les conditions de leur indépendance.

Le Comité délibère sur les diligences préalables à l'établissement des comptes sociaux et consolidés annuels et semestriels.

Il peut entendre, questionner et demander rapport aux Commissaires aux comptes de la Société et ceux des entreprises consolidées et avoir accès à tous documents pour accomplir sa mission.

Avec l'autorisation préalable du Directoire, il peut entendre tout membre du personnel, conseil ou tiers à la Société ainsi que les services financiers de la Société.

Le Comité d'audit a également pour mission d'examiner les candidatures des Commissaires aux comptes à la proposition de leur nomination par l'Assemblée générale des actionnaires. Dans ce cadre, il examine notamment leurs honoraires et apprécie leur indépendance. Le Comité peut également se saisir de l'examen de toute candidature potentielle aux fonctions de Commissaire aux comptes.

Le Comité peut se réunir à tout moment, sur convocation de son Président, dans le cadre de sa mission.

### Comité des rémunérations

Le Comité des rémunérations a pour mission de proposer au Conseil de surveillance les rémunérations et les options attribuées aux membres du Directoire ainsi que les rémunérations attribuées au Président et au Vice-Président du Conseil de surveillance.

Le Comité des rémunérations délibère préalablement à la décision du Conseil de surveillance qui fixe les rémunérations ou les options attribuées et transmet au Conseil ses recommandations.

### **Comité des nominations**

Le Comité des nominations a pour mission d'examiner et de proposer au Conseil de surveillance la nomination des membres du Directoire.

Le Comité des nominations a également pour mission d'examiner les candidatures des membres du Conseil de surveillance préalablement à la proposition de leur nomination par l'Assemblée générale des actionnaires ou préalablement à leur nomination par le Conseil en cas de vacance.

Le Comité examine, préalablement à leur nomination et s'il le juge utile à tout moment, au regard des critères d'indépendance définis par le Conseil, la situation des membres du Conseil de surveillance déclarée, à tout moment, par chaque membre du Conseil de surveillance et chacun pour ce qui le concerne.

Le Comité peut se saisir de l'examen de toute candidature potentielle au Directoire ou au Conseil de surveillance.

### **Intervention sur les titres de la Société**

Les membres du Conseil de surveillance doivent s'abstenir d'intervenir sur les titres des sociétés cotées du Groupe pendant une période de six semaines précédant la publication des comptes annuels ou semestriels. Ce devoir de neutralité ne peut se substituer aux règles légales relatives aux initiés que chaque membre du Conseil doit respecter au moment de sa décision d'intervention et quelle que soit la date de cette intervention en dehors de ces périodes.

Les transactions effectuées sur les titres de la Société par les membres du Conseil de surveillance sont portées semestriellement à la connaissance du public par un communiqué. Dans le mois suivant la fin de chaque semestre civil, les membres du Conseil de surveillance déclarent à la Société l'ensemble des transactions effectuées au cours du semestre précédent.

Les membres du Conseil de surveillance doivent inscrire en compte de nominatif l'ensemble des titres de la Société qu'ils détiennent.

### **Evaluation du Conseil de surveillance**

Le Conseil de surveillance, dans le souci d'efficacité de sa mission, procède annuellement à son évaluation. A ce titre, il examine les modalités de son fonctionnement, la manière dont il lui est rendu compte, la qualité de l'information mise à sa disposition, celle de la préparation de ses décisions, de ses débats, la contribution effective de chacun aux travaux des Comités et du Conseil.

Tous les trois ans au moins, le Conseil fait réaliser une évaluation de sa composition et de son activité par un membre indépendant qu'il désigne et qui lui fait rapport.

### **Jetons de présence**

La répartition des jetons de présence attribués aux membres du Conseil de surveillance par l'Assemblée générale des actionnaires comporte une part fixe attribuée à tous les membres du Conseil et une part variable attribuée en fonction de leur participation aux réunions du Conseil. Les membres du Comité d'audit, du Comité des rémunérations et du Comité des nominations reçoivent, en sus, une demi-part fixe et une demi-part variable fixée selon les mêmes modalités. Le Conseil de surveillance peut décider, sur proposition du Comité des nominations, l'attribution à un ou plusieurs membres d'une part spéciale prélevée sur le montant global, avant la répartition ci-dessus.



# UN GROUPE RESPONSABLE

Pinault-Printemps-Redoute concilie ses objectifs de développement avec sa responsabilité sociale et environnementale. Il se comporte quotidiennement en entreprise responsable vis-à-vis de l'ensemble de ses collaborateurs, de ses clients, de ses partenaires commerciaux, de ses actionnaires mais également envers l'environnement et la société civile.

- 40** Les collaborateurs
- 45** Les actionnaires et la bourse
- 48** La société et l'environnement

## Les collaborateurs

### La politique de ressources humaines

La politique de ressources humaines de Pinault-Printemps-Redoute est étroitement liée à la construction du Groupe. Les actions engagées au cours des dernières années ont ainsi été poursuivies et étendues. Elles sont déployées dans chaque enseigne, conformément à l'organisation décentralisée du Groupe, mais partagent également un certain nombre d'outils, d'axes et de principes communs.

### Recrutement

La politique de recrutement des jeunes managers du Groupe s'appuie notamment sur une relation étroite avec les écoles de commerce et d'ingénieurs. Tout au long de l'année 2002, Pinault-Printemps-Redoute a participé à une trentaine de forums écoles. Pinault-Printemps-Redoute est le partenaire officiel de la Course Croisière Edhec depuis quatre ans, ce qui permet aux étudiants de rencontrer des collaborateurs des enseignes. En 2002, le Groupe a renforcé sa politique de recrutement à l'international avec la publication d'un outil de communication "e-volve", diffusé en Europe. Enfin, le site [www.pprjob.com](http://www.pprjob.com) constitue un véritable outil de recrutement au service des enseignes. Il génère un trafic important avec 900 nouveaux abonnés par mois et une moyenne de 2 240 candidatures aux offres par mois.

### Intégration

Les journées Agora sont l'occasion pour les nouveaux managers de découvrir le Groupe dans toute sa diversité, d'acquérir une vision claire de sa stratégie, de comprendre la politique de management et de rencontrer les dirigeants du Groupe. Lieu d'échange privilégié et d'enrichissement, ces journées ont lieu quatre fois par an et accueillent les quelque 900 managers qui intègrent Pinault-Printemps-Redoute chaque année à travers le monde. Les journées Entre-nous s'adressent aux jeunes collaborateurs et favorisent les échanges et la découverte d'autres métiers du Groupe.

### Formation

Dès 1998, Pinault-Printemps-Redoute a créé "l'UniverCité", un lieu d'échange et de formation pour les 800 dirigeants et cadres à haut potentiel du Groupe, afin de les accompagner dans leurs réflexions stratégiques et leur développement managérial. Lieu privilégié de partage, de connaissance et d'échange, "l'UniverCité" vise à développer les nouvelles compétences nécessaires des dirigeants, susciter le changement, renforcer le sentiment d'appartenance au Groupe, faciliter la circulation de "best practices" au sein de Pinault-Printemps-Redoute. Les programmes proposés s'appuient sur des apports extérieurs et des savoir-faire internes. Véritable levier de diffusion des meilleures pratiques, "l'UniverCité" s'articule autour de plusieurs modules : Uknow, le programme dédié au management, au marketing et à la finance, Umap, le cycle annuel de conférences, et Unext, un programme international de formation pour les hauts potentiels.

Les missions de "l'UniverCité" s'élargissent au-delà de son public initial, des dirigeants aux managers, à des problématiques métiers. Ainsi, en 2002, les programmes ont été enrichis avec la création de deux nouveaux modules Uknow how et Ulearn. Uknow how est un programme de formation aux métiers du Groupe. La première formation de ce programme a porté sur les achats. Ulearn, créé en octobre 2002, est un support en ligne qui propose notamment une réflexion mensuelle sur des tendances de fond, l'interview d'un dirigeant, un accès à l'information facilité pour les participants ou encore une bibliothèque en ligne.

- 57 % des dirigeants ont participé au programme Uknow depuis sa création.
- 616 salariés ont suivi au moins une formation de l'UniverCité à fin 2002.
- 272 dirigeants ont suivi une formation en 2002.

## Mobilité

Pinault-Printemps-Redoute encourage très fortement la mobilité, qu'elle soit au sein d'une enseigne, inter-enseignes ou internationale, afin de fidéliser les compétences et les talents. C'est un élément clé de la politique du Groupe. Chaque manager doit savoir qu'il est le premier acteur de son projet personnel et professionnel. Accélérateur de carrière, la mobilité est facilitée au sein du Groupe grâce à la diffusion de Moove, le journal bimensuel des cadres qui lui est entièrement dédié, ou encore Moovenet, son équivalent sur le site intranet du Groupe. En diffusant les offres d'emploi à l'ensemble des collaborateurs, le Groupe développe des passerelles entre métiers et encourage les carrières transversales. Pinault-Printemps-Redoute a également mis en place des "Mobility Review", réunions entre Directeurs des ressources humaines des enseignes afin d'échanger sur les postes de cadres supérieurs et de dirigeants à pourvoir et les demandes de mobilité.

### Itinéraires de quelques collaborateurs ayant connu la mobilité en 2002 :

- Jérôme, de Responsable transports à la Direction logistique du Printemps à Chef de projets logistiques chez Eveil & Jeux (groupe Fnac).
- François, de Contrôleur financier chez Pinault Bois & Matériaux à Responsable de département micro-bureautique à la Fnac Parly 2.
- Nadège, de Responsable gestion et mobilité internationale chez Conforama à Responsable rémunération et avantages groupe chez Rexel.
- Catherine, de Responsable e-business développement chez Redcats (La Redoute) à Responsable marketing web chez Surcouf.
- Frédéric, de Responsable de rayon chez Conforama à Responsable de rayon parfumerie au Printemps Haussmann.

## Ecoute des salariés

Avec un taux de réponse de 51 %, élevé par rapport aux enquêtes analogues effectuées dans les autres grands groupes, l'étude d'opinion "Quel temps fait-il chez vous ?" réalisée en 2001 avait permis de dresser un état représentatif de l'opinion des salariés au sein de leur entreprise. Les résultats en ont été présentés en 2002 et de nombreuses actions ont été mises en œuvre dans chaque entreprise dans le cadre de la politique de suivi et de contrôle du changement, pour améliorer notamment la qualité du travail. Au Printemps, par exemple, des actions voient progressivement le jour pour améliorer les quatre thèmes prioritaires identifiés par l'enseigne : Formation et Développement, Renforcement de la proximité, Meilleure communication et Conditions de Travail. Conformément aux engagements pris en 2001 de procéder à cette étude tous les deux ans, celle-ci sera reconduite en 2003.

Le Comité d'Entreprise Européen de Pinault-Printemps-Redoute a pour objet de mieux faire comprendre le Groupe aux salariés : son organisation, ses ambitions, ses stratégies, ses contraintes. Il vise à développer le dialogue social au niveau européen en amenant à réfléchir sur les différences culturelles. Il est constitué de 20 représentants issus de 15 pays et s'est réuni à trois reprises en 2002.

La Coordination Emploi a été créée en 1999 afin d'encourager et de suivre les reclassements des collaborateurs (cadres et employés) du Groupe concernés par une réorganisation et de promouvoir la mobilité des employés. Chaque enseigne est représentée par un responsable des ressources humaines. Cette instance se réunit une fois par mois.

# UN GROUPE RESPONSABLE

## Motivation

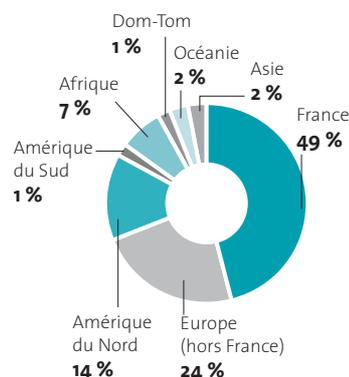
Depuis 2001, la rémunération des 200 premiers dirigeants suit un principe commun de rémunération variable. Avec une cible de 30 % du salaire fixe, cette rémunération variable peut être dépassée en fonction de la performance. Cette variable doit se répartir entre 40 % sur des objectifs managériaux et 60 % sur des objectifs financiers. Les objectifs managériaux reposent sur trois critères en fonction de la stratégie du Groupe : la satisfaction des clients et la qualité de service, l'innovation, le développement, la transversalité et le changement, ou encore le leadership et le management. Les objectifs financiers se répartissent entre des objectifs liés à l'enseigne et des objectifs liés à l'unité. Afin de renforcer le style de management autour des cinq attitudes du Groupe ("Voir vrai, parler vrai, porter l'ambition au plus haut, avoir le sens du temps, maîtriser la complexité"), celles-ci font l'objet d'une appréciation sur leur mise en œuvre, qui peut faire évoluer la variable définie précédemment de 0,8 à 1,2.

## E-RH

En 2002, Pinault-Printemps-Redoute a lancé un projet e-RH qui vise à rationaliser les process ainsi qu'à développer des pratiques de ressources humaines homogènes au sein des enseignes. Cet outil devrait favoriser la transversalité, la circulation de l'information et moderniser les fonctions administratives.

## Informations sociales

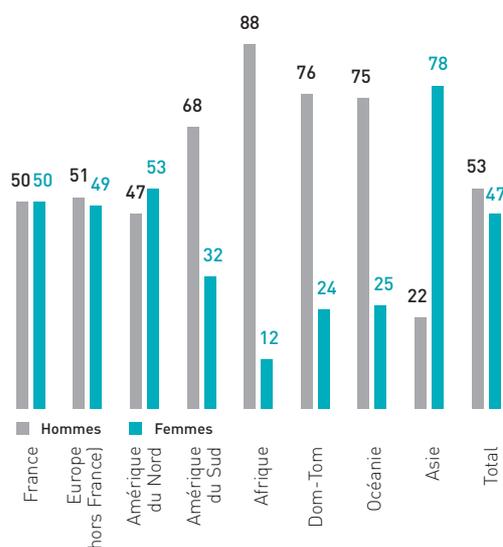
Pinault-Printemps-Redoute réalise, depuis déjà plusieurs années, un reporting social pour le Groupe en France et à l'international. Les données consolidées proviennent des gestionnaires locaux des ressources humaines selon des règles spécifiques, communes et prédéfinies. Les informations sont arrêtées au 31 décembre 2002, y compris celles de Gucci Group. 2002 n'est qu'une étape dans la mise en place d'indicateurs clés pour le Groupe. Ceux-ci seront progressivement affinés et enrichis. Ces indicateurs sont présentés et commentés ci-après.



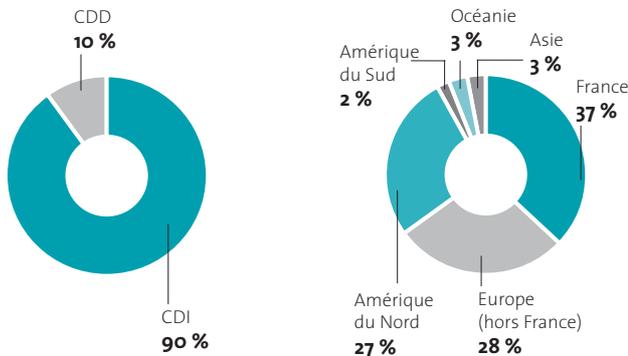
Répartition de l'effectif par zone géographique  
Effectif inscrit au 31 décembre 2002

Pinault-Printemps-Redoute est actif sur les 5 continents et emploie 115 548 collaborateurs, dont près de la moitié en France.

Les femmes représentent 47 % de cet effectif. Cette répartition globale Groupe est à nuancer par zone géographique : si la parité est atteinte en France, en Asie la population féminine représente 78 % de l'effectif, et en Afrique 12 %.



Répartition de l'effectif hommes/femmes en pourcentage  
Effectif inscrit au 31 décembre 2002



**Répartition de l'effectif par type de contrat**  
Effectif inscrit au 31 décembre 2002 (hors Afrique et Dom-Tom)

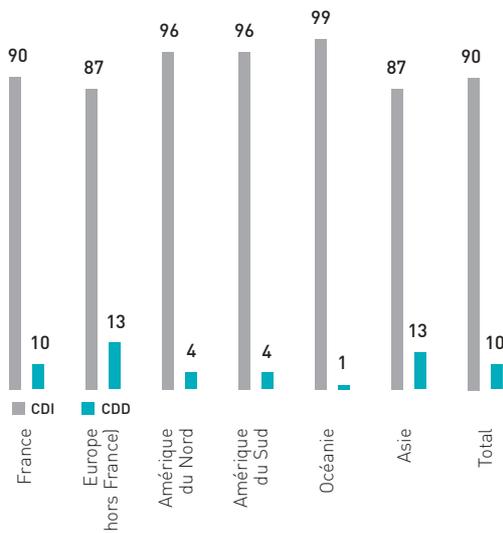
**Répartition des embauches 2002 en contrat à durée indéterminée par zone géographique**  
Hors Afrique et Dom-Tom

90 %\* des collaborateurs du Groupe sont en contrat à durée indéterminée.

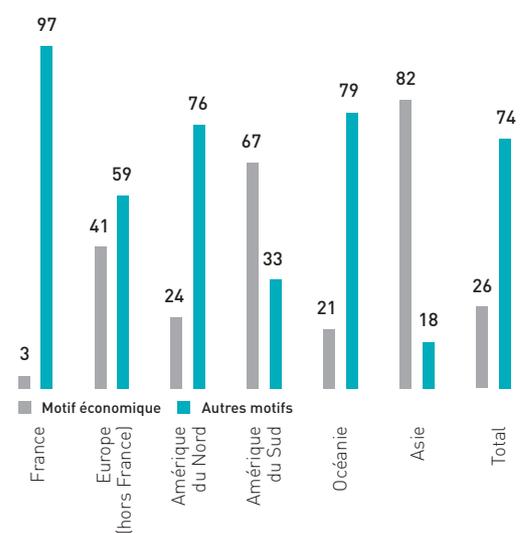
Au cours de l'année 2002, 20 386\* salariés ont rejoint le Groupe à travers le monde en contrat à durée indéterminée. Pinault-Printemps-Redoute rencontre parfois des difficultés pour recruter certains de ses collaborateurs. Les obstacles sont soit liés aux marchés d'emploi locaux (forte concurrence, déficit de main d'œuvre, carences de formation aux métiers, compétitivité des salaires...) soit aux besoins spécifiques de l'enseigne. Par exemple, il n'est pas toujours aisé d'attirer des potentiels prêts à s'expatrier sur le continent africain pour CFAO, ou de recruter de jeunes managers diplômés dans le pôle Professionnel. Les amplitudes horaires parfois contraignantes de la distribution grand public peuvent également freiner les embauches.

En 2002, le Groupe a licencié 6 349\* personnes, 26 %\* pour motif économique et 74 %\* pour un autre motif. Le reclassement au sein des enseignes de collaborateurs concernés par une réorganisation est l'une des priorités du Groupe. La forte mobilisation en France de la Coordination Emploi (hors Gucci Group) a permis, en 2002, de reclasser au sein du Groupe, 62 % des collaborateurs dont l'emploi était menacé. Le Groupe cherche à augmenter le nombre de ces reclassements. La Coordination Emploi est également le lieu d'échange des bonnes pratiques sur les mesures d'accompagnement dans le cadre d'accords de méthodes (gestion prévisionnelle de l'emploi) ou de plans de sauvegarde de l'emploi. En cas de mobilité dans le Groupe, le salarié conserve son ancienneté et bénéficie de certains avantages : prise en charge de voyages de reconnaissance, de frais de déménagement, et versement d'une indemnité d'installation en cas de changement de résidence. Le Groupe vise à développer ce principe de Coordination Emploi hors de France.

\* Des spécificités locales en Afrique et aux Dom-Tom n'ont pas permis de prendre en compte les effectifs de ces régions dans cet indicateur.



**Répartition de l'effectif par type de contrat en pourcentage**  
Effectif inscrit au 31 décembre 2002 (hors Afrique et Dom-Tom)



**Répartition des licenciements 2002 par motif en pourcentage**  
Hors Afrique et Dom-Tom

# UN GROUPE RESPONSABLE

Le temps de travail est également un indicateur suivi en France à l'échelle du Groupe (hors Gucci Group). Au 31 décembre 2002, Pinault-Printemps-Redoute est à 35 heures. Seuls quelques collaborateurs ne sont pas soumis aux dispositions relatives à la durée du travail (les Dirigeants et VRP). Par ailleurs, une soixantaine de salariés de petites entités ont une durée de travail supérieure.

Pour répondre aux différentes contraintes des activités du Groupe et les concilier avec les attentes des collaborateurs, Pinault-Printemps-Redoute a mis en place diverses formes d'organisation du travail : horaires à la semaine ou sur le cycle, modulations, forfaits jours, repos supplémentaires. Le temps partiel est également une forme de temps de travail adoptée par le Groupe dans la plupart des pays. Au 31 décembre 2002, 19 %\* des collaborateurs sont à temps partiel dans l'ensemble du Groupe en France et à l'international.

Les derniers indicateurs suivis concernent les relations professionnelles et les bilans des accords collectifs (hors Gucci Group). En raison de la diversité des législations locales, seul le périmètre français est étudié.

Hormis le Comité de Groupe et le Comité d'Entreprise Européen Pinault-Printemps-Redoute, les relations professionnelles au sein du Groupe sont propres à chaque enseigne et à chaque structure qui la compose. Elles dépendent de la taille des entités, de leur éclatement géographique, de leur histoire, des métiers.

Au 31 décembre 2002, Pinault-Printemps-Redoute comptait en France plus de 2 000 élus titulaires ou suppléants sur 290 Comités d'Entreprise ou d'Etablissement. Ces membres de Comités d'Entreprise et d'Etablissement ne sont pas les seuls acteurs du dialogue social dans l'entreprise en France, les délégués du personnel élus et délégués syndicaux désignés jouant également un rôle actif.

En 2002, plus de 70 accords collectifs ont été négociés et signés en France (sans tenir compte des accords pré-électoraux). Ces accords portaient sur des thèmes variés, notamment : l'organisation et la durée du temps de travail, les rémunérations fixes ou variables, la participation, l'intéressement, le plan d'épargne entreprise, la prévoyance, les frais de santé, des congés spéciaux (paternité, enfant malade), les caisses et taux de retraite, les conditions de départ en pré-retraite progressive, l'harmonisation sociale, la mise en place d'un Comité Central d'Entreprise.

\* Des spécificités locales en Afrique et aux Dom-Tom n'ont pas permis de prendre en compte les effectifs de ces régions dans cet indicateur.



**Répartition de l'effectif temps plein et temps partiel en pourcentage**  
Effectif inscrit au 31 décembre 2002 (hors Afrique et Dom-Tom)

# Les actionnaires et la bourse

## Les actions de communication financière

Les actions de communication financière sont ciblées et personnalisées afin d'offrir aux différents publics, actionnaires individuels et communauté financière, des messages adaptés à leurs attentes respectives, tout en veillant à respecter les recommandations de la COB en matière d'égalité d'accès à l'information.

## Responsabilité envers nos actionnaires individuels

Notre Service Actionnaires a développé de nombreuses initiatives afin de permettre à chaque actionnaire de s'informer sur le Groupe et sur la vie du titre. La *Lettre aux Actionnaires*, éditée deux fois par an, le site Internet dédié [www.ppractionnaire.com](http://www.ppractionnaire.com) et la Ligne actionnaire (01 44 90 61 22) sont à la disposition de chacun d'eux. Lancées en 2000, les visites de sites, véritables coulisses de l'entreprise, permettent à nos actionnaires de mieux comprendre le fonctionnement de nos enseignes. En 2002, nos actionnaires ont eu la possibilité de visiter le centre logistique de JPG à Survilliers, le DIAM (Département Impression Activité Mailing) de Redcats à Tourcoing et le site logistique de la Fnac à Massy. Le Groupe a également organisé des réunions d'information à Nantes et à Bordeaux.

### Agenda des visites du premier semestre 2003

- Magasin Printemps Haussmann à Paris : 7 février, 10 mars et 3 avril
- Magasin Citadium à Paris : 13 mars
- Plates-formes CFAO au Havre : 8 avril

## Relations avec la communauté financière

Le Groupe entretient des relations suivies avec la communauté financière française et internationale. L'année est rythmée par de multiples actions qui permettent au marché d'être régulièrement informé de l'activité, de la stratégie et des perspectives du Groupe. Outre les

grandes réunions lors de la publication des résultats annuels et semestriels, le Groupe reçoit tout analyste ou investisseur qui en fait la demande. Il organise également des conférences téléphoniques avec les analystes pour commenter les publications de chiffres d'affaires trimestriels ou tout développement majeur. Le Groupe participe à des conférences sectorielles organisées par les banques d'affaires. Deux ateliers destinés aux analystes ont eu lieu en 2002, afin de permettre à ceux-ci de mieux connaître le Groupe. Le premier, en mars, était consacré aux méthodes de management, ainsi qu'au Printemps et à Rexel, le second, en décembre, aux développements du Groupe en Suisse. La Direction est allée à la rencontre de nombreux investisseurs français et internationaux lors de "roadshows" organisés dans la plupart des capitales européennes et aux Etats-Unis (côtes est et ouest). Le Groupe a également reconduit les visites d'enseignes présentes en région parisienne et en Alsace.

### Agenda 2003

- Chiffre d'affaires du premier trimestre 2003 : 17 avril
- Assemblée générale : 22 mai
- Chiffre d'affaires du premier semestre 2003 : 17 juillet
- Résultats semestriels 2003 : 4 septembre
- Chiffre d'affaires 9 mois 2003 : 16 octobre

## La performance boursière

Les principaux marchés boursiers ont fortement chuté en 2002 : aux Etats-Unis, le Dow Jones 30 de 17 % et le Nasdaq de 32 % ; en Europe, le FTSE 100 britannique de 24 % et le CAC 40 de 33 %. La tendance baissière, amorcée dès mars 2000, avec l'éclatement de la bulle Internet, s'est poursuivie et amplifiée avec le ralentissement économique des deux côtés de l'Atlantique, la crise de confiance sur la qualité des comptes des sociétés à la

# UN GROUPE RESPONSABLE

suite de scandales, principalement outre-Atlantique, et désormais la dévalorisation des actifs des compagnies d'assurances et des fonds de pension.

Le secteur de la distribution grand public et professionnelle n'a pas été épargné : aux Etats-Unis, les distributeurs d'électronique grand public Best Buy et Circuit City ont perdu 51 % et 57 % de leur valeur, tandis que la capitalisation boursière du spécialiste du bricolage Home Depot baissait de 27 milliards de dollars. En Europe, Metro perdait 43 %, Karstadt Quelle 63 %, Dixons 38 % alors que Hagemeyer et Buhrmann voyaient leur capitalisation boursière divisée par trois.

La baisse des marchés s'est accompagnée d'un double phénomène de contraction des volumes de transactions boursières et de concentration des échanges sur un nombre restreint d'investisseurs. Il s'en est suivi une forte augmentation de la volatilité des cours de bourse et une quasi-absence des investisseurs plus traditionnels des marchés.

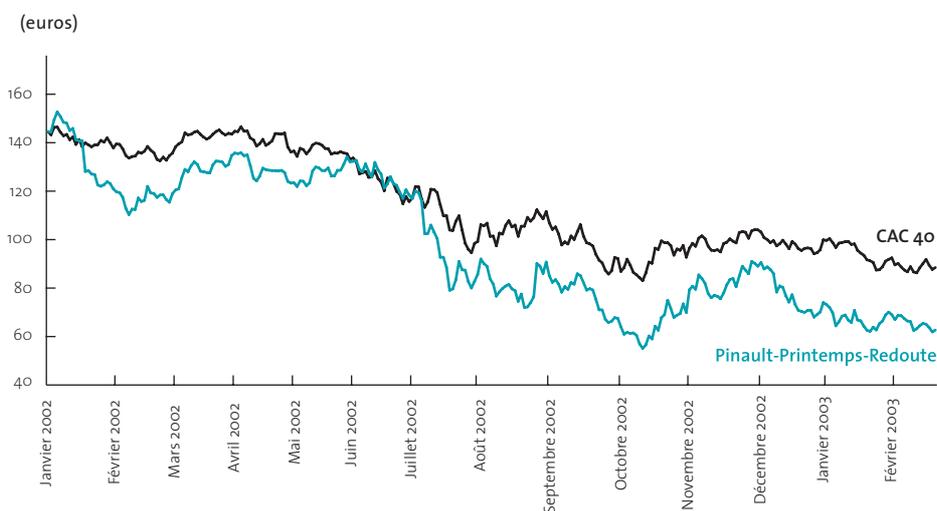
Dans ce contexte économique et boursier morose, l'action Pinault-Printemps-Redoute a enregistré un recul de 51,5 % en 2002, pour clôturer l'année à 70,1 euros.

Cela correspond à une sous-performance de 18,4 % par rapport au CAC 40. Les annonces de cession des activités Crédit et Services Financiers, fin octobre 2002, ont été bien accueillies par les marchés. Ceux-ci ont notamment apprécié :

- l'annonce du recentrage du Groupe sur ses activités de distribution Grand Public et de Luxe ;
- sa capacité à préserver la relation commerciale avec les clients de ses enseignes Grand Public ;
- les conditions de cession, ces deux opérations valorisant l'ensemble du Pôle pris à 100 % à 3,6 milliards d'euros, soit un montant supérieur aux valeurs généralement retenues par les analystes financiers pour cette activité ;
- l'impact positif sur la structure financière du Groupe et le renforcement de sa flexibilité stratégique.

Depuis le début de l'année 2003 (jusqu'au 21 février 2003), l'action Pinault-Printemps-Redoute sous-performe marginalement l'indice CAC 40 de 3 %, en repli de 10,6 %.

## Evolution du cours de Pinault-Printemps-Redoute par rapport à l'indice CAC 40 depuis le 28/12/2001



## Statistiques boursières

euros	1998*	1999	2000	2001	2002
Cours + haut	166,5	264,8	268,0	235,3	154,7
Cours + bas	97,9	134,4	185,2	97,1	53,9
Cours au 31/12	162,8	262,0	228,9	144,6	70,1
Capitalisation boursière au 31/12 (millions)	19 121	31 225	27 189	17 698	8 580
Volume moyen quotidien	212 392	269 666	273 786	428 865	650 232
Nombre d'actions au 31/12	117 437 590	119 181 100	118 779 305	122 394 480	122 394 480

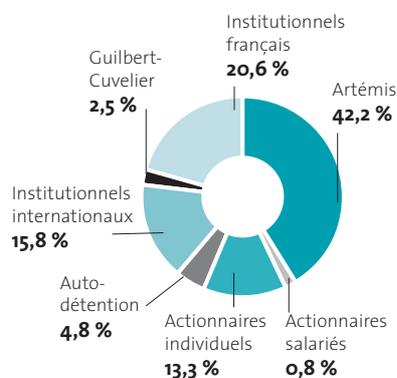
\* Corrigé de la division par 5 du nominal en juillet 1998.

Source : Euronext Paris SA, Fininfo.

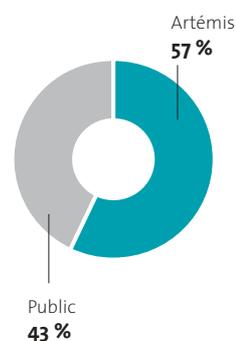
## L'actionariat

Le Groupe compte plus de 180 000 actionnaires individuels, contre 171 000 en 2001. Les actionnaires individuels détiennent 13,3 % du capital, dont 11 % sont au porteur. 36,4 % du capital est détenu par des investisseurs institutionnels, dont 15,8 % par des

non-résidents. Pinault-Printemps-Redoute détient 4,8 % du capital, dont 1,1 % est affecté au programme de stock options. Les investisseurs institutionnels internationaux représentent 27,3 % du flottant (Source : Titre au Porteur Identifiable au 10 janvier 2003).



Répartition du capital



Répartition des droits de vote

## La société et l'environnement

**Pinault-Printemps-Redoute a la conviction que son champ de responsabilités ne s'arrête pas aux portes de ses magasins, agences et entrepôts. Pour le Groupe comme pour ses enseignes, l'année 2002 a été marquée par de nombreuses initiatives qui témoignent de sa volonté d'agir de façon responsable et solidaire.**

Ces actions dans des domaines multiples - éthique, engagement citoyen, environnement - valent à Pinault-Printemps-Redoute d'être retenu pour figurer, en 2002, dans des indices boursiers qui mesurent la performance des entreprises en fonction de critères extra-financiers (FTSE4GOOD et ASPI Eurozone).

### La société

**La question de l'éthique est l'une des préoccupations de Pinault-Printemps-Redoute.** A cet égard, une des actions majeures entreprises par le Groupe en 2002 a été la rédaction d'un Code de Conduite des Affaires. Fruit d'une réflexion collective associant les différentes enseignes du Groupe, ce document prolonge et complète la Charte Ethique adoptée par Pinault-Printemps-Redoute en 1996. Il fixe les engagements et principes d'action du Groupe envers ses collaborateurs, ses clients, ses actionnaires et ses partenaires commerciaux, ainsi qu'envers l'environnement et la société civile. La diffusion dans les enseignes du Code de Conduite des Affaires sera accompagnée d'un programme de formation.

Dans le cadre de ces travaux, une attention particulière a été portée aux conditions de travail chez les fournisseurs des enseignes du Groupe. Depuis 1998, plusieurs enseignes ont ouvert des bureaux d'achats, notamment en Asie, afin de maintenir un contact étroit avec leurs fournisseurs et de s'assurer de leur respect des conditions générales d'achat. En 2002, le Groupe a rédigé à l'intention de ses fournisseurs de produits en marque propre une charte spécifiant l'attachement de Pinault-Printemps-Redoute au respect des principales dispositions définies par l'Organisation Internationale du Travail, et demandant aux fournisseurs de s'engager à en respecter les principes fondamentaux. Ceux-ci comprennent notamment la prohibition du travail des enfants ou du travail forcé, la proscription de tout comportement contraire à la dignité au travail, le respect du droit directement applicable de représentation et d'expression des salariés, ou encore la proscription de toute discrimination.

Le Groupe s'assure de la conformité de ses fournisseurs avec ces principes par le biais d'un questionnaire détaillé qui leur a été adressé, ainsi que par un programme d'audits sociaux réalisés par des sociétés spécialisées indépendantes du Groupe. Le Groupe veille à aider tout fournisseur à améliorer les standards de satisfaction des objectifs visés dans la Charte. Par ailleurs, au cours de 2002, Pinault-Printemps-Redoute a rejoint "L'Initiative Clause Sociale" un groupe de travail organisé par la Fédération des Entreprises du Commerce et de la Distribution (FCD) pour échanger expériences et bonnes pratiques et coordonner la démarche des distributeurs français en matière d'audits sociaux des fournisseurs.

### Deuxième axe important de la politique de responsabilité sociale de Pinault-Printemps-Redoute : celui de la solidarité et de l'engagement dans la vie de la cité.

Cet engagement se manifeste d'abord par de nombreux partenariats entre les enseignes du Groupe et des associations et organisations non-gouvernementales afin de soutenir des projets citoyens. Un symbole : un ours en peluche baptisé Baptiste mis en vente dans le catalogue de La Redoute. En effet, en vertu d'un partenariat conclu en novembre 2002 entre La Redoute et Soeur Emmanuelle lors d'une visite de cette dernière à l'usine de la Martinoire à Wattrelos, une partie du produit de la vente de Baptiste sera reversée à ASMAE (Aide sociale et médicale à l'enfance), l'association de Soeur Emmanuelle. Ces fonds financeront des projets éducatifs dans deux provinces en Inde. CFAO est le partenaire principal de "Portes d'Afrique", une aventure maritime et littéraire de neuf mois rythmée par douze escales dans douze grands ports d'Afrique. A chaque escale du voilier CFAO Technologies, un écrivain différent porte son regard - et sa plume - sur la ville-escale, dans ce qu'Abdoulaye Wade, Président du Sénégal, appelle un "dialogue des cultures". D'autres enseignes apportent leur soutien à des associations sous une autre forme : en mettant des emplacements dans leurs magasins à leur disposition pendant les fêtes de Noël pour vendre des cartes de

vœux ou faire des paquets cadeaux, la Fnac et le Printemps permettent à l'Unicef, au Secours Populaire, à la Croix-Rouge et à d'autres associations de collecter des fonds pour leurs actions. La Fnac poursuit ses partenariats avec la Fédération Internationale des Ligues des Droits de l'Homme, Reporters sans Frontières et "Tourism for Development".

En même temps qu'il développe ses propres projets, Pinault-Printemps-Redoute soutient aussi l'engagement des collaborateurs du Groupe dans des actions citoyennes. En 2001, le Groupe a créé une association, **SolidarCité**, afin de promouvoir et accompagner des projets d'intérêt général des collaborateurs. SolidarCité s'est fixé trois domaines d'action qui ont chacun donné lieu à de nombreux projets en 2002 :

**La solidarité de proximité :** Au lendemain des inondations survenues en septembre dans le Sud-Est de la France, Conforama, La Redoute et Guilbert se sont mobilisés pour apporter cinq semi-remorques et plusieurs conteneurs de produits neufs allant des lits et machines à laver à du matériel scolaire pour plus d'une vingtaine d'écoles. A ces actions ponctuelles s'ajoutent de nombreuses actions d'enseignes, comme le soutien scolaire effectué par 23 bénévoles de La Redoute dans le quartier de l'Alma à Roubaix ou le soutien apporté par le Printemps à l'association Les Petits Princes, qui permet à des enfants gravement malades de réaliser leurs rêves. Dans les enseignes spécialisées de Redcats (VertBaudet, Cyrillus et Daxon) 450 collaborateurs ont donné bénévolement une journée de travail au profit de l'association Les Clowns de l'Espoir, qui mène des actions auprès des enfants hospitalisés.

**La cohésion sociale :** Pinault-Printemps-Redoute mène de nombreuses actions pour favoriser l'insertion économique des personnes en difficulté et aider les plus démunis. C'est ainsi que le Printemps de Lyon soutient

la création d'un rayon non alimentaire dans une "Epicerie Solidaire" à Bourg-en-Bresse. L'épicerie solidaire vise à offrir des produits de base à des prix accessibles, permettant aux personnes dans le besoin de réaliser des économies. Guilbert, Pinault Bois & Matériaux, la Fnac ou La Redoute mènent de nombreux projets de réinsertion de chômeurs de longue durée ou de jeunes en difficulté dans leurs enseignes, et Finaref poursuit son partenariat avec l'Afeji permettant l'intégration de personnes handicapées dans ses plateaux d'appels.

**L'éducation :** Pinault-Printemps-Redoute poursuit à travers un partenariat avec le Ministère de l'Education Nationale un projet visant à aider des jeunes à potentiel scolaire issus de milieux défavorisés à rompre avec la fatalité de l'échec scolaire. Une vingtaine de jeunes sont ainsi accueillis dans deux internats, en région parisienne et dans le nord de la France. Par ailleurs, à travers la Fondation Eveil & Jeux, le Groupe soutient de nombreux projets éducatifs partout en France, et la Fondation CFAO a développé un programme de bourses éducatives pour les enfants de ses collaborateurs non-cadres en Afrique.

## L'environnement

**Le groupe Pinault-Printemps-Redoute s'efforce de réduire l'impact environnemental de ses activités** tant en ce qui concerne les produits commercialisés et leurs emballages (recyclage, toxicité, nuisance etc...) qu'en ce qui concerne les processus internes et externes (fabrication, stockage, transport, distribution etc...). Au sein de Pinault-Printemps-Redoute, dont la philosophie de management est fondée sur la décentralisation, l'évaluation et la maîtrise des conséquences de l'activité sur l'environnement font l'objet d'actions spécifiques et différentes dans les sociétés du Groupe en fonction notamment des types de réglementation auxquelles elles sont soumises. Chaque enseigne met en oeuvre des actions pour améliorer ses performances en matière

# UN GROUPE RESPONSABLE

d'environnement et s'assurer de sa conformité avec les dispositions législatives et réglementaires. De nombreuses initiatives sont menées en France et à l'étranger par les différentes enseignes, dont par exemple :

## **Recyclage**

- Recyclage de cartouches d'encre et de piles : La Fnac, Conforama et Rexel ont des partenariats pour recycler les cartouches d'encre et les piles usagées. La Fnac a collecté plus de 16 tonnes de piles en 2002.
- Recyclage des emballages : Guilbert, Rexel, Redcats et la Fnac ont des programmes de recyclage des emballages. L'ensemble La Redoute/Movitex a collecté 5 116 tonnes de carton à recycler en 2002.
- Redcats est actionnaire d'Eco Emballage depuis sa création.

## **Reprise des produits**

- Conforama a un partenariat local avec l'association Envie pour le recyclage et le reconditionnement des produits électroménagers.
- Rexel reprend les sources lumineuses usagées.

## **Economies d'énergie et de matières premières**

- La Fnac et Rexel utilisent des éclairages "eco-efficaces" dans un grand nombre de magasins et d'agences.
- La Fnac a réduit de 20% les matières premières utilisées, notamment le polyéthylène, pour la confection de ses sacs d'emballage.
- Pinault Bois & Matériaux recycle les déchets de bois pour produire de l'énergie pour ses séchoirs et investit dans de nouveaux séchoirs qui émettent peu de rejets polluants dans l'atmosphère.

## **Transport**

- Optimisation du transport chez Redcats et Guilbert afin de réduire le nombre de trajets.
- La Redoute participe, avec Mercedes, à un test pilote d'une camionnette à économie d'énergie.
- Pinault Bois & Matériaux s'est fixé un objectif de réduction de la consommation de carburant de 25 % en deux ans à travers le renouvellement de sa flotte de véhicules.

## **Produits environnementaux**

- Guilbert a développé une gamme de produits (Niceday Green) répondant à des critères environnementaux élevés (produits nettoyants décolorants, non-utilisation de chlore dans les plastiques) pour les papiers, stylos, petit matériel de bureau, etc...
- Pinault Bois & Matériaux est en phase de processus de certification FSC (Forest Stewardship Council) pour sa gamme de produits Cerland.

Au-delà de ces actions spécifiques déployées dans les différentes enseignes du Groupe et visant notamment à répondre aux différents impacts recensés, le Groupe s'attache actuellement à formaliser une démarche commune à ses différentes enseignes et à en mesurer les effets à travers la construction d'indicateurs, dans un souci de progrès continu en la matière.

## **La démarche du Groupe consiste à :**

- Généraliser les bonnes pratiques et expériences par le biais d'échanges entre les sociétés du Groupe,
- Développer les méthodes visant à prévenir les atteintes à l'environnement, notamment à travers la politique de gestion des risques,
- Elaborer un dispositif de collecte des données environnementales des enseignes.

### Informations quantitatives

Comme indiqué précédemment, les indicateurs environnementaux liés aux principaux impacts du Groupe sont en cours d'élaboration. Un certain nombre de données brutes sont déjà disponibles :

#### ■ Consommation d'électricité

##### Pôle Grand Public France

Consommation estimée : 245 071 MWh

Dont :

Conforama : 90 000 MWh

Printemps : 66 000 MWh

Fnac : 55 000 MWh

Redcats : 34 071 MWh

Conforama Suisse : 1 250 MWh

Conforama Italie : 35 700 MWh

##### Pôle Professionnel

Pinault Bois & Matériaux : 17 757 MWh

#### ■ Consommation d'eau

Conforama France : 100 000 m<sup>3</sup>/an

Conforama Italie : 68 000 m<sup>3</sup>/an

France Printemps : 200 000 m<sup>3</sup>/an

Redcats France : 75 821 m<sup>3</sup>/an

Pinault Bois & Matériaux : 58 600 m<sup>3</sup>/an

### Démarches de certification

Le Groupe n'a pas engagé de démarche systématique de certification. Cependant, un certain nombre de sites ou entreprises du Groupe sont certifiés. Ceux-ci incluent :

- Selga, filiale de Rexel en Suède, est certifié ISO 9001 et ISO 14 001
- Regro et Schrack, filiales de Rexel en Autriche, sont certifiés ISO 9001
- Elektronabava, filiale de Rexel en Slovénie, est certifié ISO 9001

- Mile, filiale de Rexel en Hongrie, est certifié ISO 9002
- Hagar, filiale de Rexel en Slovaquie, est certifié ISO 9002
- Le siège de Guilbert UK à Andover est certifié ISO 14 001
- Le laboratoire interne textile de La Redoute est en cours de certification ISO 9000

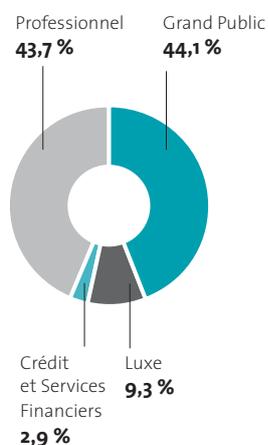
### Mesures prises pour limiter les atteintes à l'environnement et assurer la conformité de l'activité de la société aux dispositions législatives et réglementaires

L'activité de distribution est peu polluante et ne génère pas de nuisances particulières. Sur certains sites du Groupe, des dispositions spécifiques sont prises pour limiter les atteintes à l'environnement et assurer la conformité de l'activité aux dispositions législatives et réglementaires en vigueur. C'est ainsi que sur certaines de ses 41 installations classées de traitement du bois, Pinault Bois & Matériaux a converti tous ses tunnels autoclaves de traitement des bois pour remplacer les produits toxiques à base de métaux lourds (chrome, cuivre, arsenic) par des produits non-toxiques et à composition bio dégradable (TANALITH-E). Pinault Bois & Matériaux a également procédé à l'installation systématique d'au moins trois piezomètres par installation classée (soit systématiquement un de plus que l'obligation légale) pour suivre et détecter les éventuelles pollutions des sols et des nappes phréatiques et fait procéder par des sociétés agréées à des relevés semestriels. Redcats France a réalisé 1,8 million d'euros de travaux de mise en conformité en 2002, notamment le remplacement et l'élimination de la toiture en Fibrociment du site de Marquette (VertBaudet), le flocage du magasin La Redoute à Toulouse, des travaux de conformité des 30 ans du réseau Sprinkler à La Martinoire et la troisième et dernière phase du remplacement de 17 transformateurs au pyralène de Roubaix et de La Martinoire.



# CAPITAL MARQUES

L'activité du Groupe s'organise autour de quatre Pôles. Les pôles Grand Public et Luxe répondent aux attentes des clients particuliers, dans les différents univers de la personne que sont le luxe, la mode et la beauté, la maison, la culture et les technologies. Le pôle Professionnel satisfait aux besoins des clients professionnels dans les domaines de la distribution de matériel électrique et électronique, de fournitures et mobilier de bureau, de matériaux de construction et de négoce international. Le pôle Crédit et Services Financiers, qui a été cédé fin 2002, offre une gamme complète de produits et de services financiers aux clients particuliers des enseignes Grand Public du Groupe, ainsi qu'à d'autres partenaires.



Répartition du chiffre d'affaires par Pôle en 2002

- 54 Printemps
- 56 Conforama
- 58 Redcats
- 60 Fnac
- 62 Gucci Group\*
- 70 Rexel \*\*
- 72 Pinault Bois & Matériaux
- 74 Guilbert
- 76 CFAO
- 78 Crédit et Services Financiers

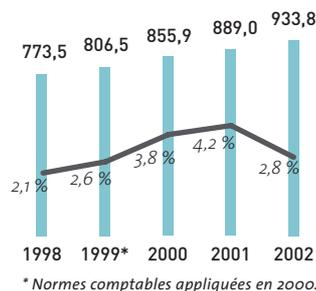
\* Société cotée détenue à 54,38 % par Pinault-Printemps-Redoute au 31/12/2002.

\*\* Société cotée détenue à 72,85 % par Pinault-Printemps-Redoute au 31/12/2002.

## PRINTEMPS

“Notre objectif est d’embellir et de faciliter la vie de chaque client en le surprenant et en lui donnant envie d’acheter dans un magasin-plaisir, organisé en univers spécialisés, offrant des assortiments sélectifs et accessibles, proposés par des équipes compétentes et chaleureuses.”

**Laurence Danon, Président du Directoire de France Printemps.**



**Evolution du chiffre d'affaires**  
(en millions d'euros)  
**et de la rentabilité d'exploitation**  
(en % du chiffre d'affaires)

**5 144 COLLABORATEURS**  
(EFFECTIF MOYEN)

**65 % DE CLIENTELE**  
FEMININE  
(SOURCE : SIMM 2001)

**6,7 MILLIONS DE CLIENTS**  
(SOURCE : SIMM 2001)

**46,1 %**  
DU CHIFFRE D'AFFAIRES TOTAL  
REALISE PAR PRINTEMPS  
HAUSSMANN

ENTRE  
**30 000 ET 100 000**  
VISITEURS PAR JOUR  
EN MOYENNE  
A PRINTEMPS HAUSSMANN

DEAUVILLE AVEC **1 084 m<sup>2</sup>**  
DE SURFACE DE VENTE EST  
LE PLUS PETIT MAGASIN DE  
LA CHAINE (HORS HAUSSMANN)

LILLE AVEC **9 843 m<sup>2</sup>**  
DE SURFACE DE VENTE EST  
LE PLUS GRAND MAGASIN DE  
LA CHAINE (HORS HAUSSMANN)

Le Printemps jouit d’une forte notoriété en France et à l’international au travers de son magasin phare Printemps Haussmann à Paris et des 17 autres grands magasins de la chaîne situés au cœur des grandes villes de France. Mode homme et femme, lingerie, beauté et accessoires, décoration et art de la table, enfants et loisirs sont les cinq grands univers de produits offerts aux clients.

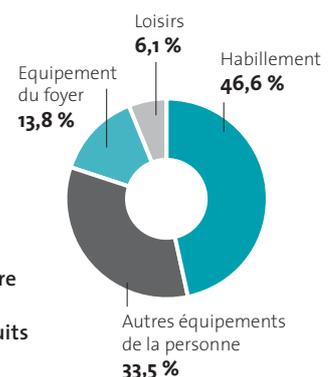
### Environnement concurrentiel et positionnement

Grand magasin de référence à Paris et en région parisienne, le Printemps est en concurrence avec d’autres grands magasins (Galeries Lafayette, Samaritaine, Bon Marché, BHV) et des chaînes spécialisées textiles (H&M, Zara, Célio, Etam, C&A, Gap). Dynamique et innovant, il se distingue par son positionnement multistyle, son offre sélective de qualité, sa réputation de précurseur de mode et sa relation de proximité avec ses clients. Le Printemps propose une offre de produits équilibrée : la collection Printemps est accessible à tous, les marques référentes fidélisent, les marques émergentes attirent et les marques exclusives différencient.

### Faits marquants 2002

- Aménagement d’un nouvel espace Lingerie à Haussmann, organisé en 3 univers désormais ouverts : Basic et Passion, Séduction et Spécialiste.
- Rénovation importante des magasins de Vélizy en région parisienne et de Rouen, Strasbourg et Lyon en province.
- Poursuite du développement du pôle Sport avec le repositionnement de Citadium et l’ouverture d’un 17<sup>e</sup> magasin Made in Sport à Rosny en région parisienne.

**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par famille de produits**



## L'innovation de l'année : la Maison

Le Printemps répond à l'aspiration croissante des consommateurs de personnaliser leur intérieur en lançant un concept Maison novateur : les 8 000 m<sup>2</sup> du Printemps de la Maison sont désormais organisés par style de décoration et non plus par produit. Dans chaque style (maison du luxe, maison pratique, maison de charme, maison ethnique, maison contemporaine), le Printemps propose un mix d'ameublement, d'arts de la table, de linge de maison, de mobilier, d'objets et de textiles de décoration. Une large gamme de prix est offerte dans chaque style, pour permettre d'inventer son propre style grâce à une sélection de marques référentes ou émergentes et aux collections Printemps Primavera.

## Stratégie et perspectives

L'enseigne poursuit un objectif : faire du Printemps le grand magasin français le plus proche de ses clients, le plus innovant et le plus efficace. A cette fin, l'enseigne met en œuvre une stratégie claire qui s'articule autour des axes suivants :

### Proximité avec les clients

L'enseigne est en permanence à l'écoute des consommateurs, notamment grâce à un baromètre de satisfaction établi sur la base d'enquêtes téléphoniques dans la zone de chalandise des magasins. Informé sur les envies et les comportements des clients ainsi que sur leur degré de satisfaction magasin par magasin, le Printemps peut ajuster ses offres et ses services. En 2002, le contenu services de la carte Printemps a été enrichi, et "Printemps à Deux", la liste de mariage réunissant Printemps, Citadium, Fnac et Conforama, a vu le jour.

### Parc de magasins et surface de vente

	2001		2002	
	Parc de magasins	Surface de vente (m <sup>2</sup> )	Parc de magasins	Surface de vente (m <sup>2</sup> )
Magasins en propre	18	146 700	18	147 600
dont Printemps Haussmann	1	43 720	1	43 720
Affiliés français	9	30 820	9	30 820
Affiliés étrangers	2	16 200	2	16 200
<b>Total enseigne Printemps</b>	<b>29</b>	<b>193 720</b>	<b>29</b>	<b>194 620</b>

### Autres filiales

	2001		2002	
	Parc de magasins	Surface de vente (m <sup>2</sup> )	Parc de magasins	Surface de vente (m <sup>2</sup> )
Citadium	1	6 200	1	6 200
Made in Sport	16	4 025	17	4 225
Madelios	1	3 138	1	2 938*
Printemps Design (Beaubourg)	1	280	1	280

\* Travaux.

## LE SUCCES DE L'ANNEE

Le Printemps du luxe a connu une progression de 25 % de son activité en 2002, grâce à un concept basé sur un espace unique au monde de 3 000 m<sup>2</sup> entièrement dédié au luxe, servi par une architecture innovante au service de 60 marques prestigieuses et organisé en 2 secteurs : prêt-à-porter/accessoires et haute joaillerie/horlogerie.

### Innovation et différenciation

L'offre est segmentée avec une mise en scène de marques et de produits selon différents styles. Ce concept innovant a été décliné au Printemps de l'Homme en 1999, au Printemps de la Mode en 2000, au Printemps de la Maison et de la Lingerie en 2002.

### Efficacité et rentabilité

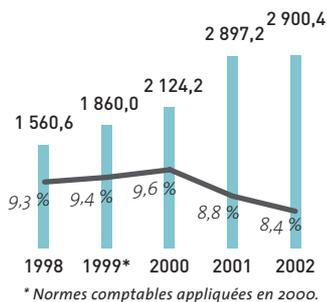
L'amélioration du fonctionnement du Printemps passe notamment par la poursuite de la centralisation des achats, la simplification des modes de fonctionnement, la maîtrise des coûts d'investissement et l'optimisation des achats indirects.

En 2003, l'enseigne déploiera sa réorganisation et transformera les espaces Mode et Lingerie dans les magasins de la chaîne. Par ailleurs, Printemps Haussmann démarrera son dernier grand chantier de rénovation, celui de la Beauté, avec pour objectif de proposer aux clients un des plus grands espaces au monde (3 500 m<sup>2</sup> contre 2 000 m<sup>2</sup> aujourd'hui), sur 2 étages.

# CONFORAMA

“Pour attirer tous les potentiels de vente en France et en Europe, nous adaptons Conforama pour mettre le concept au goût du jour et rendre ainsi nos magasins incontournables.”

Per Kaufmann, Président du Directoire de Conforama.



Evolution du chiffre d'affaires (en millions d'euros) et de la rentabilité d'exploitation (en % du chiffre d'affaires)

**11 617**  
COLLABORATEURS  
(EFFECTIF MOYEN)

**181**  
MAGASINS DONT **44**  
HORS DE FRANCE

**714 578 m<sup>2</sup>**  
DE SURFACE DE VENTE

**5 MILLIONS DE PETITS MEUBLES**  
VENDUS EN 2002

**270 000**  
FOYERS ONT ACHETE DES  
ELEMENTS DE CUISINE  
CHEZ CONFORAMA EN 2002

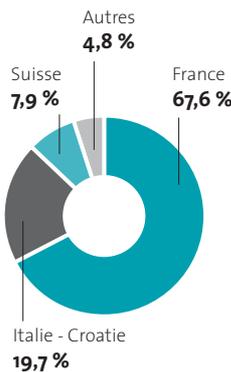
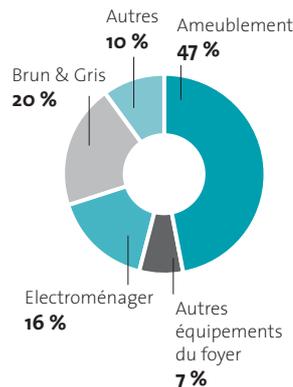
**400 MILLIONS**  
DE PROSPECTUS DISTRIBUES  
PAR AN

Conforama est le n° 2 mondial de l'équipement du foyer, avec un réseau de 181 magasins en propre, dont 44 à l'international. Il propose, dans une ambiance conviviale et agréable au sein d'un même magasin, tous les produits nécessaires pour équiper la maison : ameublement, électroménager, électrodomestique et décoration.

## Environnement concurrentiel et positionnement

Dans un marché européen de l'équipement du foyer encore très atomisé, Conforama occupe une position de premier plan grâce à un concept unique, caractérisé par des prix bas, une offre multistyle, un service de qualité, des vendeurs professionnels, des magasins de proximité et accueillants et des éditions promotionnelles régulières. Il est confronté à une concurrence agressive et en pleine transformation : les magasins sont de plus en plus spécialisés, de plus en plus grands et séduisants.

Répartition du chiffre d'affaires 2002 par famille de produits



Répartition du chiffre d'affaires 2002 par zone géographique

Les enseignes spécialisées (Ikea, But, Fly, et Alinéa) concurrencent Conforama dans l'ameublement ; les hypermarchés (Carrefour) dans les produits blancs et bruns ; les enseignes de bricolage (Castorama) dans la décoration. En revanche, peu d'acteurs occupent un positionnement global comme Conforama. A fin 2002, Conforama détenait en France 16,2 % de part de marché dans l'ameublement (source : IPEA) et 7,1 % dans l'électroménager (source : GFK).

### Faits marquants 2002

- Renforcement des positions de Conforama en Europe avec les ouvertures d'un 17<sup>e</sup> magasin Emmezeta en Italie (Cosenza), d'un 4<sup>e</sup> magasin au Portugal (Gaia près de Porto) et d'un 3<sup>e</sup> (Katowice) en Pologne.
- Poursuite de l'extension du réseau en France avec deux ouvertures à Pamiers en Ariège et à Saint-Dié dans les Vosges, des agrandissements à Lorient et Rennes et des actualisations à Dreux, Villeneuve-Saint-Georges et Nantes (Rézé).
- Intégration au sein de Conforama des services après-vente de 40 magasins Fnac de province, de La Redoute et de La Maison de Valérie.

### Stratégie et perspectives

Face à un environnement concurrentiel agressif, Conforama a élaboré une vision stratégique à cinq ans destinée à construire le Conforama de demain. L'objectif est d'adapter le concept gagnant de l'enseigne aux changements actuels avec un axe prioritaire, le client, tout en capitalisant sur les fondamentaux du concept ("discount", multistyle, proximité avec le client, magasins accueillants, services basiques). Trois priorités commerciales sont fixées pour 2003 :

#### Rendre les magasins incontournables pour les clients

L'évolution vers des magasins encore plus chaleureux, plus étonnants et plus commerçants passera par l'harmonisation des PLV (promotions sur les lieux de vente), des ILV (informations sur les lieux de vente) et l'élaboration de mises en scène plus percutantes.

#### Moderniser son image

Tout en conservant son identité de "discount", Conforama aura acquis une image plus qualitative, une image de bien-être à fin 2003. Cette transformation s'accompagnera de la mise en place de la nouvelle identité visuelle dans tous les médias (y compris les magasins), d'éditions plus modernes et de la distribution

### LE SUCCES DE L'ANNEE

Conforama France a lancé, à l'occasion de l'anniversaire de ses 35 ans, une campagne commerciale baptisée : "35<sup>e</sup> victoires" du 16 août au 16 octobre 2002. Pour la première fois, une même campagne regroupait trois périodes (prérentrée, rentrée et anniversaire) en une seule et proposait des opérations promotionnelles quotidiennes sur une durée de deux mois. Cette opération de promotion s'accompagnait de challenges internes de motivation concernant tant les magasins que les dépôts.

en France d'un grand catalogue mettant en valeur le bien-être et les bas prix.

#### Améliorer l'assortiment et le sourcing

L'enjeu est double : baisser fortement les prix d'achat et être encore plus à l'écoute du client. La réalisation de ces deux axes prioritaires passe par l'optimisation de l'organisation des achats, la mise en place de stratégies d'assortiments cohérentes au sein de chaque pays et la réduction des assortiments en fonction de la taille de chaque magasin.

En 2003, Conforama consolidera ses positions géographiques en Europe (hors France) avec 7 ouvertures de magasins dont 2 en Croatie, 2 en Espagne, 1 en Italie, 1 au Portugal et 1 en Suisse. A plus long terme, tous les magasins d'aujourd'hui auront adopté le nouveau concept.

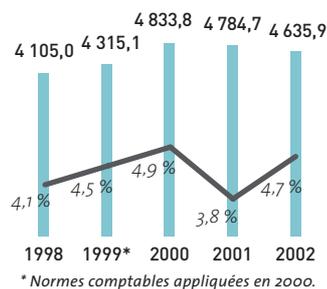
#### Parc de magasins en propre et surface de vente

	2001	2002
France	135	137
Italie	16	17
Espagne	11	9
Suisse	8	8
Portugal	3	4
Pologne	2	3
Luxembourg	1	1
Croatie	1	1
Taiwan	1	1
<b>Total</b>	<b>178</b>	<b>181</b>
Surface de vente en France (m²)	453 198	458 524
Surface de vente à l'international (m²)	244 924	256 054

## REDCATS

“2002 a été l’année de la consolidation de nos positions et de l’élaboration de notre plan stratégique.

2003 inscrira nos marques dans une dynamique de conquête commerciale.” **Thierry Falque-Pierrotin,**  
Président du Directoire de Redcats.



**Evolution du chiffre d'affaires**  
(en millions d'euros)  
**et de la rentabilité d'exploitation**  
(en % du chiffre d'affaires)

**19 133**  
COLLABORATEURS  
(EFFECTIF MOYEN)

**19** CATALOGUES DIFFUSES  
DANS **18** PAYS

**85** MILLIONS  
DE COLIS DISTRIBUES PAR AN

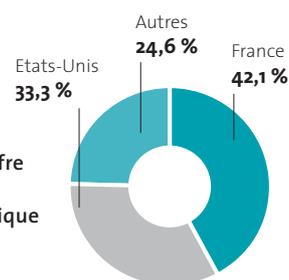
**150** MILLIONS  
D'APPELS ANNUELS

**42**  
SITES MARCHANDS

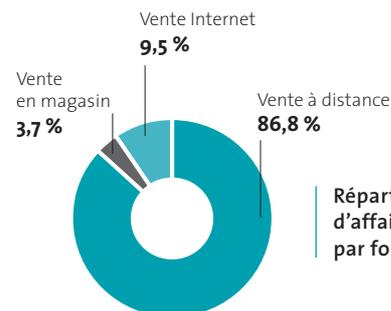
**26,7 %**  
DE PART DE MARCHÉ 2002  
ESTIMÉE DANS LA VENTE  
A DISTANCE EN FRANCE CONTRE

**26,3 %** EN 2001  
(SOURCE : COE/FEVAD)

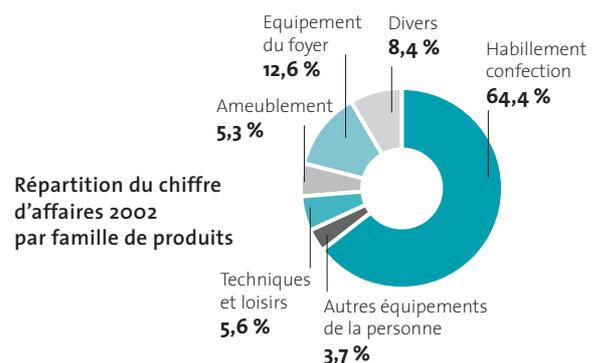
Répartition du chiffre d'affaires 2002 par zone géographique



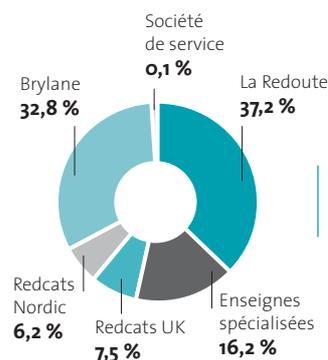
N°3 mondial de la vente à distance et présent dans 18 pays, Redcats déploie une stratégie de distribution multicanaux associant catalogues, commerce électronique et magasins. Redcats dispose d'un portefeuille de marques multispecialistes à forte notoriété, puissantes dans leur pays d'origine et capables de se développer à l'étranger, et de marques spécialisées, à fort potentiel de croissance, sur une catégorie de produits ou de cibles clients bien définis.



Répartition du chiffre d'affaires 2002 par format de vente



Répartition du chiffre d'affaires 2002 par famille de produits



Répartition du chiffre d'affaires 2002 par enseigne

## Environnement concurrentiel et positionnement

Dans un environnement marqué par le passage à l'euro et le ralentissement de l'économie américaine, Redcats a enregistré une forte progression de ses parts de marché en France et en Scandinavie et une stabilité globale dans les autres pays. Les marques multispécialistes comme La Redoute et Ellos ainsi que les marques spécialisées comme VertBaudet, Somewhere, Josefssons, Brylane Home et Brylane Kitchen ont progressé de façon significative. D'autres (Lerner, Lane Bryant et Chadwick's aux Etats-Unis, Empire au Royaume-Uni, La Maison de Valérie et Cyrillus en France) ont engagé un travail important de repositionnement afin d'améliorer leurs perspectives de développement dans les années à venir. La principale évolution concurrentielle concerne le développement de l'e-commerce et celui rapide des "pure players" de dimension internationale. Cette évolution représente une opportunité majeure par son impact sensible sur la croissance du marché du "home shopping" et sur son ouverture à de nouvelles cibles de clients. Parallèlement, elle nécessite la modernisation et la recherche d'une efficacité accrue des sociétés de vente à distance.

### Faits marquants 2002

- Elaboration du plan stratégique, autour de six orientations :
  - management du portefeuille de marques,
  - renforcement du ciblage clients,
  - amélioration de la satisfaction clients,
  - développement de l'approche multicanaux,
  - développement de nouvelles catégories de produits,
  - accélération du développement à l'international, en particulier au Royaume-Uni et aux Etats-Unis.
- Relance des marques enseignes multispécialistes (La Redoute et Ellos) et poursuite du développement rapide de certaines marques spécialisées.
- Formalisation des modes de fonctionnement et des processus vers plus de massification, de mutualisation et d'échanges de savoir-faire pour apporter un meilleur service aux marques et aux clients.
- Retour à une rentabilité satisfaisante avec une forte progression de l'ensemble des ratios de performance.

### LE SUCCES DE L'ANNEE

Le succès de l'e-commerce s'est confirmé en 2002 avec 9,5 % des ventes totales réalisées sur Internet, soit 441,8 millions d'euros. Ce succès s'appuie sur une gestion multicanaux, un savoir-faire traditionnel dans la gestion commerciale à distance de la "relation client" et une infrastructure logistique pour la distribution physique des colis à prix compétitifs. Aujourd'hui, Redcats dispose de 42 sites. Certaines de ses marques réalisent déjà plus de 22 % de leur chiffre d'affaires par ce canal.

### Stratégie et perspectives

Redcats entend développer une forte ambition de conquête commerciale à partir des marques et des pays où l'enseigne est aujourd'hui implantée. Les orientations stratégiques arrêtées début 2002 serviront à supporter et encadrer les différentes initiatives. Les ressources nécessaires seront dégagées par la mise en œuvre d'actions de modernisation et de mutualisation arrêtées à l'échelon de l'enseigne. Le renforcement des équipes et l'approfondissement de la formation ont été engagés pour soutenir cette dynamique.

Trois objectifs majeurs ont été fixés pour 2003 :

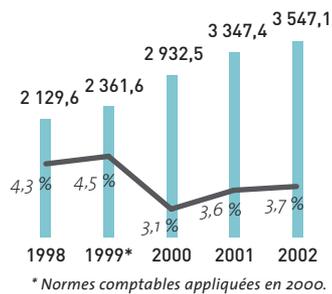
**Augmenter la différenciation des marques et des produits.** Il s'agit, d'une part, d'avoir un positionnement précis des marques produits avec une véritable différenciation et un ciblage affiné. D'autre part, pour les marques enseignes, il faut renforcer la proximité de la marque et du client, notamment par des relations marketing plus ciblées, une qualité de service améliorée (prise de commande, paiement à distance, livraison) et une adéquation plus forte entre proposition produit et attente client.

**Densifier les programmes de qualité de service** par le renforcement des instruments de mesure et faire évoluer les modes de fonctionnement pour améliorer le professionnalisme de chacun des points de contact avec nos clients.

**Jouer la carte du dynamisme** par la mise en place de nouveaux catalogues et de nouvelles lignes de produits.

## FNAC

“La mission de la Fnac est de faciliter l'accès de chacun à toutes les cultures et aux technologies qui favorisent leur diffusion.” **Jean-Paul Giraud, Président-directeur général de la Fnac.**



**Evolution du chiffre d'affaires**  
(en millions d'euros)  
**et de la rentabilité d'exploitation**  
(en % du chiffre d'affaires)

**14 914**  
COLLABORATEURS  
(EFFECTIF MOYEN)

**15** MILLIONS  
DE CLIENTS

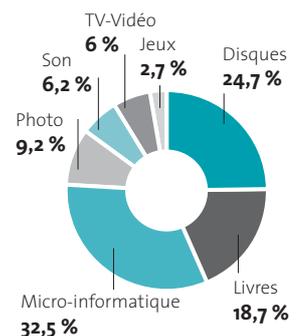
**10** MILLIONS  
DE BILLETS DE SPECTACLES  
VENDUS EN 2002  
(FRANCE, BELGIQUE ET SUISSE)

PLUS DE **1** MILLION DE  
RÉFÉRENCES EN MAGASINS  
OU SUR LES SITES INTERNET  
DU GROUPE

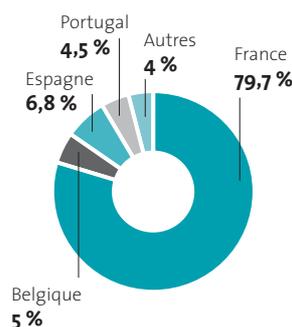
**15 000**  
MANIFESTATIONS CULTURELLES  
ORGANISÉES DANS LES MAGASINS  
EN 2002

Active dans huit pays, la Fnac est le leader de la distribution de produits culturels et de loisirs en France, en Belgique, en Espagne et au Portugal. Elle est la seule à proposer l'ensemble de ces produits dans un magasin unique, avec un assortiment inégalé. Au-delà de son activité de distributeur, la Fnac joue également un rôle de prescripteur et d'acteur culturel sur chacun de ses marchés. En 2002, elle a engagé des actions pour défendre la diversité musicale et les labels indépendants, mobiliser à nouveau l'opinion et la profession pour la baisse de la TVA sur le disque et faciliter, par des opérations spectaculaires de promotion, l'accès du plus grand nombre aux nouvelles technologies (DVD, photo numérique, home cinéma...). Ces actions sont poursuivies et amplifiées en 2003.

**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par famille de produits**



**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par zone géographique**



## Environnement concurrentiel et positionnement

Face à la concurrence des hypermarchés (Carrefour, Auchan, Leclerc...) et des magasins spécialisés (Virgin, Darty, Boulanger...), la Fnac confirme ses positions de leader en France sur ses différentes catégories de produits. En France, elle détient une part de marché de 15,6 % dans les livres, de 23,7 % dans les disques et de 11,5 % dans les produits techniques (source : GFK et organismes professionnels).

## Faits marquants 2002

- Poursuite du développement de la Fnac avec l'ouverture de 4 magasins en France (Brest, Toulouse-Labège, Amiens et Fnac Digitale à Paris) et de 5 magasins à l'international (2 en Italie, 1 au Brésil, 1 au Portugal et 1 en Suisse).
- Déploiement de Surcouf hors de Paris (Strasbourg et Belle-Epine en banlieue parisienne).
- Ouverture de 3 Fnac Junior (Dijon, Grenoble et Belle-Epine).
- Lancement de la carte adhérent Fnac 1 an, notamment pour favoriser l'accès des jeunes aux avantages que procure l'adhésion.
- Mise en œuvre d'une nouvelle chaîne de traitement du service après-vente pour la micro-informatique.

## Stratégie et perspectives

La stratégie de croissance de la Fnac s'articule autour de quatre axes :

### Renforcer la présence de la Fnac en France dans les grandes villes et les villes moyennes

L'enseigne entend poursuivre les gains de parts de marché en France par une densification des magasins dans les grandes villes, par la poursuite des implantations dans les villes moyennes et par l'extension de certaines surfaces existantes. Trois ouvertures de magasins sont prévues en 2003 (Chartres, Evry 2 et Grenoble).

### Développer le concept "clic et magasin"

Fnac.com est l'illustration la plus large en France du concept "clic et magasin", qui s'appuie sur la complémentarité entre le commerce physique et l'activité en ligne. L'enseigne dispose de sites Internet marchands en France, en Espagne, au Portugal et au Brésil. Les activités Internet (fnac.com, surcouf.com et eveiletjeux.com), en croissance de 81,4 % par rapport à 2001, ont représenté 2,1 % du chiffre d'affaires total de l'enseigne.

### Pérenniser le succès du concept à l'international dans les pays existants

La Fnac accentue son développement dans les pays où

## LE SUCCES DE L'ANNEE

Le 14 novembre 2002, la Fnac a inauguré un nouveau magasin au cœur du quartier Latin, à Paris : Fnac Digitale. Ce nouveau concept incarne l'ambition de l'enseigne : mettre à la portée du grand public toutes les nouvelles technologies, dans le domaine de la micro-informatique, de l'image et du son. L'aménagement du magasin est innovant, présentant pour la première fois des produits connectés entre eux dans des espaces de démonstration et de prise en main, les "carrousels de techno-convergence".

elle est déjà fortement implantée. En 2002, elle a réalisé 23 % de son chiffre d'affaires magasins à l'international avec 32 magasins hors de France répartis dans 7 pays (Belgique, Espagne, Portugal, Italie, Suisse, Brésil et Taïwan). L'internationalisation se poursuit en 2003 avec 6 ouvertures programmées au Portugal, en Espagne, en Suisse, en Italie et au Brésil. Avec un réseau de 45 magasins d'ici à 2005, la Fnac ambitionne de réaliser environ 30 % de son chiffre d'affaires magasins hors de France.

### Poursuivre le développement des enseignes spécialisées

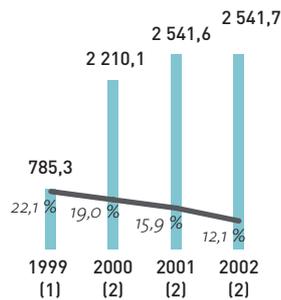
Avec 23 magasins, Fnac Junior s'impose grâce à une offre originale de produits qui répond aux attentes d'une clientèle ciblée : les enfants. Fnac Junior prévoit d'ouvrir 5 magasins en 2003. Surcouf développe un programme d'expansion nationale et comptera 3 magasins supplémentaires (2 en province et 1 à Paris) d'ici à fin 2004.

### Parc de magasins en propre et surface de vente

	2001	2002
France	60	64
Belgique	6	6
Espagne	8	8
Portugal	5	6
Brésil	2	3
Taiwan	2	2
Italie	2	4
Suisse	2	3
<b>Total</b>	<b>87</b>	<b>96</b>
Surface de vente (m <sup>2</sup> )	199 809	219 162
Paris + région parisienne	56 677	60 581
Province	80 594	86 448
International	62 538	72 133
<b>Fnac Service</b>	<b>156</b>	<b>146</b>
<b>Fnac Junior</b>	<b>20</b>	<b>23</b>

# GUCCI GROUP

“Dans un contexte difficile en 2002, nous avons poursuivi notre stratégie visant à maintenir la rentabilité exceptionnelle de Gucci, par un strict contrôle des coûts et la gestion rigoureuse des stocks, et à faire croître chacune de nos marques les plus récentes par le développement des produits, l’investissement dans la communication et la création d’un véritable réseau de distribution mondial.” **Domenico De Sole, Président-directeur général de Gucci Group.**



**Evolution du chiffre d'affaires**  
(en millions d'euros)  
**et de la rentabilité d'exploitation**  
(en % du chiffre d'affaires)

(1) Du 1<sup>er</sup> février au 31 octobre 1999.  
(2) Du 1<sup>er</sup> novembre au 31 octobre.

**10 459**  
COLLABORATEURS  
(EFFECTIF MOYEN)

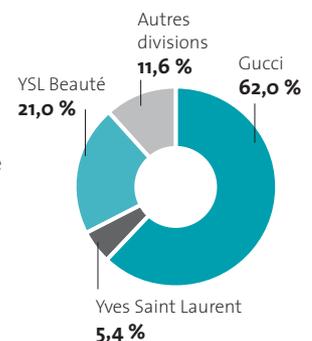
**336**  
MAGASINS GERES EN PROPRE,  
DONT **173** GUCCI ET  
**46** YVES SAINT LAURENT

Gucci Group est l’un des premiers groupes de luxe multi-marques au monde. Au travers de ses marques Gucci, Yves Saint Laurent, Sergio Rossi, Boucheron, Bottega Veneta, BÉDAT & C°, Alexander McQueen, Stella McCartney et Balenciaga, le groupe conçoit, fabrique et distribue des produits de luxe de très haute qualité. Son offre comprend le prêt-à-porter, les sacs à main, les bagages, la maroquinerie, les chaussures, les montres, la bijouterie, les cravates et foulards, les lunettes, les parfums et les produits de soins cosmétiques et de soins de la peau. Gucci Group commercialise ses produits dans son réseau de magasins gérés en propre à travers le monde, dans des magasins franchisés et des boutiques “duty free”, des grands magasins et des magasins spécialisés.

## Environnement concurrentiel et positionnement

Gucci Group est concurrencé sur l’ensemble des lignes de produits et des marchés où il est présent. Ses concurrents sont des groupes internationaux de l’industrie du luxe tels Armani, Bulgari, Cartier, Chanel, Ferragamo, Hermès, Louis Vuitton, Prada, ainsi qu’un grand nombre d’acteurs du marché, à la fois internationaux et régionaux, actifs sur l’ensemble ou une partie des catégories de produits proposés par Gucci Group.

**Répartition du chiffre d'affaires 2002\***  
par marque



\* Du 1<sup>er</sup> novembre 2001 au 31 octobre 2002.

## Objectifs et stratégie

Le principal objectif de Gucci Group est la création de valeur pour l'actionnaire par la croissance du chiffre d'affaires, des résultats, du cash-flow et de la rentabilité des fonds propres. Aujourd'hui et à court terme, Gucci Group se concentre sur l'intégration, le développement et l'optimisation de la valeur des marques récemment acquises. Il s'agit essentiellement de développer des nouveaux produits et de lancer des campagnes publicitaires pour chaque marque, ainsi que d'augmenter significativement et d'améliorer la qualité de la distribution à travers des nouveaux magasins gérés en propre et des points de vente dans les grands magasins et magasins spécialisés les plus renommés.

A moyen terme, Gucci Group pourrait réaliser d'autres acquisitions, à la condition expresse que la marque apporte de la valeur ajoutée à Gucci Group et que le prix d'acquisition soit particulièrement attrayant. Chez Gucci Group, la bonne gestion d'une marque de produits de luxe s'appuie sur :

- une marque puissante, construite autour d'une forte créativité, de produits de grande qualité et d'une communication dynamique ;
- une distribution maîtrisée, le plus souvent dans le cadre de magasins gérés en propre ;
- une fabrication et/ou un approvisionnement efficaces ;
- une équipe de direction compétente et déterminée.

## Différenciation des marques et des produits

Gucci Group dispose de certaines des marques les plus illustres de l'industrie du luxe, et de celles susceptibles de se transformer en marques mondiales. La qualité exceptionnelle des produits et de l'image permet à chacune des marques de se situer dans le segment haut de gamme du marché du luxe. Gucci Group

apporte son soutien à chaque marque par le biais d'une communication importante, dont la publicité, l'agencement des boutiques et points de vente, ainsi que les événements particuliers. La couverture éditoriale importante renforce la présence des marques sur le marché.

## Distribution

Gucci Group confie la distribution de ses produits à des magasins gérés en propre et à un certain nombre de distributeurs (magasins franchisés, boutiques "duty free", grands magasins et magasins spécialisés). Cette politique permet de commercialiser les produits de Gucci Group dans un environnement et à des prix appropriés pour des marques de luxe.

## Fabrication et approvisionnement

Gucci Group développe ses propres prototypes pour l'ensemble des nouveaux produits et exerce un contrôle rigoureux sur la fabrication, soit en produisant lui-même la marchandise soit en confiant la sous-traitance à des tiers, dont le travail fait l'objet d'un contrôle qualité strict et continu. Cette structure permet d'assurer une excellente qualité des produits, tout en permettant à Gucci Group de maintenir une structure de coûts flexible. Les franchisés collaborent aussi étroitement avec le groupe et adhèrent à des normes strictes en matière de conception, de fabrication et de distribution.

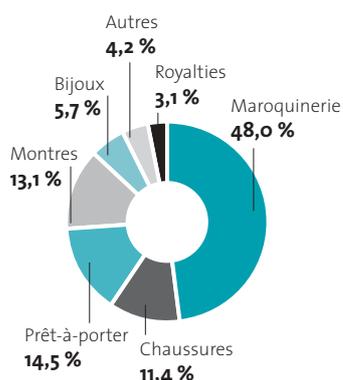
## Equipe de direction

Gucci Group s'efforce de préserver une culture entrepreneuriale afin d'attirer les meilleurs talents managériaux et de répondre de façon rapide et flexible aux tendances du marché.

Magasins gérés en propre	31 octobre 2000	31 octobre 2001	31 octobre 2002
Gucci	141	157	173
Yves Saint Laurent	22	41	46
Autres	33	80	117
<b>Total</b>	<b>196</b>	<b>278</b>	<b>336</b>

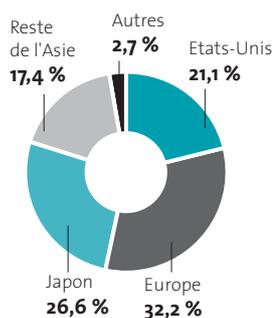
# CAPITAL MARQUES

## GUCCI DIVISION



Répartition du chiffre d'affaires 2002\* de la division Gucci par famille de produits

**Gucci fabrique et distribue des produits de maroquinerie (sacs à main, petite maroquinerie, bagages), du prêt-à-porter, des chaussures, des cravates et foulards ainsi que des bijoux.** Les produits sont fabriqués presque exclusivement en Italie et distribués principalement par les magasins gérés en propre ainsi qu'à travers des canaux de distribution sélectionnés dont les magasins franchisés monomarque, les distributeurs d'articles de voyage haut de gamme, les grands magasins de luxe et les magasins spécialisés à travers le monde. Les distributeurs sous licence Gucci fabriquent et distribuent des lunettes, des parfums et, sur certains marchés, le prêt-à-porter masculin.



Répartition du chiffre d'affaires 2002\* de la division Gucci par zone géographique

En raison de la morosité des consommateurs aux Etats-Unis et en Europe et de la baisse du taux de fréquentation des touristes japonais et américains, Gucci a été confronté à un environnement particulièrement difficile aux Etats-Unis et en Europe. Toutefois, la progression du chiffre d'affaires réalisé avec la clientèle locale au Japon et dans le reste de l'Asie a atténué l'impact défavorable de la fragilité de l'économie mondiale et de la faible activité liée au tourisme.

\* Du 1<sup>er</sup> novembre 2001 au 31 octobre 2002.

**Pendant cette période, la division Gucci a privilégié la rentabilité.**

L'activité a dégagé une marge brute particulièrement élevée à 71,2 % car le groupe a été très vigilant en ce qui concerne les achats de produits afin d'éviter des démarques excessives. Le groupe a également réduit les coûts opérationnels en appliquant un contrôle rigoureux des dépenses et en réduisant, lorsque cela s'est avéré nécessaire, les frais de personnel et autres charges fixes. L'effet conjugué d'une marge brute importante, d'une baisse des coûts de distribution et des frais généraux et administratifs, a permis à Gucci de réaliser une marge d'exploitation avant amortissement des survaleurs et des marques proche de 29 % sur douze mois au 31 octobre 2002.

Par ailleurs, Gucci a négocié des réductions importantes de prix avec un grand nombre de fournisseurs et a poursuivi l'analyse des frais généraux et administratifs afin de réduire les dépenses dans les saisons à venir.

**Gucci a engagé des initiatives importantes afin de renforcer sa position dans l'industrie du luxe.**

La division a ouvert des magasins importants sur l'avenue Montaigne à Paris et sur Madison Avenue à New York en septembre et a acquis un site afin d'agrandir la boutique de Bond Street à Londres (ouverture au premier semestre 2003). Après une réouverture partielle du magasin de la via Montenapoleone à Milan à la suite d'importants travaux de rénovation, Gucci a ouvert ce nouveau magasin phare doté d'une surface de vente de 2 044 m<sup>2</sup>, soit le plus grand des 173 points de vente de la marque.

Gucci a poursuivi le développement de ses collections de produits exclusifs dont une série limitée de sacs à main, du prêt-à-porter sur mesure et du prêt-à-porter sur commande, des sacs à main et des chaussures. Ces lignes valorisent l'image de la marque et aident ainsi à assurer sa croissance dans les saisons à venir. La division a également élargi de manière importante la collection de bijoux de Gucci, agrandi les espaces dédiés à la bijouterie dans les magasins phares et ouvert un espace de vente de bijoux à Rome.

**Gucci Group est convaincu que Gucci maintiendra sa position de leader dans l'industrie du luxe et continuera à croître dans les saisons à venir.**

La maîtrise stricte et continue des coûts permettra à Gucci de conserver une rentabilité d'exploitation parmi les plus élevées de l'industrie du luxe.

## YVES SAINT LAURENT

**Les principaux produits Yves Saint Laurent sont le prêt-à-porter féminin et masculin, la maroquinerie et les chaussures vendus sous le label Rive Gauche.** Le circuit de distribution Yves Saint Laurent repose sur des magasins gérés en propre et des magasins franchisés à travers le monde, ainsi que des points de vente dans certains grands magasins et magasins spécialisés. Yves Saint Laurent accorde des licences de fabrication et de distribution de certains produits dont l'habillement pour hommes, les accessoires et les lunettes.

Yves Saint Laurent a enregistré une progression du chiffre d'affaires de 51,8 %, alimentée par un doublement des ventes de détail et une hausse de 47 % des ventes dans la distribution. Le chiffre d'affaires de la maroquinerie a triplé, atteignant ainsi 17 % du chiffre d'affaires total.

**Cette croissance traduit la capacité de Gucci Group à faire de Yves Saint Laurent un acteur de premier plan dans l'industrie du luxe,** avec une part de marché importante dans le prêt-à-porter, la maroquinerie et les accessoires. La dynamique du prêt-à-porter est illustrée par les prix décernés à Tom Ford pour son travail chez Yves Saint Laurent et la couverture médiatique grandissante de la marque depuis deux ans. Le succès spectaculaire du sac à main *Mombasa* et le lancement récent de nouvelles lignes telles *Marquise* et *Colonial* traduisent l'émergence de Yves Saint Laurent en tant qu'acteur majeur de la maroquinerie.

En 2002, Yves Saint Laurent a lancé deux lignes de produits importantes : les montres et les lunettes. La première montre Yves Saint Laurent, un modèle distinctif et élégant, a été présentée à des distributeurs ciblés durant l'été 2002 en France et aux Etats-Unis. Elle est commercialisée depuis le mois de novembre par des horlogers sélectionnés dans ces deux pays dans le réseau de magasins gérés en propre.

La commercialisation des lunettes Yves Saint Laurent, fabriquées et distribuées sous licence par Safilo, a démarré au printemps 2002, et ce produit contribue d'ores et déjà de manière significative aux revenus des royalties.

**Yves Saint Laurent a poursuivi le rythme soutenu du développement de son réseau.** Le nombre de magasins gérés en propre a été porté à 46 au 31 octobre 2002, par rapport à 41 l'année précédente. Parmi les ouvertures importantes figurent celles de via Montenapoleone à Milan et de Canton Road à Hong Kong. En 2003, Yves Saint Laurent devrait ouvrir des magasins importants rue du Faubourg Saint-Honoré à Paris, sur Rodeo Drive à Los Angeles, sur Bond Street à Londres et sur 57th Street à New York. Le nombre de magasins en propre de la marque devrait s'établir à environ 58 à fin 2003.

Les principaux distributeurs spécialisés américains et européens sont convaincus du potentiel de Yves Saint Laurent et adhèrent au concept d'espace en format "dur" à trois cloisons dans leurs surfaces de vente dédiées aux accessoires de luxe. Il s'agit des surfaces de vente les plus rentables dans les grands magasins et les magasins spécialisés. A la fin de l'année 2002, Yves Saint Laurent exploitait environ 30 "shop in shop" (espaces à format "dur") dont le nombre devrait être porté à environ 50 à fin 2003.

Compte tenu de l'évolution récente du chiffre d'affaires, de la poursuite des investissements importants dans la marque et du développement rapide du réseau de distribution, Gucci Group estime qu'Yves Saint Laurent enregistrera une croissance importante à deux chiffres dans les saisons à venir et sera rentable à moyen terme.

## YSL BEAUTE

**YSL Beauté fabrique et distribue des parfums et produits cosmétiques Yves Saint Laurent, des produits de toilette Roger & Gallet, ainsi que des parfums et produits cosmétiques sous les licences Oscar de la Renta, Van Cleef & Arpels et Fendi.** YSL Beauté est entièrement intégré, avec des sites de production en France et 15 affiliés de distribution. YSL Beauté distribue ses produits dans des grands magasins et des magasins spécialisés ainsi que des boutiques "duty free". La marque fait appel à des agents pour la distribution sur les marchés non couverts par ses affiliés.

Les résultats de YSL Beauté ont été soutenus principalement par le développement des parfums et produits cosmétiques Yves Saint Laurent qui ont enregistré une croissance de 5 % du chiffre d'affaires sur douze mois au 31 octobre 2002.

**Opium, qui reste depuis son lancement il y a 25 ans l'un des parfums les plus vendus au monde,** a enregistré une remarquable progression de son chiffre d'affaires, indiquant ainsi que la relance de la ligne a permis d'atteindre une nouvelle génération de clients. Le chiffre d'affaires des autres principales lignes de parfums, *Paris* et *Kouros*, progresse également en 2002. Les ventes des produits cosmétiques ont été particulièrement élevées, dopées par le lancement de *Ligne Intense* et les améliorations dans la distribution.

En juillet, YSL Beauté a lancé *M7*, le nouveau parfum Yves Saint Laurent pour hommes. Le chiffre d'affaires en fin d'année a été excellent, dépassant les prévisions et cela s'est traduit par des commandes supplémentaires des distributeurs avant Noël.

En ce qui concerne les marques sous licence, **YSL Beauté a lancé avec succès *Intrusion* par Oscar de la Renta et *Murmure* par Van Cleef & Arpels.** YSL Beauté poursuit également le développement de nouveaux parfums pour Stella McCartney, Alexander McQueen et Ermenegildo Zegna, dont les lancements interviendront en 2003. YSL Beauté a repris la distribution mondiale des parfums Boucheron en février 2003.

YSL Beauté a apporté des améliorations supplémentaires à la distribution, grâce à de meilleurs emplacements dans les grands magasins et à l'installation de nouveaux comptoirs reflétant l'image rajeunie d'Yves Saint Laurent. YSL Beauté a poursuivi son processus de sélectivité accrue de la distribution de ses produits, en réduisant le nombre de points de vente mondiaux à un niveau désormais optimal d'environ 15 000. Elle achève ainsi la réorganisation du réseau de distribution engagée il y a trois ans.

Le rajeunissement de la marque Yves Saint Laurent aura un impact favorable sur la croissance du chiffre d'affaires des parfums et produits cosmétiques de la marque, dans les années à venir. Le lancement des parfums Stella McCartney, Alexander McQueen et Ermenegildo Zegna offre des opportunités de croissance à YSL Beauté. Gucci Group attend également une amélioration progressive de la rentabilité grâce à la poursuite du contrôle rigoureux des coûts et à l'impact favorable de la progression du chiffre d'affaires sur l'exploitation.

## AUTRES MARQUES

### Sergio Rossi

**Sergio Rossi est un créateur italien de premier plan, fabricant et distributeur de chaussures de luxe pour femmes.** Outre les chaussures pour femmes, Sergio Rossi produit et distribue des sacs à main ainsi que des chaussures pour hommes. La distribution de Sergio Rossi est assurée par des magasins gérés en propre, des franchisés et des points de vente dans certains grands magasins et magasins spécialisés.

Sergio Rossi a enregistré une vigoureuse progression de son chiffre d'affaires grâce à ses collections printemps/été et automne/hiver 2002. La société a ouvert des magasins importants sur la base d'un nouveau concept, à Londres (Bond Street), New York (Madison Avenue), Beverly Hills (Rodeo Drive) et Ala Moana à Hawaii en 2002, portant ainsi le nombre de magasins gérés en propre à près de 40 à fin 2002. Par ailleurs, Sergio Rossi a poursuivi la construction d'un nouveau site de production ultramoderne en Italie dont l'inauguration est prévue pour le printemps 2003.

### Boucheron

**Boucheron fabrique des bijoux (haute joaillerie et joaillerie), des montres de prestige et des parfums.** Boucheron distribue ses bijoux exclusivement dans ses magasins gérés en propre, dont le magasin phare de la place Vendôme à Paris. Ses montres sont vendues dans des boutiques gérées en propre et dans des grands magasins et boutiques spécialisées sélectionnés. Il distribue ses parfums et produits de beauté à travers un réseau d'affiliés aux Etats-Unis et en France, et des agents sur les autres marchés.

En 2002, Boucheron a lancé la première collection de joaillerie *Dangerous Beauty*, de son nouveau directeur créatif, qui a été commercialisée dans les boutiques début novembre. Boucheron a également réussi son internationalisation et sa distribution, grâce à l'ouverture de boutiques phares dans le quartier de Ginza à Tokyo, Londres (Bond Street) et Milan (via Montena-poleone) au second semestre 2002. En 2003, Boucheron

ouvrira des boutiques sur la 5<sup>e</sup> Avenue à New York et rue du Faubourg Saint-Honoré à Paris, renforçant significativement sa présence dans les sites les plus prestigieux pour la haute joaillerie. La société lancera également une nouvelle ligne de montres et augmentera sa collection de haute joaillerie.

### Bottega Veneta

**Bottega Veneta est un créateur italien de premier plan, fabricant et distributeur de produits de maroquinerie de luxe, de chaussures et de prêt-à-porter.** Les principales lignes de produits de Bottega Veneta comprennent les sacs à main et les sacs de voyage pour femmes, dont les sacs tressés qui sont les plus connus.

Bottega Veneta a plus que doublé son chiffre d'affaires sur douze mois au 31 octobre 2002. A la suite du lancement réussi de ses lignes printemps/été, la société a présenté sa collection automne/hiver 2002 qui a été très bien accueillie et qui compte notamment des sacs à main classiques et élégants, des accessoires de maroquinerie, ainsi que des chaussures et articles sélectionnés de cuir et de la maille dans le prêt-à-porter masculin et féminin.

Bottega Veneta a ouvert des magasins importants à Paris (rue du Faubourg Saint-Honoré) et à Londres (Sloane Street) en juillet 2002 ainsi que son magasin phare à Milan (via Montena-poleone) en septembre 2002. La société enregistre d'excellents résultats dans ses nouveaux magasins européens et au Japon où l'élégance et la grande qualité de fabrication de ses produits ont séduit à la fois la clientèle historique et une clientèle plus jeune et sophistiquée.

### BÉDAT & C°

BÉDAT & C°, confronté au ralentissement mondial du marché des montres de prestige en 2002, a privilégié le développement de sa distribution en Italie, au Japon et à Hong Kong et a bénéficié de l'excellent accueil réservé à ses produits de haute qualité.

## MARQUES EMERGENTES

### **Les marques émergentes de Gucci Group comprennent Stella McCartney, Alexander McQueen et Balenciaga.**

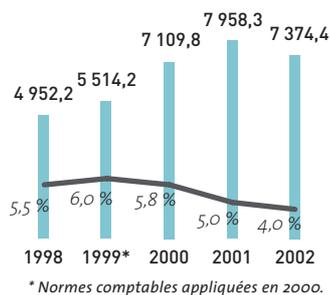
De taille réduite par rapport aux autres marques du groupe, ces marques commercialisent principalement des accessoires et du prêt-à-porter féminin par le biais de grands magasins sélectionnés et de boutiques spécialisées.

Chaque marque a bénéficié d'une importante demande de la part des consommateurs pour les collections printemps/été et automne/hiver 2002. Stella McCartney a ouvert un magasin de 400 mètres carrés sur 14th Street à Manhattan. La société ouvrira des boutiques importantes près de Bond Street à Londres et à Beverly Hills à Los Angeles en 2003. Alexander McQueen, qui a également ouvert un magasin de 400 mètres carrés à Manhattan à New York, ouvrira, au printemps 2003, des magasins importants à Bond Street à Londres et près de via Montenapoleone à Milan. Balenciaga a procédé à une rénovation complète de son magasin phare avenue George V à Paris et ouvrira son deuxième magasin en propre en 2003, dans le quartier de Chelsea à New York.

## REXEL

“La dynamisation des forces commerciales et l’adaptation des structures de coûts constituent nos leviers de croissance afin de renouer avec une tendance à la hausse de nos profits et de conforter notre leadership mondial.”

**Jean-Charles Pauze, Président-directeur général de Rexel.**



**Evolution du chiffre d'affaires**  
(en millions d'euros)  
**et de la rentabilité d'exploitation**  
(en % du chiffre d'affaires)

**23 772**  
COLLABORATEURS  
(EFFECTIF MOYEN)

**2 MILLIONS DE m<sup>2</sup>**  
DE SURFACE COMMERCIALE

**220 000 m<sup>2</sup>**  
DE SURFACE LOGISTIQUE

**4 700** PERSONNES  
FORMEES EN 2002  
EN **712** SESSIONS

UNE PRESENCE  
DANS **32** PAYS

**74 %** DU  
CHIFFRE D'AFFAIRES  
A L'INTERNATIONAL

PLUS D'**1,2** MILLION  
DE REFERENCES  
COMMERCIALISEES

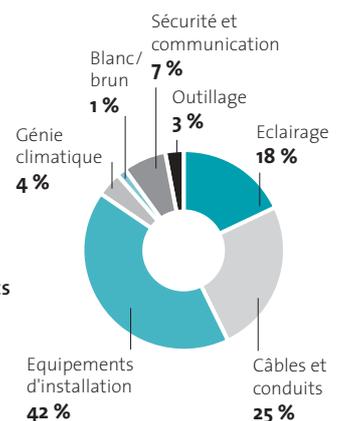
**100 000** NOUVELLES  
REFERENCES PAR AN

Rexel est le leader mondial de la distribution de matériel électrique. Au cœur des relations entre fabricants et professionnels de la construction et de l'industrie, Rexel propose à ses clients une offre commerciale segmentée construite autour de marques reconnues, de solutions et de savoir-faire techniques.

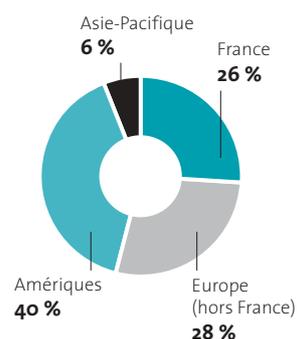
### Environnement et positionnement

Avec une part de marché mondiale de 7 %, Rexel est le leader sur le marché distribué où il est présent, estimé à 100 milliards d'euros (source : estimations société). La forte fragmentation du marché, l'évolution technologique de l'équipement électrique et la consommation croissante tant des pays matures que des pays à fort potentiel (Asie, Europe de l'Est et Amérique latine) offrent à Rexel des opportunités de développement importantes,

**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par famille de produits**



**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par zone géographique**



au-delà d'une conjoncture difficile. Seul acteur à être présent sur les quatre continents, Rexel bénéficie de sa position de "pure player" et d'une remarquable couverture géographique avec plus de 1 800 agences. Sonepar, Graybar et Hagemeyer sont les principaux concurrents de Rexel.

### Faits marquants 2002

- Cession de l'activité en Argentine.
- Ouverture du premier "Cabling Center" en Espagne, un espace vitrine présentant en permanence les nouveaux systèmes de câblage.
- Lancement de Bizline, une nouvelle gamme de produits en outillage, lampes et colliers, conçue et développée par Rexel en France, et des produits de sécurité Citadel en Italie.
- Déploiement de "ALIS" en Europe (notamment en Espagne, Italie et Allemagne), outil d'analyse des ventes recensant des informations sur les habitudes d'achats des clients, pour mieux les fidéliser, mais aussi mesurer et améliorer l'efficacité de l'organisation commerciale.
- Annonce, en octobre 2002, de mesures visant à adapter le fonctionnement de l'entreprise à l'environnement économique, grâce à une accélération de la baisse des charges d'exploitation, une rationalisation de l'organisation logistique et des schémas d'implantation d'agences dans certains pays ainsi qu'une sélectivité accrue des investissements. Elles se traduisent par des charges exceptionnelles de 162,7 millions d'euros en 2002.

### Stratégie et perspectives

Face à une situation conjoncturelle difficile et à faible visibilité, Rexel s'est fixé deux objectifs principaux : le développement des ventes et la réduction des coûts. A cette fin, Rexel a défini les axes prioritaires suivants :

**Dynamiser les forces commerciales**, grâce à des actions sur le portefeuille clients et sur la marge commerciale, notamment par une personnalisation par segment de clients et par le développement de services innovants tels que des catalogues thématiques ou une aide au devis pour les installateurs, ou encore la spécialisation de certaines forces commerciales.

### LE SUCCES DE L'ANNEE

Rexel a renouvelé pour la 4<sup>e</sup> année consécutive sa promotion internationale en éclairage : "Relamp Jackpot". Organisée dans 22 pays, d'octobre à novembre 2002, cette opération a permis une croissance de 9 % du chiffre d'affaires des lampes. Outre une large gamme de lampes, sélectionnées parmi les grandes marques du marché mondial, Rexel s'est aussi engagé à fournir des produits répondant à son concept des "3 E" : Ecologique, soit plus d'économie et moins de consommation d'électricité ; Electronique, soit plus de confort et moins de chaleur émise ; Economique, soit une durée de vie plus longue et un coût moindre de remplacement des lampes.

**Renforcer son leadership mondial** par une consolidation de sa position dans les pays industrialisés (Amérique du Nord et Europe), un développement de son implantation dans les pays européens où l'enseigne dispose de parts de marché plus faibles (Italie, péninsule ibérique) et une plus forte pénétration dans les marchés à fort potentiel où il est déjà présent (Asie, Europe de l'Est).

**Adapter ses organisations** par la poursuite de la réduction des effectifs en 2003, la rationalisation de l'organisation logistique et l'adaptation du réseau d'agences.

La poursuite des actions de productivité et des mesures d'adaptation permettra, une fois achevée, une amélioration de la rentabilité de Rexel à moyen terme.

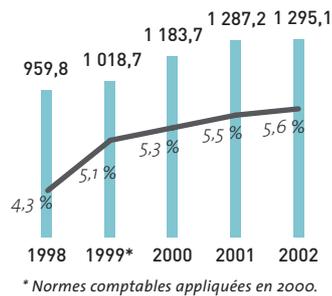
### Nombre de points de vente

	2001	2002
Europe	1 020	1 005
Amériques	585	544
Océanie + Asie	265	255
<b>Total</b>	<b>1 870</b>	<b>1 804</b>

# PINAULT BOIS & MATERIAUX

“2002 a été une année de dynamisme commercial, d’amélioration de la qualité en matière d’environnement et de conditions de travail, et une année de consolidation du périmètre d’activité.”

**Patrick Bérard, Président-directeur général de Pinault Bois & Matériaux**



**Evolution du chiffre d'affaires**  
(en millions d'euros)  
**et de la rentabilité d'exploitation**  
(en % du chiffre d'affaires)

**5 284**  
COLLABORATEURS  
(EFFECTIF MOYEN)

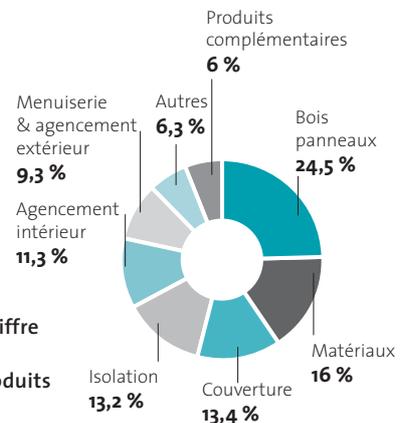
**259**  
AGENCES DE DISTRIBUTION

**10**  
SITES D'IMPORTATION  
ET DE TRANSFORMATION  
DE BOIS EN FRANCE

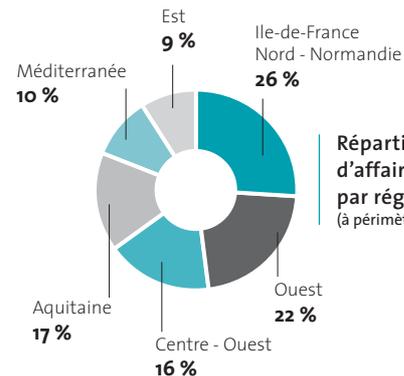
**890 000 m<sup>2</sup>**  
DE BOIS IMPORTE

Pinault Bois & Matériaux est un acteur prépondérant dans la distribution de bois et de matériaux de construction en France, à travers deux métiers complémentaires : la distribution de matériaux de construction, son activité principale, et l'importation et la transformation de bois. L'activité Distribution propose, aux professionnels essentiellement, des matériaux de construction, dont des panneaux, des matériaux et gros œuvre, des produits d'isolation, du bois et des produits de couverture, des produits d'agencement intérieur. En amont de cette activité, l'activité importation et transformation de bois commercialise ses produits aux professionnels exclusivement, à l'état brut ou après transformation dans ses raboteries, scieries et centres de traitement.

**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par famille de produits**  
(à périmètre constant)



**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par région en France**  
(à périmètre constant)



## Environnement concurrentiel et positionnement

Pinault Bois & Matériaux est le deuxième groupe français intégré de distribution de matériaux de construction, avec une part de marché estimée à 12 % (source : *Négoscope*). Il évolue dans un marché atomisé en phase de consolidation, avec un leader national, Point P (Saint Gobain), qui détient près de 22 % du marché et une multitude de petits acteurs (environ 4 800 points de vente, gérés par près de 2 700 sociétés en 2001) (source : *Journal du Négocier*). Pinault Bois & Matériaux participe activement à la consolidation du marché en s'appuyant sur des atouts concurrentiels forts : un réseau intégré de 259 points de vente, un savoir-faire en négoce et une expérience en matière d'acquisition et d'intégration de sociétés.

Pinault Bois & Matériaux est le premier importateur de bois en France, avec une part de marché estimée à 25 % (source : *European Softwood conference*). Ses principaux concurrents sont essentiellement les filiales de distribution des groupes scandinaves, qui distribuent leurs bois à travers plusieurs terminaux en France (Stora Enso, Bois de la Baltique, Finnforest et Wisa Timber).

## Faits marquants 2002

- Renforcement des positions dans le négoce des matériaux en Aquitaine, Méditerranée et Ile-de-France, avec les acquisitions de 3 sociétés : les établissements Trichet, Roasio Matériaux et Crea.
- Acquisition de nouvelles expertises avec la prise de contrôle de Carmat, spécialisé dans le carrelage en Vendée et Loire-Atlantique (chiffre d'affaires de 28 millions d'euros).
- Cession de l'activité Maroc à CFAO.

## Stratégie et perspectives

Pinault Bois & Matériaux cherche à développer son activité afin d'acquérir de nouvelles parts de marché rentables, tant par croissance interne que par des acquisitions. Sa stratégie de développement s'appuie sur les axes suivants :

### Améliorer la couverture nationale par des opérations sélectives de croissance externe avec :

- l'acquisition de points de vente dans les régions à fort potentiel où Pinault Bois & Matériaux est faiblement implanté, en particulier dans le sud et sud-est de la France ainsi que dans la région Rhône-Alpes.

## LE SUCCES DE L'ANNEE

La construction d'une offre d'aménagement extérieur incluant les produits de Cerland a permis une croissance de + 15 % dans ce domaine. Par ailleurs, l'offre en isolation a été significativement renforcée suite aux nouvelles réglementations, avec la mise en œuvre d'outils techniques et d'un plan de formation important pour toute la force de vente.

- la densification du maillage territorial des zones rurales ou semi-urbaines de façon à être plus proche des clients et à adapter l'offre aux besoins de la zone de chalandise tout en minimisant les coûts de transport.
- l'acquisition de savoir-faire ou d'expertises nouvelles pour se différencier de la concurrence.

### Développer la croissance organique par le renforcement des spécialités dans les zones à fort potentiel

Pinault Bois & Matériaux renforce le dynamisme commercial de ses agences de distribution grâce notamment à l'adjonction de spécialités et de produits à valeur ajoutée. Dans le domaine du bois, l'enseigne améliore de manière constante la qualité de l'offre de bois et poursuit le développement des produits d'environnement au sein de sa filiale Cerland et de ses gammes Silverwood en produits rabotés.

### Poursuivre l'amélioration de la rentabilité

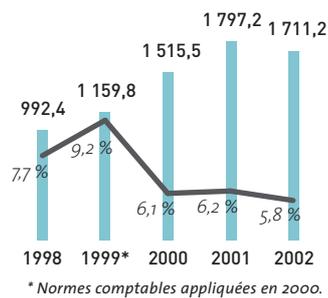
L'adjonction des produits à forte valeur ajoutée et la densification du réseau permettent d'améliorer la rentabilité de l'enseigne.

### Parc d'agences

	2001	2002
Nombre de points de vente :	247	259
dont avec salles d'exposition	169	175
dont avec libre-service	109	113
Surface couverte en m <sup>2</sup>	1 010 361	1 063 616

## GUILBERT

“L’amélioration de nos performances d’exploitation, obtenue dans un contexte difficile, et ce dans presque tous les pays, illustre notre dynamique de progrès. Le recentrage sur la vente directe nous permet déjà de capitaliser sur les synergies internationales et d’exploiter les investissements effectués les années précédentes.” **Pascal Martin, Président du Directoire de Guilbert.**



**Evolution du chiffre d'affaires**  
(en millions d'euros)  
**et de la rentabilité d'exploitation**  
(en % du chiffre d'affaires)

Guilbert est le leader européen de la vente de fournitures et de mobilier de bureau destinés aux professionnels. Implanté dans 9 pays européens, Guilbert distribue ses produits grâce à un réseau de 1 500 représentants en contact direct avec les grands comptes et les entreprises moyennes européennes. Plus de 9 500 références produits sont commercialisées, dont 2 400 sous la marque propre Niceday.

**6 729**  
COLLABORATEURS  
(EFFECTIF MOYEN)

**1 500**  
REPRESENTANTS EN EUROPE

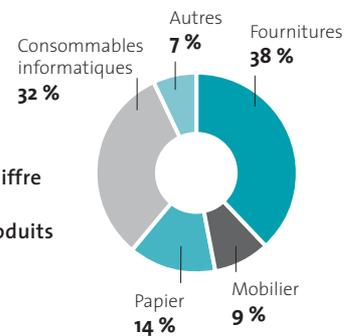
**625 000**  
CATALOGUES ENVOYES EN 2002

**170 000 m<sup>2</sup>**  
DE SURFACE LOGISTIQUE

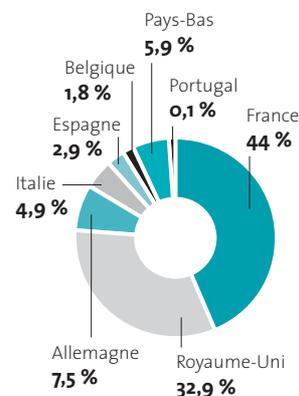
**17**  
ENTREPOTS DE PREPARATION  
DE COMMANDES EN EUROPE

PLUS DE **120 000** COLIS  
LIVRES CHAQUE JOUR

**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par famille de produits**



**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par zone géographique**



## Environnement concurrentiel et positionnement

Le marché européen de la fourniture de bureau en vente directe, estimé à 25 milliards d'euros, a continué à se structurer et se concentrer en 2002. Les trois acteurs principaux, Buhrmann, Lyreco et Guilbert représentent désormais 18 % du marché en Europe. Guilbert occupe une position de leader européen avec une part de marché de près de 16 % en France, de 14 % au Royaume-Uni, et de près de 7 % en Europe (*source : estimations société*). L'enseigne continue à gagner des parts de marché, en s'appuyant sur un portefeuille de clients de tout premier ordre, une solide implantation géographique et une offre de produits et de services innovants.

## Faits marquants 2002

- Recentrage sur l'activité de vente directe avec la cession de la branche vente à distance au distributeur américain Staples Inc., pour un prix de cession de 825 millions d'euros, soit 16 fois le résultat d'exploitation.
- Finalisation de l'acquisition de Corporate Express Netherland au sein de Guilbert Nederlands, n° 2 sur le marché de la fourniture de bureau, et fusion des organisations.
- Lancement du site de passation de commandes GuilWeeasy destiné aux clients petites et moyennes entreprises de Guilbert France.
- Redéploiement de la force commerciale en France, au Royaume-Uni et en Irlande autour d'une nouvelle segmentation clients : grands comptes internationaux, grands comptes nationaux et comptes régionaux/field sales.

## LE SUCCES DE L'ANNEE

Guilbert a lancé, en septembre 2002, GuilWeeasy, le nouveau service de prise de commandes sur Internet pour les petites et moyennes entreprises. Ce site complète l'offre e-business de Guilbert, déjà présent avec des sites destinés aux clients grands comptes et aux grandes entreprises en Allemagne, Belgique, France, Irlande, aux Pays-Bas et au Royaume-Uni. Très fonctionnel, ce site de passation de commandes est personnalisé afin de préserver le fort relationnel qui prévaut avec ce type de clientèle. GuilWeeasy sera mis en ligne en Belgique et en Espagne au cours de l'année 2003. D'ici à 2 ans, Guilbert espère que 50 % des 45 000 comptes clients potentiels utiliseront ce nouveau service. A fin 2002, les activités Internet de Guilbert représentaient 11,5 % du chiffre d'affaires total de l'enseigne.

## Stratégie et perspectives

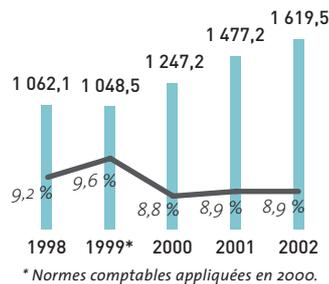
En 2002, Pinault-Printemps-Redoute a annoncé la cession des activités de vente à distance de Guilbert. Cet ensemble, qui regroupait les sociétés JPG et Bernard en France et en Belgique, Neat Ideas au Royaume-Uni, Kalamazoo en Espagne ainsi que Mondoffice en Italie, représentait près de 25 % du chiffre d'affaires de Guilbert en 2001. Après son recentrage sur son activité de vente directe, Guilbert demeure le leader européen des fournitures de bureau. Cette cession n'a, en aucun cas, modifié le positionnement de Guilbert : ni sa position de leader européen, ni sa compétitivité. Le renforcement de ce leadership reste la priorité de l'enseigne. Cet objectif sera atteint grâce à :

- La poursuite du développement de Guilbert en France et à l'international par croissance interne et par des acquisitions sélectives ;
- La mise en œuvre accélérée des synergies à l'international, l'élargissement de l'offre de produits et services à valeur ajoutée, la modernisation et l'adaptation des infrastructures logistiques ;
- Le déploiement des solutions électroniques à travers les offres Guilweb et GuilWeeasy, avec notamment le lancement de GuilWeeasy à l'international.

## CFAO

“En 2002, CFAO a poursuivi son déploiement géographique dans ses métiers stratégiques et a continué à gagner des parts de marché dans chacune de ses activités. L'élan et la dynamique de l'enseigne se sont encore accrus.”

**Alain Viry, Président-directeur général de CFAO.**



**Evolution du chiffre d'affaires**  
(en millions d'euros)  
**et de la rentabilité d'exploitation**  
(en % du chiffre d'affaires)

CFAO est le leader de la distribution spécialisée en Afrique et dans les DOM-TOM dans trois métiers principaux : l'automobile, la santé et les nouvelles technologies de l'information et de la communication. Avec la création de CFAO Technologies fin 2001, le Groupe a marqué son ambition de devenir un acteur majeur de l'informatique, de la bureautique et des télécommunications, marchés en plein essor en Afrique. A fin 2002, le groupe CFAO est implanté dans 28 pays d'Afrique, à l'île Maurice et dans 6 DOM-TOM.

**9 370**

COLLABORATEURS  
(EFFECTIF MOYEN)

**DISTRIBUTEUR EXCLUSIF DES PRINCIPAUX CONSTRUCTEURS AUTOMOBILES, TELS QUE TOYOTA, PEUGEOT, NISSAN, MITSUBISHI, RENAULT V.I., GENERAL MOTORS, MERCEDES, BRIDGESTONE OU YAMAHA**

**23 183**

VEHICULES VENDUS

**79**

CONCESSIONS AUTOMOBILES

**6 000**

PHARMACIES LIVREES  
PAR JOUR

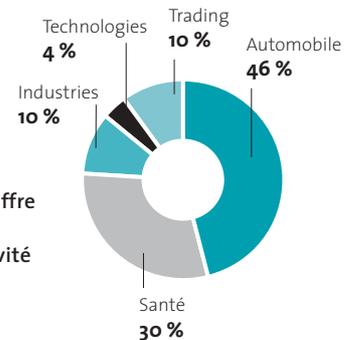
**69 451**

MOTOS ET DEUX-ROUES  
DISTRIBUES PAR AN

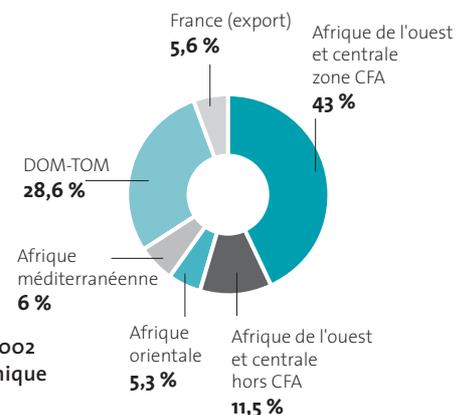
**5 000**

CONTAINERS  
(OU **125 000 m<sup>3</sup>**  
DE PRODUITS EXPORTES)

**Répartition du chiffre d'affaires 2002 par secteur d'activité**



**Répartition du chiffre d'affaires économique\* 2002 par destination géographique**



\* Y compris les sociétés mises en équivalence.

## Environnement concurrentiel et positionnement

Sur le continent africain, zone d'importants contrastes, CFAO se développe grâce à une organisation professionnelle, un savoir-faire reconnu et une offre de services de qualité. Le Groupe a conquis, en automobile, des parts de marché proches de 40 % dans la plupart des pays d'Afrique de l'ouest et centrale. Il est confronté à une concurrence locale ou régionale. Dans les DOM-TOM, la concurrence est vive et plus éclatée.

En matière de santé, avec Eurapharma, ainsi que dans le domaine des nouvelles technologies, CFAO assoit sa position de référence en étendant son périmètre géographique et en développant sa gamme de services.

## Faits marquants 2002

- Renforcement des positions dans l'automobile, avec une progression de l'activité en Algérie et au Maroc ainsi que de nouvelles implantations au Malawi.
- Croissance de l'activité de répartition pharmaceutique en Egypte, avec l'ouverture de 2 nouvelles agences permettant à Ibn Sina Laborex de couvrir plus de la moitié du territoire égyptien.
- Déploiement de CFAO Technologies, "intégrateur de solutions", dans 8 pays.
- Implantation de SVP 21, logiciel de CRM visant à proposer davantage de services et de meilleures prestations à la clientèle de ses concessions automobiles.

## Stratégie et perspectives

CFAO a évolué d'une organisation géographique à une organisation dédiée par métier. Ce changement renforce le professionnalisme de l'enseigne. Il répond, en amont, aux attentes des fournisseurs qui préfèrent confier la distribution de leurs marques et produits à des spécialistes, en aval, aux besoins des clients qui ne recherchent plus seulement des produits mais également tous les services qui y sont associés.

Des axes prioritaires de développement sont ainsi définis pour chaque métier :

### Renforcer la position de leader dans la distribution automobile

La consolidation des positions de CFAO passe par l'accélération de son développement en Afrique méditerranéenne et par l'extension de sa gamme de services. L'étendue de l'offre (entretien rapide, montage, service après-vente, location) est un facteur différenciant qui

## LE SUCCES DE L'ANNEE

CFAO Technologies prend son essor en 2002 notamment avec la signature d'un partenariat avec IBM, leader mondial des technologies de l'information. Présent en Afrique depuis 50 ans, IBM a choisi de s'associer avec CFAO sur dix-huit pays du continent en raison de l'approche panafricaine du Groupe, de son organisation logistique et de son rôle d'intégrateur. Les deux structures partagent la même vision : être leader sur le marché africain pour la fourniture de solutions, d'infrastructures et de systèmes d'information.

IBM rejoint ainsi Motorola (télécommunications), Cisco (réseaux) et Sharp (bureautique), également leaders mondiaux dans leurs spécialités et partenaires de référence de CFAO Technologies.

permet à l'enseigne de fidéliser une clientèle de professionnels et de particuliers.

### Etendre la présence géographique dans la distribution pharmaceutique

Présent en Afrique centrale, en Afrique de l'ouest, en Afrique de l'est ainsi que dans les DOM-TOM, Eurapharma concentre ses efforts d'expansion vers des marchés plus larges comme l'Egypte et le Maghreb. Pour répondre aux besoins d'externalisation des laboratoires pharmaceutiques, Eurapharma étend également son offre de services. Après s'être vu confier la gestion de la logistique export de plusieurs nouveaux laboratoires importants en 2002, Eurapharma s'engage sur le marché de la visite médicale, avec une prise de participation dans RessourcEthica, société spécialisée dans ce domaine.

### Conquérir de nouveaux marchés et favoriser la croissance externe pour CFAO Technologies

Déjà implanté en Afrique francophone et en Algérie, CFAO Technologies a pour objectif de tripler son chiffre d'affaires d'ici à 2005 grâce à un plan de développement ambitieux, une offre clients élargie, un service après-vente de qualité et une professionnalisation accrue des équipes.

### Répartition de l'origine des produits vendus en 2002

	2002
Asie	34 %
dont Japon	33 %
Europe	63 %
dont France	54 %
Autres	3 %

## FINAREF

“Le 23 décembre 2002, Pinault-Printemps-Redoute a annoncé la cession du pôle Crédit et Services Financiers à deux partenaires extérieurs : Crédit Agricole SA, pour la reprise de Finaref, et BNP Paribas, qui reprend 90 % de la société Facet (activités crédit de Conforama). Adossé à un partenaire bancaire de premier plan, Finaref se donne les moyens de poursuivre son expansion et de bénéficier de nouvelles perspectives de développement.” **Alain van Groenendael, Président-directeur général du pôle Crédit et Services Financiers.**

**1 508**  
COLLABORATEURS  
(EFFECTIF MOYEN)

**8,5** MILLIONS  
DE CARTES PRIVATIVES

**5,5** MILLIARDS  
D'EUROS D'ENCOURS GERES

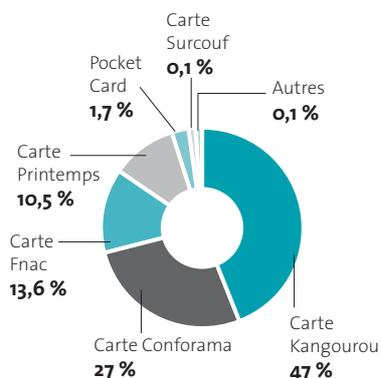
**5,5** MILLIONS  
D'APPELS CLIENTS

**400** POINTS  
DE VENTE

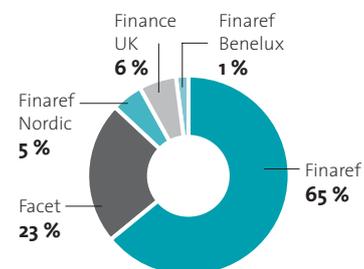
Finaref et ses filiales dédiées dans le domaine du crédit, de l'assurance et de l'épargne offrent une gamme complète de produits et de services financiers aux clients particuliers des enseignes Grand Public du Groupe, ainsi qu'à d'autres partenaires, en France comme à l'international. Son développement s'appuie sur une stratégie de distribution multiproduits et multicanaux, centrée sur le client.

### Environnement concurrentiel et positionnement

Numéro un des cartes privatives en France avec 8,5 millions de cartes et 5,5 milliards d'euros d'encours gérés, Finaref se place en troisième position sur le marché du crédit à la consommation en France. En termes de parts de marché des membres de l'ASF (Association française des Sociétés Financières), Finaref détient 11 % de parts de marché derrière Cetelem (BNP Paribas) 33 % et Sofinco (Crédit Agricole) 21 %, et devant Cofinoga (groupe Galeries Lafayette) 8,6 % et Cofidis 6,2 %.



Répartition des cartes au 31/12/2002



Répartition de la production de crédit 2002 par enseigne

## Faits marquants 2002

- Enrichissement des cartes magasin, en particulier la carte Kangourou de La Redoute qui a ajouté de nouveaux services favorisant la fidélisation de ses clients.
- Renouvellement de la gamme d'assurance, avec notamment le développement de produits d'assurance "cartes et biens", garantissant le remplacement à neuf du matériel acheté dans l'enseigne (produits technologiques, produits nomades).
- Démarrage de l'activité épargne, nouveau métier venant enrichir la gamme de services financiers de Finaref, avec le lancement en mai 2002 de son livret d'épargne.
- Lancement de la carte Fnac en Belgique et implantation de Finaref en Italie, Espagne et Portugal afin d'accompagner les enseignes de Pinault-Printemps-Redoute dans leurs activités de crédit.
- Obtention de l'agrément "cartes bancaires" afin d'élargir l'utilisation des cartes privatives de magasin et permettre les retraits et paiements en dehors de l'enseigne.
- Cession de Finaref au Crédit Agricole et vente de 90 % des activités crédit de Conforama (Facet) à BNP Paribas.

## LE SUCCES DE L'ANNEE

La signature en juillet d'un partenariat avec le Club Méditerranée, leader français du tourisme, est le premier accord conclu hors du groupe Pinault-Printemps-Redoute. La nouvelle carte, lancée en 2003, fournira, outre une fonction de paiement, des facilités de financement des vacances, de nouveaux avantages Club Med ainsi qu'un large éventail d'offres exclusives avec les enseignes Grand Public de Pinault-Printemps-Redoute.

## Stratégie et perspectives

Finaref va poursuivre sa croissance au sein d'un groupe bancaire de premier plan, le Crédit Agricole et s'est fixé trois grandes priorités pour 2003 :

### Mettre en œuvre le programme "Consoptimum"

Ce programme, actuellement en phase de lancement, vise à une amélioration des performances en adaptant l'offre produits aux comportements d'achat des différents segments de clientèle.

### Enrichir les cartes privatives à l'ensemble des partenaires

L'objectif est d'offrir aux partenaires une gamme plus large de services inclus dans les cartes privatives en crédit, en assurance et en épargne, leur permettant d'accroître leur chiffre d'affaires et de fidéliser leurs clients.

### Poursuite de la recherche de nouveaux partenariats

Après la construction d'un premier partenariat avec le Club Méditerranée, Finaref entend poursuivre sa quête de nouveaux partenaires afin d'étendre son savoir-faire dans le domaine de la distribution grand public.

En millions d'euros	Production	
	2001	2002
<b>FINAREF</b>	<b>2 518</b>	<b>2 532</b>
Carte Kangourou	958	990
Compte Mistral	658	600
Espace	180	217
Carte Printemps	326	336
Carte Fnac	331	312
Compte Challenger	64	70
Autres crédits	1	7
<b>FACET</b>	<b>984</b>	<b>909</b>
Carte Conforama	682	611
Prêts amortissables affectés	191	211
Prêts amortissables non affectés	111	87
<b>FINAREF NORDIC (Groupe ELLOS)</b>	<b>267</b>	<b>294</b>
<b>FINANCE UK</b>	<b>226</b>	<b>227</b>
<b>FINAREF BENELUX</b>	<b>51</b>	<b>55</b>
Pocket Card	28	29
Pocket Cash	23	26
<b>Total</b>	<b>4 046</b>	<b>4 017</b>



# ELEMENTS FINANCIERS

- 82** Rapport d'activité 2002
- 95** Comptes consolidés
- 136** Société mère
- 154** Observations du Conseil de surveillance
- 155** Renseignements divers
- 162** Statistiques boursières

# Rapport d'activité 2002

## Activité et résultats 2002

“Le Groupe a su préserver son niveau d'activité et ses performances opérationnelles dans un environnement dégradé, tout en poursuivant sa politique de développement dans le Luxe et le Grand Public.”

**Patrice Marteau, Secrétaire général du Groupe.**

### De solides performances commerciales

Le chiffre d'affaires consolidé de Pinault-Printemps-Redoute s'est élevé à 27 375,4 millions d'euros en 2002, en léger recul de 1,5 % par rapport à l'exercice précédent. Cette évolution du chiffre d'affaires réel se décompose ainsi entre les différents Pôles :

(en millions d'euros)	2002	2001	Variation en %
Grand Public	12 063,0	11 953,1	+ 0,9
Luxe	2 541,7	2 541,6	-
Professionnel	12 000,2	12 519,9	- 4,2
Crédit et Services Financiers	807,9	799,8	+ 1,0
Divers	21,4	23,6	- 9,3
Eliminations	(58,8)	(39,5)	ns
<b>Total consolidé</b>	<b>27 375,4</b>	<b>27 798,5</b>	<b>- 1,5</b>

Le fléchissement limité du chiffre d'affaires 2002, sur une base de comparaison élevée, témoigne des bonnes performances commerciales des enseignes du Groupe dans un environnement difficile, notamment en Amérique du Nord.

### Redressement progressif de l'activité à structure et taux de change comparables

A périmètre et taux de change comparables, le recul du chiffre d'affaires du Groupe est limité à 0,6 %.

(en millions d'euros)	Périmètre et change comparables (1)	Variation de l'activité	Réel 2002	Variation en %
Grand Public	11 902,5	160,5	12 063,0	+ 1,3
Luxe	2 522,3	19,4	2 541,7	+ 0,8
Professionnel	12 340,5	(340,3)	12 000,2	- 2,8
Crédit et Services Financiers	801,5	6,4	807,9	+ 0,8
Divers	22,4	(1,0)	21,4	- 4,5
Eliminations	(59,2)	0,4	(58,8)	ns
<b>Total consolidé</b>	<b>27 530,0</b>	<b>(154,6)</b>	<b>27 375,4</b>	<b>- 0,6</b>

(1) Périmètre et taux de change 2002.

Le repli de l'activité du Groupe de 154,6 millions d'euros intègre notamment une baisse de 364,5 millions d'euros des activités nord-américaines, principalement liée au recul de l'investissement industriel aux Etats-Unis. Hors Amérique du Nord, la variation de l'activité est donc de 209,9 millions d'euros, soit une hausse de 0,9 %. Elle témoigne de la bonne résistance du Groupe dans un contexte conjoncturel difficile.

Le pôle Grand Public a enregistré une nouvelle croissance de son activité en 2002, reflétant la bonne tenue globale de l'activité en France et le dynamisme de son développement en Europe hors France. La croissance du Pôle en comparable est attribuable principalement au dynamisme de la Fnac (+ 6,2 %) aux premiers effets du redressement de Redcats (- 1,3 % sur l'exercice, mais + 2,7 % sur le quatrième trimestre) tiré notamment par le succès du catalogue automne-hiver de la Redoute et par les croissances à deux chiffres sur l'exercice des catalogues spécialisés VertBaudet et Somewhere. Conforama a vu son activité se redresser sur le quatrième trimestre avec un recul limité sur l'année à 0,1 % tandis que Printemps enregistrerait une nouvelle hausse de son activité (+ 0,4 %) profitant du dynamisme du pôle Sport (+ 30,8 %) et du développement de l'activité "accessoires", notamment luxe et horlogerie.

En 2002, 25 nouveaux magasins ont été ouverts dans le Pôle représentant une surface de vente totale additionnelle de 45 618 m<sup>2</sup>.

Le pôle Luxe a enregistré sur l'exercice 2002 (du 1<sup>er</sup> novembre 2001 au 31 octobre 2002) une légère croissance de son chiffre d'affaires en comparable + 0,8 % en dépit d'une conjoncture particulièrement difficile, notamment en Amérique du Nord. Hors Amérique du Nord, les ventes du Pôle progressent de 2,6 % en réel et de 4,8 % en comparable.

Gucci Group a ouvert ou rénové un total de 66 magasins sur la période, avec des magasins principaux à New York,

Paris et Milan pour Gucci, Milan, Londres et Capri pour Boucheron et Milan, Londres et Paris pour Bottega Veneta.

Les ventes de Gucci Division se sont élevées à 1,6 milliard d'euros.

YSL Beauté a réalisé un chiffre d'affaires de 534,2 millions d'euros, en croissance de 4,4 %, grâce à la performance de ses parfums phares Opium, Paris, Kouros. M7 le nouveau parfum pour hommes d'YSL, lancé en octobre, a dépassé ses objectifs initiaux. YSL Beauté a poursuivi sa politique de maîtrise de ses points de vente dont le nombre s'élève à 15 000 contre 22 000 l'année précédente.

Yves Saint Laurent a réalisé un chiffre d'affaires de 136 millions d'euros sur la période, en croissance de 51,8 %, bénéficiant notamment des excellentes ventes en maroquinerie (24,7 % du chiffre d'affaires du dernier trimestre 2002, contre 11,5 % un an auparavant). Au lancement réussi du sac Mombasa, s'ajoutent désormais les collections Marquise et Colonial. Cinq nouveaux magasins ont été ouverts sur l'exercice, portant le total des magasins en propre à quarante-six, tandis que les ventes se développaient dans les "department stores" aux Etats-Unis (Neiman Marcus, Saks Fifth Avenue), au Royaume-Uni (Harrods) et en France (Printemps du luxe). Douze nouveaux magasins devraient être ouverts en 2003.

Bottega Veneta, Balenciaga, et à un degré moindre Sergio Rossi enregistrent une forte progression de leur chiffre d'affaires, grâce à la puissance de leurs marques, à l'attractivité de leurs produits et au développement de leur réseau de magasins en propre.

La dégradation de l'activité en comparable du pôle Professionnel en 2002 traduit principalement le recul du chiffre d'affaires de Rexel (-5,1 %), sous l'effet notamment de la diminution des investissements industriels et télécoms aux Etats-Unis.

Cependant, le 4<sup>e</sup> trimestre 2002 a connu une amélioration de tendance sur l'ensemble des zones d'activité, l'activité du groupe Rexel limitant son recul à 1,1 %. Après un exercice 2001 en forte progression de +14,2 %, l'activité de CFAO est restée soutenue en 2002 avec une croissance de +5,7 % malgré les événements de fin d'année en Côte d'Ivoire et le recul des affaires au Nigéria. Le retrait limité de l'activité "Contract" (-2,7 %) de Guilbert intervient dans un marché en net repli. Il reflète notamment les efforts d'amélioration de la marge par une approche plus sélective des clients et des marchés.

La croissance de 1 % en comparable du chiffre d'affaires de Pinault Bois & Matériaux sur l'exercice reflète la hausse de 1 % de l'activité distribution (84,4 % du chiffre d'affaires total) dans un environnement difficile, et la croissance de 8,3 % de l'activité Importation Distribution (15,1 % du chiffre d'affaires total).

La bonne tenue de l'activité du pôle Crédit et Services Financiers provient notamment des activités de Finaref et Facet en France. L'encours productif moyen des activités du pôle Crédit et Services Financiers est resté stable sur la période.

## Effet des variations de périmètre

L'évolution du chiffre d'affaires intègre un effet net positif des opérations de croissance externe de 116,1 millions d'euros. Celui-ci se décompose comme suit :

(en millions d'euros)	Chiffre d'affaires 2001	Variation de périmètre	Périmètre comparable	Variation en %
Grand Public	11 953,1	41,4	11 994,5	+ 0,3
Luxe	2 541,6	31,6	2 573,2	+ 1,2
Professionnel	12 519,9	62,8	12 582,7	+ 0,5
Crédit et Services Financiers	799,8	-	799,8	-
Divers	23,6	-	23,6	-
Eliminations	(39,5)	(19,7)	(59,2)	ns
<b>Total consolidé</b>	<b>27 798,5</b>	<b>116,1</b>	<b>27 914,6</b>	<b>+ 0,4</b>

L'effet net positif des variations de périmètre dans le pôle Grand Public découle notamment de la prise de contrôle de Madelios par Printemps en janvier 2002.

Dans le pôle Luxe, la consolidation en année pleine des acquisitions réalisées en 2001 (Balenciaga, Bottega Veneta, BÉDAT & C°, Di Modolo) constitue la principale composante des variations de périmètre.

La contribution positive des variations de périmètre dans le pôle Professionnel résulte, d'une part, de l'effet en année pleine des opérations de croissance externe réalisées en 2001 par Rexel (Commerce, Esco) et Guilbert (Guilbert Office Products), et des opérations de croissance externe 2002 réalisées par CFAO (IBN Sina Laborex), d'autre part, de l'effet négatif de la cession des activités de Vente à Distance de Guilbert en date du 18 octobre 2002 à hauteur de 92,9 millions d'euros.

## Effets des variations de change

Le chiffre d'affaires du Groupe intègre un impact négatif de change de 384,6 millions d'euros, soit -1,4 %.

La dépréciation des dollars américain et canadien, du yen, du real brésilien, et à un degré moindre de la livre sterling sont à l'origine de cet impact négatif de change.

## Evolution du chiffre d'affaires par zone géographique

Les évolutions du chiffre d'affaires réel par zone géographique sont présentées ci-dessous :

(en millions d'euros)	2002	2001	Variation en %
France	12 642,2	12 598,6	+ 0,3
Europe hors France	6 724,1	6 613,2	+ 1,7
Amériques	5 261,7	5 900,3	- 10,8
Afrique	1 229,3	1 151,4	+ 6,8
Océanie	614,7	601,9	+ 2,1
Asie	903,4	933,1	- 3,2
<b>Total consolidé</b>	<b>27 375,4</b>	<b>27 798,5</b>	<b>- 1,5</b>

La croissance en réel du chiffre d'affaires en France est principalement attribuable au développement du pôle Grand Public.

En Europe, hors France, le chiffre d'affaires annuel du Groupe progresse de 1,7 %, dont 6,2 % dans le Grand Public et 7,6 % dans le Luxe. Cette croissance reflète la capacité du Groupe à déployer avec succès ses concepts de distribution et ses marques hors de leur territoire d'origine.

Aux Amériques, l'activité est pénalisée notamment par une évolution défavorable de la parité des monnaies de la zone par rapport à l'Euro et par l'impact du recul de l'investissement industriel sur les activités de Rexel. L'activité du Groupe aux Amériques représente 19,2 % du chiffre d'affaires total sur l'exercice 2002 à comparer à 21,2 % en 2001.

En Afrique, l'activité est restée soutenue en 2002 malgré les événements de fin d'année en Côte d'Ivoire et le recul des affaires au Nigeria.

## Evolution du chiffre d'affaires par catégorie de produits

Le tableau ci-dessous présente les évolutions de chiffre d'affaires par catégories de produits.

(en millions d'euros)	2002	2001	Variation en %
Matériel électrique et électronique	7 231,9	7 783,1	- 7,1
Equipement de la personne	6 574,5	6 627,9	- 0,8
Equipement du foyer	5 630,8	5 525,4	+ 1,9
Loisirs et culture	1 918,2	1 846,5	+ 3,9
Fournitures de bureau	1 702,2	1 811,3	- 6,0
Matériaux de construction	1 308,3	1 261,1	+ 3,7
Services et royalties	841,5	853,2	- 1,4
Crédit et Services Financiers	803,0	794,3	+ 1,1
Véhicules	710,7	665,4	+ 6,8
Répartition pharmaceutique	483,3	436,7	+ 10,7
Alimentation	171,0	193,6	- 11,7
<b>Total consolidé</b>	<b>27 375,4</b>	<b>27 798,5</b>	<b>- 1,5</b>

Hors matériel électrique et électronique dont le recul est imputable à l'évolution de l'activité chez Rexel, et les fournitures de bureau dont la baisse s'explique principalement par un effet périmètre suite à la cession de la branche "Vente à Distance" de Guilbert, le Groupe maintient ses positions ou progresse dans toutes les catégories de produits avec notamment des croissances sur les produits de loisirs et de culture + 3,9 %, et d'équipement du foyer + 1,9 %.

Les catégories de produits propres à la distribution Grand Public et Luxe (Loisirs et culture, équipement de la personne et équipement du foyer) représentent désormais 51,6 % du chiffre d'affaires du Groupe.

Les fortes progressions des catégories véhicules et produits de répartition pharmaceutique sont principalement liées à la croissance soutenue de CFAO.

## Evolution du chiffre d'affaires par format de vente

(en millions d'euros)	2002	2001	Variation en %
Magasins	8 840,5	8 673,8	+ 1,9
Vente à distance	4 969,7	5 169,2	- 3,9
Crédit et Services Financiers	803,0	794,3	+ 1,1
Réseaux professionnels	11 474,4	11 841,8	- 3,1
Autres	1 287,8	1 319,4	- 2,4
<b>Total consolidé</b>	<b>27 375,4</b>	<b>27 798,5</b>	<b>- 1,5</b>

La croissance de l'activité en magasins traduit le dynamisme de ce format dans le Grand Public et dans le Luxe, qui représente désormais 32,3 % du chiffre d'affaires du Groupe.

La contribution des ouvertures / fermetures de magasins réalisées au cours de l'exercice 2002 dans les pôles Grand Public et Luxe a représenté un chiffre d'affaires net de 144,9 millions d'euros.

Le recul de la vente à distance est principalement imputable à l'impact de la cession des activités "Vente à Distance" de Guilbert sur le quatrième trimestre, et à l'effet négatif des variations de change sur Redcats.

Le recul des réseaux professionnels, qui représentent 41,9 % du chiffre d'affaires, est lié principalement à l'évolution défavorable du chiffre d'affaires de Rexel. Les autres formats comprennent l'activité hors réseau détenu en propre dans le domaine du Luxe et essentiellement l'importation distribution de Pinault Bois & Matériaux.

## Marge Brute

La marge brute du Groupe s'est élevée à 10 589,8 millions d'euros, en léger retrait de 0,4 %.

Le taux de marge brute réelle du Groupe est en progression significative de + 0,5 point à 38,7 %, et traduit l'amélioration des performances du Groupe à l'achat, notamment sur le pôle Grand Public avec la mise en place réussie d'outils transversaux de rationalisation des achats.

La décomposition de la marge brute par Pôle se présente comme suit :

(en millions d'euros)	2002	2001	Variation en %
Grand Public	4 988,4	4 920,1	+ 1,4
Luxe	1 752,5	1 785,9	- 1,9
Professionnel	3 205,1	3 327,0	- 3,7
Crédit et Services Financiers	643,2	591,7	+ 8,7
Divers et éliminations	0,6	3,0	ns
<b>Total consolidé</b>	<b>10 589,8</b>	<b>10 627,7</b>	<b>- 0,4</b>

En réel, le taux de marge brute par Pôle a évolué comme suit :

(en % du CA)	2002	2001
Grand Public	41,4 %	41,2 %
Luxe	69,0 %	70,3 %
Professionnel	26,7 %	26,6 %
Crédit et Services Financiers	79,6 %	74,0 %
<b>Taux de marge brute consolidé</b>	<b>38,7 %</b>	<b>38,2 %</b>

En proforma, le taux de marge brute du Groupe progresse de 37,0 % en 2001 à 37,4 % en 2002. Sa décomposition par Pôle est la suivante :

(en % du CA)	2002	2001
Grand Public	41,4 %	41,1 %
Luxe	69,0 %	69,9 %
Professionnel	26,0 %	25,8 %
Crédit et Services Financiers	84,0 %	85,4 %
<b>Taux de marge brute proforma consolidé</b>	<b>37,4 %</b>	<b>37,0 %</b>

En proforma, la marge brute du Groupe est en progression de 0,4 %, à comparer à un recul du chiffre d'affaires proforma de 0,6 %. Le coût des produits et services vendus est en baisse de 1,1 % en proforma.

La baisse en valeur absolue du taux de marge proforma par rapport au taux de marge réel provient des effets de la cession partielle du pôle Crédit et Services Financiers, dont la contribution à la marge du Groupe ne représente plus que 48,2 millions d'euros en proforma contre 643,2 millions d'euros en réel.

## Charges de personnel et frais de fonctionnement

Les frais de personnel du Groupe se sont élevés à 3 863,5 millions d'euros en 2002. Ils sont en augmentation de 2,9 % en réel, à comparer à une évolution du chiffre d'affaires en réel de - 1,5 % sur l'exercice.

Le taux de productivité, qui mesure les frais de personnel rapportés à la marge brute, se dégrade en 2002 à 36,5 %, à comparer à 35,3 % en 2001. Cette légère détérioration du taux de productivité se constate dans les mêmes proportions en proforma.

Les effectifs moyens s'élèvent à 108 423 salariés, en légère augmentation de 0,8 % durant l'exercice, incluant un effet report de l'impact des 35 heures sur le Groupe estimé à 700 ETP (effectifs temps plein) sur l'exercice 2002.

Les effectifs de clôture enregistrent une nette baisse de 2,1 %, en raison notamment des effets de périmètre et de la réduction des effectifs constatée sur le pôle Professionnel.

Les autres produits et charges d'exploitation comprennent les investissements commerciaux et publicitaires et les frais de fonctionnement divers (transports, immeubles, informatique, ...). Les dotations aux amortissements incluses dans les autres produits et charges d'exploitation s'élèvent à 454,9 millions d'euros à comparer à 438,5 millions d'euros en 2001. Cette progression reflète la politique de développement des enseignes des pôles Luxe et Grand Public. Hors amortissements et dépréciations, les autres produits et charges sont en baisse de 12,3 millions d'euros, reflétant la volonté du Groupe de maîtriser ses coûts dans un environnement difficile.

## EBITDA

Cet agrégat est constitué du résultat d'exploitation augmenté des dotations aux amortissements et provisions des actifs immobilisés d'exploitation.

Il s'est élevé à 2 281,8 millions d'euros en 2002, en baisse de 5,6 % par rapport à 2001. L'EBITDA par Pôle se décompose comme suit :

(en millions d'euros)	2002	2001	Variation en %
Grand Public	834,2	812,9	+ 2,6
Luxe	416,3	489,1	- 14,9
Professionnel	718,2	821,2	- 12,5
Crédit et Services Financiers	324,2	287,2	+ 12,9
Divers	- 11,1	6,4	ns
<b>Total consolidé</b>	<b>2 281,8</b>	<b>2 416,8</b>	<b>- 5,6</b>

La croissance de l'EBITDA du pôle Grand Public résulte principalement des fortes progressions de Redcats et de la Fnac.

L'EBITDA du pôle Luxe est en baisse de 14,9 % à comparer à un résultat d'exploitation en baisse de 23,5 %. Ce décalage montre le poids significatif du développement des nouvelles marques du pôle sur l'exercice et notamment des ouvertures de magasins.

L'EBITDA proforma du Groupe affiche un recul de 6,5 % lié à l'évolution de l'EBITDA du pôle Luxe et à la dégradation observée chez Rexel.

## Résultat d'exploitation

Le résultat d'exploitation du Groupe s'est élevé à 1 826,9 millions d'euros en 2002. Il est en retrait de 7,7 % par rapport à 2001.

L'évolution du résultat d'exploitation par Pôle a été la suivante :

(en millions d'euros)	2002	2001	Variation en %
Grand Public	613,0	590,5	+ 3,8
Luxe	308,5	403,3	- 23,5
Professionnel	606,8	712,7	- 14,9
Crédit et Services Financiers	312,8	271,2	+ 15,3
Divers	- 14,2	0,6	ns
<b>Total consolidé</b>	<b>1 826,9</b>	<b>1 978,3</b>	<b>- 7,7</b>

La croissance soutenue du résultat d'exploitation du pôle Grand Public est tirée notamment par le fort redressement de Redcats, la poursuite de la croissance rentable chez Fnac, et le maintien par Conforama d'un taux de rentabilité élevé.

Le recul du résultat d'exploitation du pôle Luxe est notamment lié aux pertes d'exploitation générées par le renouveau de la marque Yves Saint Laurent, le déploiement des marques Boucheron et Bottega Veneta, ainsi que par le développement des nouvelles griffes Alexander Mc Queen et Stella Mc Cartney.

La résistance du résultat d'exploitation de la division Gucci, qui préserve un taux de rentabilité opérationnelle proche de 29 %, témoigne de la grande solidité de la marque Gucci dans un environnement conjoncturel difficile.

La baisse du résultat d'exploitation dans le pôle Professionnel est attribuable au recul du résultat d'exploitation de Rexel. Les autres enseignes du Pôle enregistrent, hors effet de périmètre, des progressions de leur résultat d'exploitation.

Le pôle Crédit et Services Financiers enregistre une progression à deux chiffres de son résultat d'exploitation, liée à l'effet conjugué d'une forte augmentation de sa marge financière, d'une bonne tenue des charges d'exploitation, et de la performance des activités d'assurance.

Le résultat d'exploitation proforma du Groupe s'inscrit en recul de 9,5 % à 1 484,7 millions d'euros. Cette évolution résulte essentiellement de la baisse des résultats d'exploitation du pôle Luxe et de Rexel.

La rentabilité d'exploitation du Groupe s'est réduite à 6,7 % en 2002, à comparer à 7,1 % en 2001. L'évolution de la rentabilité par Pôle est donnée ci-dessous :

(en % du CA)	2002	2001
Grand Public	5,1 %	4,9 %
Luxe	12,2 %	15,9 %
Professionnel	5,1 %	5,7 %
Crédit et Services Financiers	39,0 %	33,9 %
<b>Total consolidé</b>	<b>6,7 %</b>	<b>7,1 %</b>

La baisse du résultat d'exploitation du Groupe intègre les effets importants du développement dans le pôle Grand Public et dans le Luxe, consécutivement à la stratégie de déploiement de l'activité multimarques de Gucci Group. Le total des frais de développement s'élève à 179,0 millions d'euros en 2002, à comparer à 123,5 millions d'euros en 2001. Les coûts de développement ont représenté 9,8 % du résultat d'exploitation en 2002, à comparer à 6,2 % en 2001. Hors développements, le taux de rentabilité d'exploitation s'élève à 7,6 % en 2002, à comparer à 7,8 % en 2001.

Par zone géographique, l'évolution du résultat d'exploitation se présente comme suit :

(en millions d'euros)	2002	2001	Variation en %
France	856,3	928,8	- 7,8
Europe (hors France)	389,8	433,5	- 10,1
Amériques	240,5	235,8	+ 2,0
Afrique	91,5	91,3	+ 0,2
Océanie	44,4	35,3	25,8
Asie	204,4	253,6	- 19,4
<b>Total consolidé</b>	<b>1 826,9</b>	<b>1 978,3</b>	<b>- 7,7</b>

Le poids du résultat d'exploitation du Groupe à l'étranger est stable à 53,1 %.

Les baisses du résultat d'exploitation enregistrées en France et en Europe proviennent essentiellement de l'évolution de l'activité de Rexel dans ces zones.

La rentabilité d'exploitation du Groupe aux Amériques s'est élevée à 4,6 % en 2002 en progression de 0,6 point par rapport à 2001. Cette performance reflète les nets efforts de compression des coûts des enseignes du Groupe dans cette zone.

## Résultat financier

La charge financière nette du Groupe s'est élevée à 414,6 millions d'euros, en baisse de 0,8 % par rapport à 2001.

L'évolution de la charge financière du Groupe reflète notamment l'amélioration significative de la charge financière qui est en baisse de 12,3 %, hors effet de la trésorerie disponible chez Gucci Group. Cette évolution favorable résulte de la baisse des taux d'intérêts et des efforts menés par le Groupe pour améliorer son excédent de trésorerie d'exploitation.

Le taux d'intérêt moyen de la dette nette du Groupe s'est élevé à 3,6 % en 2002.

Les ratios de couverture des frais financiers sont respectivement de 4,5 fois le résultat d'exploitation et de 5,6 fois l'EBITDA.

## Résultat courant avant impôt

Le résultat courant avant impôt s'est élevé à 1 412,3 millions d'euros en 2002. Il est en recul de 9,5 % par rapport à 2001.

## Résultat exceptionnel

Le Groupe a dégagé un produit exceptionnel de 1 278 millions d'euros, à comparer à une charge exceptionnelle de 33 millions d'euros en 2001.

Le résultat net des cessions d'actifs financiers s'élève à 1 853,4 millions d'euros et intègre notamment la plus-value de cession réalisée sur le pôle Crédit et Services Financiers pour 1 485,7 millions d'euros et celle de 355 millions d'euros réalisée sur l'activité "Vente à Distance" de Guilbert.

Les charges de restructuration de l'exercice s'élèvent à 230,9 millions d'euros, dont 128,5 millions d'euros sur le pôle Grand Public et 102,1 millions d'euros sur le pôle Professionnel. Les restructurations du pôle Grand Public incluent notamment les coûts de fermeture de Nuitea chez Conforama (à hauteur de 35 millions d'euros) et les coûts de restructurations engagés à Taiwan sur

l'ensemble du Pôle (à hauteur de 42,8 millions d'euros). Les restructurations du pôle Professionnel intègrent notamment les charges de restructurations de Rexel à hauteur de 96,1 millions d'euros.

Les autres éléments exceptionnels concernent les coûts des litiges et contentieux (53,0 millions d'euros), l'impact de la dépréciation des actions propres (179,2 millions d'euros) et des charges et produits exceptionnels divers pour 112,3 millions d'euros (dont Rexel à hauteur de 66,6 millions d'euros).

### **Impôt sur les bénéfices**

La charge d'impôt s'est élevée à 705,7 millions d'euros, à comparer à 291,7 millions d'euros en 2001. Le taux effectif d'imposition ressort à 26,2 % en augmentation de 7,1 points par rapport à 2001.

La charge d'impôt de l'exercice 2002 intègre notamment la prise en compte de l'impôt à taux réduit lié aux plus-values sur cessions d'actifs financiers au sein des pôles Professionnel et Crédit et Services Financiers.

La hausse du taux effectif est principalement imputable à la fin de l'utilisation des reports déficitaires sur le pôle Crédit et Services Financiers.

### **Résultat net des sociétés intégrées**

Le résultat net des sociétés intégrées en 2002 ressort à 1 984,6 millions d'euros, en progression de 60,6 % par rapport à 2001.

### **Résultat des sociétés mises en équivalence**

Le résultat des sociétés mises en équivalence est négatif à hauteur de -5,8 millions d'euros en 2002, à comparer à + 6,6 millions d'euros en 2001. Cette baisse provient essentiellement du résultat de la Banque Finaref-ABN Amro (ex Banque Générale du Commerce, filiale de Finaref) qui a été mise en équivalence à compter de décembre 2001.

### **Amortissement des écarts d'acquisition**

La charge d'amortissement des écarts d'acquisition s'est élevée à 234,3 millions d'euros en 2002, en hausse de 57,2 % par rapport à 2001. Cette charge d'amortissement intègre l'effet d'un amortissement exceptionnel de 84,5 millions d'euros relatif à l'écart d'acquisition de Guilbert.

### **Intérêts minoritaires**

Le poste "intérêts minoritaires" s'est élevé à 155,3 millions d'euros, à comparer à 340,7 millions d'euros en 2001. Cette évolution reflète essentiellement le recul des résultats nets de Gucci Group et de Rexel et l'effet de l'augmentation du taux de participation de Pinault-Printemps-Redoute dans Gucci Group.

### **Résultat net**

Après amortissement des écarts d'acquisition, le résultat net part du Groupe est de 1 589,2 millions d'euros en 2002, en très forte progression de 111,1 % par rapport à 2001.

Avant amortissement des écarts d'acquisition, le résultat net part du Groupe est de 1 813,1 millions d'euros en 2002, en hausse de 103,6 % par rapport à 2001.

### **Résultat net par action**

Le nombre moyen pondéré d'actions Pinault-Printemps-Redoute est de 121,9 millions en 2002, à comparer à 119,1 millions en 2001. Le nombre moyen pondéré après dilution s'élève à 127,2 millions d'actions, à comparer à 125,4 millions en 2001.

Après amortissement des écarts d'acquisition, le résultat net par action est de 13,04 euros, à comparer à 6,32 euros en 2001. Cette très forte augmentation est liée à l'impact des éléments exceptionnels sur l'exercice (plus-values sur cessions d'actifs financiers).

Hors éléments exceptionnels nets, le résultat net par action s'élève à 5,52 euros, à comparer à 6,5 euros en 2001. Le résultat net dilué par action hors éléments exceptionnels s'établit à 5,37 euros, à comparer à 6,38 euros en 2001.

## Structure et flux financiers

“Le Groupe a considérablement renforcé sa structure financière. Au 31 décembre 2002, le ratio d’endettement s’élevait à 53,9 % des fonds propres.”

**Patrice Marteau, Secrétaire général du Groupe.**

### Actif immobilisé

Le total de l’actif immobilisé du Groupe au 31 décembre 2002 s’élevait à 14 188,9 millions d’euros, en baisse de 6,3 % par rapport au 31 décembre 2001. Sa décomposition est donnée dans le tableau ci-dessous :

(en millions d’euros)	2002	2001	Variation en %
Écarts d’acquisition	4 216,1	5 291,9	- 20,3
Autres immobilisations incorporelles	6 639,3	6 496,1	+ 2,2
Immobilisations corporelles	2 774,0	2 669,7	+ 3,9
Immobilisations financières	559,5	682,0	- 18,0
<b>Total actif immobilisé</b>	<b>14 188,9</b>	<b>15 139,7</b>	<b>- 6,3</b>

La baisse de 20,3 % des écarts d’acquisition découle principalement de l’effet des variations de périmètre dans le pôle Professionnel (cession de la branche “Vente à Distance” de Guilbert) et au sein du pôle Crédit et Services Financiers (cession de 89,81 % de Facet, et cession de 61 % de Finaref et Finaref Nordic), de l’impact défavorable des variations de change, et dans une moindre mesure de l’amortissement exceptionnel comptabilisé sur l’écart d’acquisition de Guilbert à hauteur de 84,5 millions d’euros.

L’évolution du poste “autres immobilisations incorporelles” traduit le renforcement de la participation du Groupe dans Gucci Group ainsi que la stratégie de déploiement des marques du pôle Luxe.

L’augmentation du poste “immobilisations corporelles nettes” reflète la politique de développement par croissance organique des pôles Grand Public et Luxe.

La forte baisse du poste “immobilisations financières” est liée notamment aux effets de périmètre dans le pôle Crédit et Services Financiers, ainsi qu’à la diminution du poste “prêts à long et moyen terme”.

### Besoin en fonds de roulement

Le besoin en fonds de roulement du Groupe est en baisse de 83 % à 1 034,8 millions d’euros. Cette diminution du besoin en fonds de roulement provient notamment de la très forte réduction des concours à la clientèle nets des dépôts, conséquence de l’effet des cessions au sein du pôle Crédit et Services Financiers.

Par nature, l’évolution du besoin en fonds de roulement du Groupe se présente comme suit :

(en millions d’euros)	2002	2001	Variation en %
BFR opérationnel Autres créances et dettes d’exploitation	1 242,0 (541,5)	1 535,9 (541,8)	- 19,1 - 0,1
BFR d’exploitation BFR hors exploitation	700,5 (135,2)	994,1 (345,2)	- 29,5 - 60,8
BFR total distribution Concours à la clientèle nets des dépôts	565,3 469,5	648,9 5 421,7	- 12,9 - 91,3
<b>Total</b>	<b>1 034,8</b>	<b>6 070,6</b>	<b>- 83,0</b>

La réduction de près de 30 % du “BFR d’exploitation” provient des efforts continus de maîtrise du besoin en fonds de roulement opérationnel des différents Pôles. L’amélioration du “BFR opérationnel” est particulièrement significative dans le pôle Professionnel au travers de la réduction des stocks et des comptes clients, et à un degré moindre dans le pôle Grand Public.

L’évolution du “BFR hors exploitation” s’explique principalement par les effets de périmètre en 2002.

## Capitaux propres

Au 31 décembre 2002, les capitaux propres de l'ensemble consolidé s'élèvent à 9 187,3 millions d'euros, dont 6 468,7 millions d'euros pour les capitaux propres – part du Groupe. Les capitaux propres de l'ensemble consolidé sont en hausse de 7,3 % par rapport à fin 2001. Les capitaux propres – part du Groupe ont augmenté de 13,6 % au cours de l'exercice. Cette croissance des capitaux propres – part du Groupe résulte notamment de l'impact des plus-values de cession d'actifs financiers sur le résultat net – part du Groupe au sein des pôles Professionnel et Crédit et Services Financiers.

La baisse des intérêts minoritaires de 5,2 % intègre les effets de l'acquisition par le Groupe de la quote-part du capital de Finaref non détenu avant cession, ainsi que l'acquisition complémentaire de titres Gucci.

## Provisions

Les provisions pour retraites et engagements assimilés sont en hausse à 191 millions d'euros, soit + 27,8 %.

Les autres provisions pour risques et charges s'élèvent à 427,1 millions d'euros à fin 2002, en baisse de 35,3 % par rapport au 31 décembre 2001. Cette évolution résulte principalement des effets de périmètre liés aux cessions de l'exercice.

## Endettement financier net

L'endettement financier net du Groupe au 31 décembre 2002 s'élève à 4 948,8 millions d'euros.

La forte contraction de l'endettement financier net du Groupe intègre principalement les effets des cessions de l'exercice au sein des pôles Professionnel et Crédit et Services Financiers, de l'acquisition complémentaire de titres Gucci, du rachat du swap de performance, de la dépréciation des actions propres, ainsi que de la baisse de la trésorerie disponible du pôle Luxe liée à sa stratégie de déploiement multimarques.

Le ratio d'endettement financier net rapporté aux capitaux propres totaux s'élève à 53,9 % au 31 décembre 2002. Il était de 75 % au 31 décembre 2001.

Par ailleurs, le financement des concours à la clientèle s'élève à 469,5 millions d'euros, la variation correspondant essentiellement aux effets de périmètre au sein du pôle Crédit et Services Financiers.

## Flux financiers de l'exercice

(en millions d'euros)	2002	2001
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>1 286,7</b>	<b>1 447,9</b>
Variation du Besoin en Fonds de Roulement	216,3	360,9
Variation des concours à la clientèle	(119,4)	(151,5)
<b>Variation de trésorerie issue des opérations d'exploitation</b>	<b>1 383,6</b>	<b>1 657,3</b>
Investissement net d'exploitation	(672,4)	(606,8)
Investissement financier net	2 516,7	(1 818,7)
<b>Variation de trésorerie issue des opérations d'investissement</b>	<b>1 844,3</b>	<b>(2 425,5)</b>
Variations des emprunts et dettes financières	(1 072,6)	1 226,4
Augmentations de capital	1,7	503,3
Dividendes versés par Pinault-Printemps-Redoute, société mère	(278,4)	(254,3)
Dividendes versés aux minoritaires des filiales consolidées	(99,6)	(393,1)
<b>Variation de trésorerie issue des opérations de financement</b>	<b>(1 448,9)</b>	<b>1 082,3</b>
Incidence de la détention des actions d'autocontrôle	(451,8)	(0,6)
Incidence des écarts de conversion sur la trésorerie	(22,9)	176,1
<b>Variation nette de la trésorerie (1)</b>	<b>1 304,3</b>	<b>489,6</b>
<b>Trésorerie à l'ouverture de l'exercice</b>	<b>5 709,2</b>	<b>5 219,6</b>
<b>Trésorerie à la clôture de l'exercice (1)</b>	<b>7 013,5</b>	<b>5 709,2</b>

(1) La variation nette de la trésorerie et la trésorerie à la clôture de l'exercice incluent les créances à court terme sur cessions d'actifs à hauteur de 1 857,4 millions d'euros.

L'excédent de trésorerie d'exploitation s'est élevé à 1 383,6 millions d'euros, en baisse de 16,5 % par rapport à 2001, sous l'effet de la contraction de la capacité d'autofinancement.

Les investissements d'exploitation nets des cessions se sont élevés à 672,4 millions d'euros en 2002. Les investissements opérationnels bruts comprennent principalement les innovations et ouvertures de magasins pour 323,1 millions d'euros, contre 269,2 millions d'euros en 2001, les investissements en informatique et logistique pour 210,6 millions d'euros et les transformations et rénovations pour 168,6 millions d'euros.

Les désinvestissements financiers nets proviennent à hauteur de 3 075,8 millions d'euros des cessions de titres de participation, notamment au sein des pôles Professionnel et Crédit et Services Financiers. Les acquisitions de l'exercice concernent la prise de participation complémentaire du Groupe dans Gucci Group à hauteur de 125,1 millions d'euros, le paiement du solde de la participation de Conforama dans Emmezeta pour 193,4 millions d'euros ainsi que le rachat des intérêts minoritaires de Finaref avant la cession de cette activité.

## Gestion des risques

Les produits distribués par les enseignes ne comportent pas en eux-mêmes de risques spécifiques propres à caractère industriel ou environnemental et chaque enseigne est attentive à ce que ses activités soient conduites dans des conditions conformes aux pratiques commerciales reconnues ainsi qu'à la bonne maîtrise et prévision des risques inhérents à ses installations, tant à l'égard de ses clients, que des tiers ou de ses collaborateurs. En particulier, les installations recevant du public font l'objet des contrôles de sécurité d'usage.

Il est tenu compte de façon avisée, dans les décisions d'investissement et de gestion du Groupe ainsi que dans la politique correspondante de provisionnement des comptes des entreprises concernées, des risques d'exposition particulière de certaines activités, notamment du fait de leur implantation géographique.

### Risques financiers

#### Risque de signatures

Hormis Gucci Group, l'initiation de produits dérivés est réalisée par l'intermédiaire ou directement par PPR Finance SNC, société du Groupe dédiée à la gestion de trésorerie et au financement. Les contreparties des opérations de produits dérivés font l'objet d'autorisations régulièrement mises à jour en montant et maturité. La notation des contreparties ne peut pas être inférieure au niveau "BBB" chez Standard & Poor's ou à son équivalent chez Moody's.

#### Risque de change

La politique de gestion du risque de change consiste à couvrir les expositions budgétaires hautement probables et/ou les engagements fermes.

Les opérations de couverture sont réalisées par les enseignes dans le cadre de procédures et politiques de gestion du risque de change propre à chacune d'elles. Ces procédures intègrent les principes Groupe définis par Pinault-Printemps-Redoute :

- PPR Finance SNC est la contrepartie unique des opérations de change, sauf contrainte réglementaire ou locale spécifique notamment pour Gucci Group.
- Toute opération de couverture de change est impérativement adossée, en montant et maturité, à un

sous-jacent économique interdisant ainsi toute opération spéculative.

- Toute exposition identifiée est couverte à hauteur de 50 % minimum pour les expositions budgétaires et couverte à 100 % pour les engagements fermes.
- La nature des instruments financiers utilisés en couverture est strictement limitée et est définie par PPR.
- Chaque enseigne met en place un processus de contrôle interne et organise des audits périodiques.
- Les procédures de gestion du risque de change sont validées par Pinault-Printemps-Redoute.

PPR Finance SNC assure le contrôle et le suivi administratif des opérations de change pour le compte des enseignes. PPR Finance SNC dispose des moyens techniques et des systèmes d'information standards référencés sur le marché permettant de valoriser les instruments financiers de change.

#### Risque de taux

La gestion du risque de taux est de la responsabilité de Pinault-Printemps-Redoute, sa gestion est réalisée de manière consolidée. Pinault-Printemps-Redoute fixe l'objectif de répartition entre taux fixe et taux variable de l'endettement financier net consolidé du Groupe, de l'ordre de 60 % à taux variable et de 40 % à taux fixe à moyen terme.

Le risque de taux est analysé à partir de projections de l'évolution de l'endettement financier net consolidé et de l'échéancier des couvertures de taux et des financements émis à taux fixe. Cette analyse permet d'initier les couvertures de taux en adéquation avec l'objectif de répartition taux fixe taux variable du Groupe. La mise en place des produits de couverture appropriés est effectuée par l'intermédiaire de PPR Finance SNC, après accord de la Direction Générale de Pinault-Printemps-Redoute. Compte tenu des opérations de couverture mises en œuvre, une variation instantanée de 1 % des taux d'intérêt aurait un impact de 42 millions d'euros sur le résultat consolidé avant impôt du Groupe (cf. note 25-1).

PPR Finance SNC assure le contrôle et le suivi administratif des opérations de taux et dispose des moyens techniques et des systèmes d'information standards référencés sur le marché permettant de valoriser les instruments financiers de taux.

### Risque de liquidités

La liquidité du Groupe s'est améliorée en 2002, avec un montant des lignes de crédit confirmées non utilisées au 31 décembre 2002 qui s'élève à 2 200 millions d'euros contre 1 519 millions d'euros, hors pôle Crédit et Services Financiers, au 31 décembre 2001. Pinault-Printemps-Redoute SA a notamment mis en place en 2002 un crédit syndiqué de 2,5 milliards d'euros, composé de deux tranches à 3 et 5 ans de 1,25 milliards d'euros chacune, et dont la rémunération est indexée sur le niveau de rating du Groupe.

L'exigibilité anticipée de nos ressources financières est liée au respect de covenants juridiques et financiers. Tous ces covenants sont respectés au 31 décembre 2002. Les principaux covenants financiers sont mentionnés en note 21-6.

### Risques juridiques

Les sociétés du Groupe sont engagées dans un certain nombre de procès ou litiges dans le cours normal des opérations, dont des contentieux avec les administrations fiscales, sociales ou douanières. Les charges pouvant en découler, estimées probables par les sociétés et leurs experts, ont fait l'objet de provisions pour risques et charges. Aucun des contentieux en cours dans lesquels les sociétés du Groupe sont impliquées, de l'avis de leurs experts, ne fait courir de risque au développement du Groupe. L'ensemble de ces risques juridiques, comprenant l'impact des engagements donnés dans le cadre des cessions de contrôle d'entreprises, est provisionné pour 123 millions d'euros (à comparer à 53 millions d'euros de coûts des contentieux et litiges dans le résultat exceptionnel 2002). Aucun de ces risques n'a été identifié comme survenu hors du cours des activités commerciales courantes des sociétés du Groupe.

S'agissant spécialement des garanties données en 2002 dans le cadre de cession d'entreprises par le Groupe :

- Guilbert a réalisé, le 18 octobre 2002, la cession convenue en septembre 2002 de la totalité de ses intérêts dans les activités de vente à distance (soit le capital des sociétés Reliable France, Bernard SA, JPG Benelux, Neat Ideas VPC UK, Mondoffice et Sundex) au Groupe Staples ; une garantie de passif valable deux ans et plafonnée à moins de 85 millions d'euros a été consentie en connaissance notamment de la situation comptable des entreprises au 30 juin 2002.

- Le Groupe a cédé en décembre 2002 à Cetelem 89,81 % du capital de Facet, établissement gérant le crédit à la consommation des clients de Conforama ; il n'a pas été consenti de garantie d'actif ou de passif ; cette cession est accompagnée d'un accord de coopération commerciale de cinq années renouvelable assorti à son issue d'une option d'achat (et d'une option de vente réciproque) du solde de la participation dans Facet ;
- Dans le cadre de l'accord conclu en décembre 2002 au terme duquel le Groupe a cédé au Groupe Crédit Agricole 61 % du capital et des droits de vote de Finaref et Finaref Nordic, une option d'achat (et une option réciproque de vente) a été consentie à concurrence de 29 % sous douze mois en faveur de Pinault-Printemps-Redoute SA et de 10 % à échéance de vingt ans par le groupe Redcats (7,4 %), Fnac (1,2 %) et Printemps (1,4 %) respectivement. Pour assurer la permanence du partenariat commercial entre Finaref et les enseignes dans le domaine du crédit à la consommation auprès de leur clientèle, le Groupe a pris un engagement d'inaliénabilité de vingt-quatre mois de ses participations en leur sein. Des garanties usuelles d'actif net ont été souscrites en faveur du Groupe Crédit Agricole, expirant en avril 2005 et plafonnées à 20 % du prix de cession.

### Assurances

Le Groupe a suscité la mise en place dans ses enseignes depuis plusieurs années de méthodes propres à identifier et traiter les facteurs de risques divers et à inscrire cette démarche dans la politique Assurances du Groupe en recherchant le meilleur équilibre économique (couvertures des risques, primes, auto-assurance).

Les programmes d'assurances mis en place sont gérés et périodiquement appréciés avec la participation active et les recommandations des principaux courtiers locaux et internationaux.

Ces programmes sont souscrits auprès de compagnies de premier plan aux conditions du marché et destinés à fournir les garanties raisonnables contre les conséquences financières d'un sinistre raisonnablement estimé (SRE), tels que :

- les dommages matériels d'incendie, d'explosion, de dégât des eaux, de bris de machine, d'actes de terrorisme et d'attentats atteignant ses biens propres :

immeubles / mobilier / matériel / marchandises / installations informatiques, ceux mis à sa charge, ainsi que les pertes d'exploitation consécutives, pour une durée estimée nécessaire pour une reprise normale d'activité,

- les dommages et pertes de matériel, de marchandises et/ou de biens en cours de transport,
- les dommages consécutifs au vol, à la fraude, aux détournements, aux actes de malveillance portant sur les valeurs, les données et/ou les biens,
- les dommages corporels et matériels consécutifs à des opérations de construction (travaux neufs, rénovation, réhabilitation, etc, ...) réalisées en qualité de Maîtres d'Ouvrage,
- les responsabilités pour les dommages corporels ou matériels causés à autrui par les véhicules à moteur des différentes enseignes,
- les responsabilités au titre de sa responsabilité civile générale et environnementale pour le "risque d'exploitation" et le "risque après livraison" et après prestations de service, en raison des dommages causés aux tiers dans le cadre de ses activités.

La sinistralité auto-assurée par le Groupe (selon la politique de franchise) est de 4,4 millions d'euros en moyenne annuelle, pour une sinistralité récurrente indemnisée par les compagnies d'assurances de 11 millions d'euros (moyenne annuelle).

Les primes payées aux compagnies d'assurances par les différents programmes internationaux "Groupe" s'élèvent à environ 20 millions d'euros par an.

## Risques sociaux

Pinault-Printemps-Redoute n'est pas exposé à des risques sociaux particuliers, autres que ceux pouvant intervenir dans la vie sociale normale de l'entreprise. Le Groupe a mis en place des outils de mesure de son environnement social, tels que l'étude d'opinion "Quel temps fait-il chez vous ?", afin de dresser un état représentatif de l'opinion des salariés au sein de leur entreprise et d'identifier d'éventuels points d'insatisfaction, pouvant, le cas échéant, conduire à des conflits sociaux. Par ailleurs, compte tenu de sa forte présence auprès du grand public, les enseignes attachent une importance toute particulière au traitement préventif des sources de conflits éventuels. Pinault-Printemps-Redoute favorise le dialogue social grâce à la mise en place de comités, tels que le Comité d'Entreprise

Européen. La situation du Groupe en matière d'engagements de retraite et de prévoyance ou d'indemnités de fin de carrière est présentée en annexe (Note 19) aux comptes consolidés. Elle ne présente pas de risques particuliers.

## Risques environnementaux

Le groupe Pinault-Printemps-Redoute s'efforce de réduire l'impact environnemental de ses activités tant en ce qui concerne les produits commercialisés et leurs emballages (recyclage, toxicité, nuisance etc...) qu'en ce qui concerne les processus internes et externes (fabrication, stockage, transport, distribution etc...). Au sein de Pinault-Printemps-Redoute, dont la philosophie de management est fondée sur la décentralisation, l'évaluation et la maîtrise des conséquences de l'activité sur l'environnement font l'objet d'actions spécifiques et différentes dans les sociétés du Groupe en fonction notamment des types de réglementation auxquelles elles sont soumises. De nombreuses initiatives et actions sont déployées dans les différentes enseignes du Groupe, visant notamment à répondre aux différents impacts recensés. Des exemples de ces actions figurent page 49 de ce rapport annuel, dans la partie "La Société et l'environnement".

## Risques éthiques

La question de l'éthique est l'une des préoccupations de Pinault-Printemps-Redoute. En 2002, Pinault-Printemps-Redoute a rédigé un Code de Conduite des Affaires. Fruit d'une réflexion collective associant les différentes enseignes du Groupe, ce document prolonge et complète la Charte Ethique adoptée par Pinault-Printemps-Redoute en 1996. Il fixe les engagements et principes d'action du Groupe envers ses collaborateurs, ses clients, ses actionnaires et ses partenaires commerciaux, ainsi qu'envers l'environnement et la société civile.

Des informations complémentaires figurent page 48, dans la partie "La Société et l'environnement".

## Evénements post-clôture

- Pinault-Printemps-Redoute a remboursé l'emprunt obligataire à option de conversion en actions nouvelles et/ou d'échange (OCEANE) de 1,1 milliard d'euros émise en juin 1999, le 2 janvier 2003.
- Pinault-Printemps-Redoute a augmenté sa participation de 3,8 % dans Gucci Group NV entre le 1<sup>er</sup> janvier 2003 et le 24 janvier 2003 et a donné à Crédit Agricole Indosuez Cheuvreux un mandat discrétionnaire irrévocable pour procéder à l'acquisition de titres Gucci d'un nombre maximum de 3 millions pour la période du 24 janvier au 4 avril 2003. Au 28 février 2003, Pinault-Printemps-Redoute a porté sa participation dans Gucci à 59,7 %.
- La Fnac a décidé de constituer une joint-venture avec le groupe taiwano-japonais Shin Kong Mitsukoshi (SKM), chaîne leader dans l'exploitation des grands magasins de Taiwan. L'objectif de cette alliance est d'accélérer le développement de l'enseigne dans ce pays. Cet accord conduira à l'ouverture de quatre nouveaux magasins d'ici la fin de l'année 2003, dont deux au cours du premier semestre, à Taipei et en province à Tainan et à Taichung. Cette nouvelle structure, baptisée Fayaque Co., Ltd, sera constituée à 40 % par la Fnac et à 60 % par SKM.
- La cession de 61 % du capital et des droits de vote de Finaref et Finaref Nordic au Crédit Agricole a été réalisée le 26 février 2003, suite aux autorisations des autorités réglementaires.

## Tendance de l'activité du Groupe sur le premier bimestre 2003

Sur la base de chiffres provisoires et non audités, l'activité du premier bimestre 2003 confirme la tendance favorable observée sur le 4<sup>e</sup> trimestre 2002.

Le chiffre d'affaires du Groupe est en recul de 5,9 % en réel, sous l'effet d'un impact négatif en termes de change et de périmètre. A périmètre et taux de change comparables, l'activité du Groupe progresse de 2,5 %. Cette évolution reflète notamment la nette accélération de la croissance du pôle Grand Public + 7 % et la bonne tenue de l'activité du pôle Luxe + 1,1 % (novembre-décembre 2002). Le pôle Professionnel est en recul de - 1,2 % avec cependant un mois de février en amélioration à + 0,5 %.

# Comptes consolidés 2002

Rapport des Commissaires aux comptes	<b>96</b>
Compte de résultat consolidé	<b>97</b>
Bilan consolidé	<b>98</b>
Tableau des flux de trésorerie consolidé	<b>100</b>
Variation des capitaux propres consolidés	<b>101</b>
Informations par pôle d'activité	<b>102</b>
Informations par zone géographique	<b>103</b>
Notes annexes	<b>104</b>
Liste des principales filiales consolidées	<b>127</b>

# Rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes consolidés

Exercice clos le 31 décembre 2002

Mesdames, Messieurs,

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées Générales, nous avons procédé au contrôle des comptes consolidés de la Société Pinault-Printemps-Redoute S.A. relatifs à l'exercice clos le 31 décembre 2002, tels qu'ils sont joints au présent rapport.

Les comptes consolidés ont été arrêtés par le Directoire. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes consolidés ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste

également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble. Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes consolidés sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du patrimoine, de la situation financière, ainsi que du résultat de l'ensemble constitué par les entreprises comprises dans la consolidation.

Par ailleurs, nous avons également procédé à la vérification des informations données dans le rapport sur la gestion du Groupe, conformément aux normes professionnelles applicables en France. Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et leur concordance avec les comptes consolidés.

Paris, le 5 mars 2003

Les Commissaires aux comptes

KPMG Audit  
Département de KPMG SA  
Gérard Rivière

Deloitte Touche Tohmatsu

Didier Taupin

# Compte de résultat consolidé

Pour les exercices clos les 31 décembre 2002, 2001 et 2000

(en millions d'euros)	Notes	2002	2001	2000
<b>Chiffre d'affaires</b>		<b>27 375,4</b>	<b>27 798,5</b>	<b>24 761,2</b>
Coût des produits et services vendus		(16 785,6)	(17 170,8)	(15 173,8)
<b>Marge brute</b>		<b>10 589,8</b>	<b>10 627,7</b>	<b>9 587,4</b>
Charges de personnel	3	(3 863,5)	(3 754,1)	(3 351,3)
Autres produits et charges d'exploitation	3	(4 444,5)	(4 456,8)	(3 950,1)
<b>EBITDA</b>		<b>2 281,8</b>	<b>2 416,8</b>	<b>2 286,0</b>
Amortissements et dépréciations		(454,9)	(438,5)	(398,8)
<b>Résultat d'exploitation</b>		<b>1 826,9</b>	<b>1 978,3</b>	<b>1 887,2</b>
<b>Résultat financier</b>	4	<b>(414,6)</b>	<b>(417,8)</b>	<b>(262,4)</b>
<b>Résultat courant avant impôt</b>		<b>1 412,3</b>	<b>1 560,5</b>	<b>1 624,8</b>
Résultat exceptionnel	5	1 278,0	(33,0)	(27,0)
Impôt sur les bénéfices	6	(705,7)	(291,7)	(359,3)
<b>Résultat net des sociétés intégrées</b>		<b>1 984,6</b>	<b>1 235,8</b>	<b>1 238,5</b>
Part dans le résultat des sociétés mises en équivalence	12	(5,8)	6,6	6,3
Amortissement des écarts d'acquisition	9	(234,3)	(149,0)	(118,6)
<b>Résultat net de l'ensemble consolidé</b>		<b>1 744,5</b>	<b>1 093,4</b>	<b>1 126,2</b>
Intérêts minoritaires	18	155,3	340,7	359,2
<b>Résultat net (part du Groupe) <sup>(1)</sup></b>	7	<b>1 589,2</b>	<b>752,7</b>	<b>767,0</b>
Résultat net par action (en euros)	7	13,04	6,32	6,46
Résultat net dilué par action (en euros)	7	12,58	6,21	6,37

(1) Hors éléments exceptionnels nets (Note 7-1.), l'évolution des résultats nets s'établit comme suit :

Résultat net	7	672,2	774,0	783,0
Résultat net par action (en euros)	7	5,52	6,50	6,60
Résultat net dilué par action (en euros)	7	5,37	6,38	6,50

# Bilan consolidé

Aux 31 décembre 2002, 2001 et 2000

<b>ACTIF</b> (en millions d'euros)	Notes	2002	2001	2000
<b>Actif immobilisé</b>				
Ecarts d'acquisition	9	4 216,1	5 291,9	4 411,7
Autres immobilisations incorporelles	10	6 639,3	6 496,1	5 212,4
Immobilisations corporelles	11	2 774,0	2 669,7	2 308,1
Immobilisations financières				
Titres mis en équivalence	12	207,3	76,6	36,9
Titres de participation	13	128,7	151,9	257,6
Autres immobilisations financières <sup>(1)</sup>	14	223,5	453,5	336,6
		<b>559,5</b>	<b>682,0</b>	<b>631,1</b>
<b>Total de l'actif immobilisé</b>		<b>14 188,9</b>	<b>15 139,7</b>	<b>12 563,3</b>
<b>Actif circulant</b>				
Stocks et en-cours	15	3 743,3	3 822,6	3 659,5
Créances d'exploitation <sup>(2)</sup>	16	3 514,8	3 778,8	3 938,5
Concours à la clientèle <sup>(2)</sup>	16	469,5	5 440,1	5 413,3
Créances hors exploitation <sup>(2)</sup>	16	1 093,6	1 088,8	915,3
Créances à court terme sur cessions d'actifs	17	1 857,4	-	-
Valeurs mobilières de placement	17	3 606,5	3 955,4	3 842,5
Disponibilités	17	1 549,6	1 753,8	1 377,1
<b>Total de l'actif circulant</b>		<b>15 834,7</b>	<b>19 839,5</b>	<b>19 146,2</b>
<b>Total de l'actif</b>		<b>30 023,6</b>	<b>34 979,2</b>	<b>31 709,5</b>

(1) Dont à moins d'un an :

68,1

276,3

211,3

(2) Dont à plus d'un an :

313,3

2 053,9

2 002,0

<b>PASSIF</b> (en millions d'euros)	Notes	2002	2001	2000
<b>Capitaux propres</b>				
Capital		489,6	489,6	362,2
Primes d'émission		1 787,9	1 787,9	1 299,8
Ecart de conversion		577,6	838,3	504,6
Réserves consolidées		2 024,4	1 823,6	1 424,3
Résultat de l'exercice - Part du Groupe		1 589,2	752,7	767,0
<b>Capitaux propres - Part du Groupe</b>		<b>6 468,7</b>	<b>5 692,1</b>	<b>4 357,9</b>
Intérêts minoritaires	18	2 718,6	2 867,9	3 021,5
<b>Capitaux propres de l'ensemble consolidé</b>		<b>9 187,3</b>	<b>8 560,0</b>	<b>7 379,4</b>
<b>Provisions pour risques et charges</b>				
Retraites et engagements assimilés <sup>(1)</sup>	19	191,0	149,4	148,8
Autres risques et charges <sup>(1)</sup>	20	427,1	660,4	659,3
		<b>618,1</b>	<b>809,8</b>	<b>808,1</b>
<b>Dettes</b>				
Dettes financières hors financement des concours à la clientèle <sup>(2)</sup>		11 962,3	12 128,0	10 706,8
Financement des concours à la clientèle <sup>(2)</sup>	16	469,5	5 421,7	5 245,2
	21	<b>12 431,8</b>	<b>17 549,7</b>	<b>15 952,0</b>
Dettes d'exploitation <sup>(3)</sup>	22	6 557,6	6 607,3	6 190,4
Dépôts de la clientèle <sup>(3)</sup>	22	-	18,4	168,1
Dettes hors exploitation <sup>(3)</sup>	22	1 228,8	1 434,0	1 211,5
		<b>20 218,2</b>	<b>25 609,4</b>	<b>23 522,0</b>
<b>Total du passif</b>		<b>30 023,6</b>	<b>34 979,2</b>	<b>31 709,5</b>
(1) Dont à moins d'un an :		306,9	344,2	243,6
(2) Dont à moins d'un an :		4 886,5	8 947,9	8 345,2
(3) Dont à plus d'un an :		231,6	139,0	275,0

# Tableau des flux de trésorerie consolidé

Aux 31 décembre 2002, 2001 et 2000

(en millions d'euros)	Notes	2002	2001	2000
Résultat net des sociétés intégrées		1 984,6	1 235,8	1 238,5
Dividendes reçus des sociétés mises en équivalence		4,1	6,6	3,8
Autres charges non décaissées		(702,0)	205,5	253,5
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>8</b>	<b>1 286,7</b>	<b>1 447,9</b>	<b>1 495,8</b>
Variation du besoin en fonds de roulement	8	216,3	360,9	(173,6)
Variation des concours à la clientèle	8	(119,4)	(151,5)	(304,7)
<b>Variation de trésorerie issue des opérations d'exploitation</b>		<b>1 383,6</b>	<b>1 657,3</b>	<b>1 017,5</b>
Acquisitions d'immobilisations corporelles et incorporelles		(868,1)	(872,7)	(731,9)
Cessions d'immobilisations corporelles et incorporelles		195,7	265,9	81,4
<b>Investissement net d'exploitation</b>	<b>8</b>	<b>(672,4)</b>	<b>(606,8)</b>	<b>(650,5)</b>
Investissement financier net	8	2 516,7	(1 818,7)	(2 972,6)
<b>Variation de trésorerie issue des opérations d'investissement</b>		<b>1 844,3</b>	<b>(2 425,5)</b>	<b>(3 623,1)</b>
Variations des emprunts et dettes financières		(1 072,6)	1 226,4	2 716,6
Augmentations de capital	8	1,7	503,3	185,4
Dividendes versés par Pinault-Printemps-Redoute, société mère		(278,4)	(254,3)	(209,0)
Dividendes versés aux minoritaires des filiales consolidées		(99,6)	(393,1)	(68,6)
<b>Variation de trésorerie issue des opérations de financement</b>		<b>(1 448,9)</b>	<b>1 082,3</b>	<b>2 624,4</b>
Incidence de la détention des actions d'autocontrôle		(451,8)	(0,6)	(0,9)
Incidence des écarts de conversion sur la trésorerie		(22,9)	176,1	264,2
<b>Variation nette de la trésorerie <sup>(1)</sup></b>		<b>1 304,3</b>	<b>489,6</b>	<b>282,1</b>
<b>Trésorerie à l'ouverture de l'exercice</b>	<b>17</b>	<b>5 709,2</b>	<b>5 219,6</b>	<b>4 937,5</b>
<b>Trésorerie à la clôture de l'exercice <sup>(1)</sup></b>	<b>17</b>	<b>7 013,5</b>	<b>5 709,2</b>	<b>5 219,6</b>

(1) La variation nette de la trésorerie et la trésorerie à la clôture de l'exercice incluent les créances à court terme sur cessions d'actifs à hauteur de 1 857,4 millions d'euros (Note 17).

# Variation des capitaux propres consolidés

[Avant affectation du résultat]  (en millions d'euros)	Nombre d'actions en circulation <sup>(1)</sup>	Capital	Primes d'émission	Ecart de conversion	Réserves conso- lidées	Capitaux propres		
						Part Groupe	Intérêts mino- ritaires	Totaux
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier 2000</b>	<b>118 793 450</b>	<b>363,4</b>	<b>1 439,4</b>	<b>253,1</b>	<b>1 534,5</b>	<b>3 590,4</b>	<b>2 707,5</b>	<b>6 297,9</b>
Augmentations/Diminutions de capital	(401 795)	(1,2)	(139,6)		2,6	<b>(138,2)</b>		<b>(138,2)</b>
Dividendes versés					(209,0)	<b>(209,0)</b>	(66,6)	<b>(275,6)</b>
Autocontrôle	387 650				96,2	<b>96,2</b>		<b>96,2</b>
Ecart de conversion				251,5		<b>251,5</b>	82,8	<b>334,3</b>
<b>Résultat de l'exercice</b>					<b>767,0</b>	<b>767,0</b>	<b>359,2</b>	<b>1 126,2</b>
Variations de périmètre						-	(61,4)	<b>(61,4)</b>
<b>Au 31 décembre 2000</b>	<b>118 779 305</b>	<b>362,2</b>	<b>1 299,8</b>	<b>504,6</b>	<b>2 191,3</b>	<b>4 357,9</b>	<b>3 021,5</b>	<b>7 379,4</b>
Augmentations/Diminutions de capital	3 615 175	127,4	488,1		(113,3)	<b>502,2</b>		<b>502,2</b>
Dividendes versés					(254,3)	<b>(254,3)</b>	(231,6)	<b>(485,9)</b>
Autocontrôle	(370)				(0,1)	<b>(0,1)</b>		<b>(0,1)</b>
Ecart de conversion				333,7		<b>333,7</b>	100,0	<b>433,7</b>
<b>Résultat de l'exercice</b>					<b>752,7</b>	<b>752,7</b>	<b>340,7</b>	<b>1 093,4</b>
Variations de périmètre						-	(362,7)	<b>(362,7)</b>
<b>Au 31 décembre 2001</b>	<b>122 394 110</b>	<b>489,6</b>	<b>1 787,9</b>	<b>838,3</b>	<b>2 576,3</b>	<b>5 692,1</b>	<b>2 867,9</b>	<b>8 560,0</b>
Augmentations/Diminutions de capital						-		-
Dividendes versés					(278,4)	<b>(278,4)</b>	(67,5)	<b>(345,9)</b>
Autocontrôle	(1 604 245)				(273,5)	<b>(273,5)</b>		<b>(273,5)</b>
Ecart de conversion				(260,7)		<b>(260,7)</b>	(43,7)	<b>(304,4)</b>
<b>Résultat de l'exercice</b>					<b>1 589,2</b>	<b>1 589,2</b>	<b>155,3</b>	<b>1 744,5</b>
Variations de périmètre						-	(193,4)	<b>(193,4)</b>
<b>Au 31 décembre 2002 <sup>(2)</sup></b>	<b>120 789 865</b>	<b>489,6</b>	<b>1 787,9</b>	<b>577,6</b>	<b>3 613,6</b>	<b>6 468,7</b>	<b>2 718,6</b>	<b>9 187,3</b>

(1) Valeur nominale des actions de 4 euros après décision du Directoire du 30 août 2001.

(2) Nombre d'actions au capital : 122 394 480.

# Informations par pôle d'activité

(en millions d'euros)	Grand Public	Luxe	Professionnel	Crédit et Services Financiers	Divers	Eliminations	Total consolidé
<b>2002</b>							
Chiffre d'affaires	12 063,0	2 541,7	12 000,2	807,9	21,4	(58,8)	<b>27 375,4</b>
Résultat d'exploitation	613,0	308,5	606,8	312,8	(14,2)		<b>1 826,9</b>
Capacité d'autofinancement d'exploitation	844,2	433,9	711,3	353,2	(11,0)		<b>2 331,6</b>
Investissement net d'exploitation	(184,5)	(388,6)	(106,7)	(14,6)	22,0		<b>(672,4)</b>
Actif immobilisé d'exploitation	4 993,9	5 499,8	3 026,4	88,2	41,2	(20,1)	<b>13 629,4</b>
Besoin en fonds de roulement d'exploitation	(496,1)	544,8	696,6	7,7	(39,6)	(12,9)	<b>700,5</b>
Concours à la clientèle nets des dépôts				469,5			<b>469,5</b>
Effectifs moyens	51 092	10 459	45 155	1 508	209		<b>108 423</b>
<b>2001</b>							
Chiffre d'affaires	11 953,1	2 541,6	12 519,9	799,8	23,6	(39,5)	<b>27 798,5</b>
Résultat d'exploitation	590,5	403,3	712,7	271,2	0,6		<b>1 978,3</b>
Capacité d'autofinancement d'exploitation	817,2	511,3	792,2	308,2	4,8		<b>2 433,7</b>
Investissement net d'exploitation	(324,0)	(326,6)	(31,2)	(24,2)	99,2		<b>(606,8)</b>
Actif immobilisé d'exploitation	5 252,9	5 179,3	3 784,2	218,8	42,9	(20,4)	<b>14 457,7</b>
Besoin en fonds de roulement d'exploitation	(411,7)	519,8	947,8	(31,3)	(9,8)	(20,7)	<b>994,1</b>
Concours à la clientèle nets des dépôts				5 421,7			<b>5 421,7</b>
Effectifs moyens	50 677	9 482	45 998	1 202	212		<b>107 571</b>
<b>2000</b>							
Chiffre d'affaires	10 771,4	2 210,1	11 056,3	741,1	22,0	(39,7)	<b>24 761,2</b>
Résultat d'exploitation	562,2	419,4	677,9	240,2	(12,5)		<b>1 887,2</b>
Capacité d'autofinancement d'exploitation	747,8	484,2	779,9	263,3	(5,1)		<b>2 270,1</b>
Investissement net d'exploitation	(294,9)	(193,2)	(148,5)	(4,3)	(9,6)		<b>(650,5)</b>
Actif immobilisé d'exploitation	4 245,0	3 668,2	3 658,8	250,8	130,1	(20,7)	<b>11 932,2</b>
Besoin en fonds de roulement d'exploitation	(133,6)	329,7	1 224,6	(20,9)	6,6	1,2	<b>1 407,6</b>
Concours à la clientèle nets des dépôts				5 245,2			<b>5 245,2</b>
Effectifs moyens	46 510	7 531	41 867	1 284	202		<b>97 394</b>

# Informations par zone géographique

Les informations ci-dessous correspondent aux zones d'implantation des sociétés du Groupe consolidées par intégration globale. La répartition des chiffres d'affaires par zone de commercialisation est très proche de celle par zone d'implantation des sociétés.

(en millions d'euros)	France	Europe	Amériques	Afrique	Océanie	Asie	Total consolidé
<b>2002</b>							
Chiffre d'affaires	12 642,2	6 724,1	5 261,7	1 229,3	614,7	903,4	<b>27 375,4</b>
Résultat d'exploitation	856,3	389,8	240,5	91,5	44,4	204,4	<b>1 826,9</b>
Actif immobilisé d'exploitation	5 297,3	5 985,7	1 969,6	141,7	144,2	90,9	<b>13 629,4</b>
Effectifs moyens	54 552	26 023	14 458	8 641	2 194	2 555	<b>108 423</b>
<b>2001</b>							
Chiffre d'affaires	12 598,6	6 613,2	5 900,3	1 151,4	601,9	933,1	<b>27 798,5</b>
Résultat d'exploitation	928,8	433,5	235,8	91,3	35,3	253,6	<b>1 978,3</b>
Actif immobilisé d'exploitation	5 894,1	5 791,7	2 369,1	114,4	145,9	142,5	<b>14 457,7</b>
Effectifs moyens	53 340	25 624	16 123	7 863	2 211	2 410	<b>107 571</b>
<b>2000</b>							
Chiffre d'affaires	11 751,1	5 563,0	5 085,4	982,2	611,0	768,5	<b>24 761,2</b>
Résultat d'exploitation	888,0	374,7	320,8	79,3	40,1	184,3	<b>1 887,2</b>
Actif immobilisé d'exploitation	4 742,2	4 201,0	2 401,1	110,7	156,4	320,8	<b>11 932,2</b>
Effectifs moyens	50 378	20 699	14 203	7 825	2 149	2 140	<b>97 394</b>

# Notes annexes aux comptes consolidés

## 1- Règles et méthodes comptables

Les comptes consolidés sont établis en conformité avec le règlement du Comité de la Réglementation Comptable (CRC) N° 99-02. Dans ce cadre, le Groupe a choisi de ne pas retraiter selon les nouvelles règles et de manière rétrospective les opérations d'acquisition et de cession réalisées avant le 1<sup>er</sup> janvier 2000.

Les états financiers des sociétés consolidées, établis selon les règles comptables en vigueur dans leurs pays respectifs, sont retraités afin d'appliquer les principes comptables du Groupe.

Les comptes consolidés sont établis selon des règles de présentation et d'évaluation identiques à celles de l'exercice précédent.

Depuis le 1<sup>er</sup> janvier 2002, le Groupe applique le règlement N° 00-06 sur les passifs adopté par le CRC. L'application de ce règlement n'a pas eu d'effet sur les capitaux propres à l'ouverture.

### 1-1. Consolidation

Les entreprises d'importance significative ou représentant un investissement stratégique et contrôlées de manière exclusive par le groupe Pinault-Printemps-Redoute sont intégrées globalement.

Les entreprises dans lesquelles le groupe Pinault-Printemps-Redoute exerce une influence notable sur la gestion et la politique financière sont mises en équivalence.

Les participations répondant aux critères ci-dessus, mais qui ne présentent pas à leur date d'acquisition de caractère durable de détention, sont exclues du périmètre de consolidation. Elles sont évaluées à leur prix de revient et diminuées d'une dépréciation si nécessaire. Les participations dans lesquelles le Groupe a cessé d'exercer une influence sont déconsolidées et les titres correspondants sont évalués au plus bas de leur valeur d'équivalence à la date de sortie du périmètre ou de leur valeur d'utilité.

Les transactions, ainsi que les actifs et passifs réciproques significatifs entre les entreprises consolidées par intégration globale sont éliminés. Les résultats sur les opérations internes entre les sociétés contrôlées sont intégralement éliminés. Les résultats sur les opérations internes avec les participations mises en équivalence sont éliminés dans la limite du pourcentage de participation du Groupe dans ces sociétés.

La consolidation est réalisée à partir des comptes (ou de situations intermédiaires) arrêtés au 31 décembre pour toutes les sociétés, à l'exception de Gucci Group (société

cotée qui clôture ses comptes à fin janvier), qui est consolidé sur la base d'une situation de 12 mois arrêtée à fin octobre.

Le compte de résultat consolidé intègre les comptes de résultat des sociétés acquises au cours de l'exercice à compter de la date de leur acquisition. Il intègre les comptes de résultat des sociétés cédées en cours d'exercice jusqu'à la date de cession.

Les informations concernant les principales variations de périmètre sont mentionnées dans la Note 2-3.

### 1-2. Intégration des états financiers des filiales du pôle Crédit et Services Financiers

#### a. Principes de présentation

Les sociétés du pôle Crédit et Services Financiers contrôlées de manière exclusive sont consolidées par intégration globale. Pour ces sociétés, les éléments du résultat « bancaire ordinaire » sont répartis sur les différentes rubriques composant le résultat courant du Groupe, les éléments d'exploitation étant classés en résultat d'exploitation consolidé. Les postes d'actif et de passif ont été affectés selon leur nature aux rubriques *ad hoc* du bilan consolidé du Groupe, en distinguant la part des concours à la clientèle et les dépôts de la clientèle respectivement à l'actif et au passif du bilan consolidé.

La contribution du pôle Crédit et Services Financiers est présentée dans le tableau de l'information par pôle d'activité.

#### b. Principes d'évaluation

Les contrats d'échange à terme de change et de taux d'intérêt sont comptabilisés conformément au règlement 90-15 modifié du Comité de la Réglementation Bancaire et Financière (CRBF). Les charges et les produits sont inscrits au compte de résultat prorata temporis et font l'objet d'un enregistrement pour leur montant net. Les pertes latentes des contrats d'échange de taux d'intérêt classés en opération spéculative font l'objet d'une provision déterminée en fonction de la valeur de marché estimée à l'arrêté. Les pertes et gains latents des contrats classés en gestion globale du risque de taux ne sont pas comptabilisés.

Les opérations sur titres et les valeurs mobilières de placement sont comptabilisées conformément au règlement CRBF 90-01 modifié et à l'instruction 94-07 de la Commission Bancaire. Les valeurs mobilières de placement sont évaluées à la clôture au prix du marché.

Les provisions pour dépréciation des comptes clients sont constituées en fonction de la perte estimée probable, sur base statistique pour l'activité de crédit à la consommation.

### c. Définition de l'Endettement Financier Net du Groupe

Pour les sociétés du pôle Crédit et Services Financiers consolidées par intégration globale, le financement des concours à la clientèle est présenté en dettes financières. Cependant, l'Endettement Financier Net du Groupe (EFN) représente les dettes financières nettes de la trésorerie active et s'entend hors financement des concours à la clientèle du pôle Crédit et Services Financiers.

### 1-3. Conversion des états financiers des sociétés étrangères

Les états financiers des filiales étrangères sont convertis en euros comme suit :

- les postes du bilan sont convertis sur la base des cours de change en vigueur à la date de clôture de l'exercice,
- les postes du compte de résultat et de la variation de trésorerie sont convertis sur la base du cours moyen de change de l'exercice,
- les écarts de conversion résultant de la variation entre les cours de clôture de l'exercice précédent et ceux de l'exercice en cours, ainsi que ceux provenant de la différence entre taux de change moyen et taux de change à la clôture, sont portés en « Ecart de conversion » inclus dans les capitaux propres consolidés,
- les écarts de conversion relatifs à des emprunts en devises couvrant un investissement en monnaie étrangère ou à des avances permanentes aux filiales sont portés en « Ecart de conversion » inclus dans les capitaux propres consolidés.

### 1-4. Comptabilisation des opérations en devises

Les transactions libellées en devises étrangères sont converties au cours de change en vigueur à la date de l'opération ou au taux de la couverture de change qui leur est affectée, le cas échéant.

En fin d'exercice, les actifs et passifs libellés en devises étrangères et non couverts sont convertis au cours de change en vigueur à la date de clôture des comptes.

Les gains et les pertes de change latents résultant de ces conversions sont inclus en résultat financier.

### 1-5. Instruments financiers de change et de taux

Le Groupe utilise divers instruments financiers pour réduire son exposition aux risques de change et de taux.

Il s'agit d'instruments cotés sur des marchés organisés ou de gré à gré négociés avec des contreparties de premier rang.

Ces instruments financiers sont comptabilisés comme suit :

#### a. Contrats de change à terme

Les contrats de change à terme sont négociés afin de couvrir des transactions commerciales comptabilisées au bilan ou des opérations futures ayant un caractère d'engagement ferme.

Ils sont comptabilisés de façon symétrique aux éléments couverts.

#### b. Swaps de taux d'intérêt

Les charges et les produits générés par les swaps de taux d'intérêt qui couvrent des éléments d'actif et de passif financiers sont comptabilisés de façon symétrique aux éléments couverts.

Les swaps de taux d'intérêt dont le caractère de couverture ne peut être démontré sont évalués à leur valeur de marché et font l'objet d'une provision pour risques en cas de moins-value latente, les plus-values latentes ne sont pas comptabilisées.

#### c. Autres instruments financiers

La comptabilisation en résultat des produits et charges sur instruments financiers de couverture est symétrique à celle de l'instrument couvert.

Les instruments financiers de gré à gré qui ne répondent pas aux critères de couverture sont évalués à leur valeur de marché et font l'objet d'une provision pour risques en cas de moins-value latente.

Le montant nominal des contrats souscrits sur instruments financiers à terme ou optionnels figure dans les engagements hors bilan (Note 25).

Les principes appliqués dans les sociétés financières sont résumés en Note 1-2.

### 1-6. Ecart d'acquisition

Lors de l'acquisition des titres d'une filiale consolidée, la totalité des éléments identifiables de l'actif acquis et du passif pris en charge est évaluée en fonction de l'usage prévu par le Groupe. Les actifs non destinés à l'exploitation sont évalués à leur valeur de marché. Les actifs destinés à l'exploitation sont évalués à leur valeur d'utilité pour le Groupe. Celui-ci dispose de l'année qui suit l'exercice de l'acquisition pour finaliser ces évaluations.

Le Groupe comptabilise l'incidence de l'évaluation à la juste valeur des éléments identifiables selon la méthode de réestimation partielle. Les actifs correspondants sont donc reconnus au bilan à hauteur du pourcentage de détention du Groupe.

L'écart entre le prix d'acquisition des titres, y compris les frais accessoires, et la quote-part correspondante dans l'actif net identifiable à la date de la prise de participation est inscrit à l'actif du bilan sous la rubrique « Ecart d'acquisition » (Note 9).

Les écarts d'acquisition sont généralement amortis linéairement sur une période de 40 ans, sauf lorsque les hypothèses retenues et les objectifs fixés lors de l'acquisition motivent une durée inférieure.

#### 1-7. Autres immobilisations incorporelles

Compte tenu des secteurs d'activité du Groupe, les marques, enseignes, parts de marché et fonds de commerce peuvent constituer des éléments d'actifs identifiables significatifs constatés lors de la prise de contrôle d'entreprises consolidées.

Dans ce cas, il s'agit d'éléments de notoriété reconnue, identifiables, dont il est possible de vérifier l'évolution de la valeur. Leur valeur immobilisée repose sur des rapports d'experts indépendants, faisant référence à des critères appropriés aux activités concernées et directement en relation avec leur chiffre d'affaires et leur rentabilité (Note 10).

#### 1-8. Evaluation des écarts d'acquisition et autres immobilisations incorporelles

La valeur nette comptable des écarts d'acquisition et des autres immobilisations incorporelles fait l'objet d'un examen à la date du bilan afin de déterminer s'il existe des indices révélant une altération de leur valeur. Si de tels indices existent, un test de dépréciation est effectué par comparaison entre la valeur comptable de l'actif net de l'enseigne comprenant l'actif immobilisé et le besoin en fonds de roulement, et sa valeur recouvrable.

La valeur recouvrable est définie comme la valeur la plus élevée entre la valeur vénale estimée à partir de valorisations de marché et la valeur d'utilité. La valeur d'utilité est déterminée par référence à la valeur des flux financiers futurs après impôt définis à partir des plans à moyen terme établis par le management, et en actualisant ces flux financiers futurs avec le taux approprié.

Un amortissement ou une dépréciation exceptionnel de l'actif immobilisé est comptabilisé lorsque la valeur recouvrable est inférieure à la valeur comptable.

### 1-9. Immobilisations corporelles

#### a. Immobilisations acquises en propre

Les immobilisations corporelles figurent au bilan à leur coût historique d'acquisition pour le Groupe, hors frais financiers. Les effets des réévaluations d'actifs sont extournés à l'exception de ceux résultant de la réévaluation légale française de 1976.

Le mode d'amortissement principalement utilisé dans le Groupe est le mode linéaire. Les amortissements sont pratiqués en fonction des durées normales d'utilisation suivantes :

Constructions	20 à 40 ans
Agencements et aménagements des terrains et constructions	10 à 20 ans
Installations techniques et matériels	3 à 10 ans
Matériel de transport	4 à 8 ans
Matériel et mobilier de bureau	7 à 10 ans

#### b. Immobilisations acquises en location financement

Les acquisitions de biens mobiliers et immobiliers en location financement et d'un montant significatif sont comptabilisées comme si les biens concernés avaient été acquis en pleine propriété. Sont considérés comme des contrats de location financement ceux qui ont pour effet de transférer au preneur l'essentiel des avantages et risques inhérents à la propriété d'un bien.

La valeur des biens ainsi financés figure à l'actif du bilan consolidé et est amortie selon les durées indiquées en a.

Les dettes correspondantes sont inscrites en dettes financières au passif du bilan consolidé.

Les plus-values réalisées à l'occasion d'opérations de lease back sont étalées en résultat sur la durée du contrat.

#### 1-10. Immobilisations financières

La valeur brute des titres de participation des sociétés non consolidées et autres titres immobilisés figurant au bilan est constituée par leur coût d'acquisition.

Une provision pour dépréciation est constituée lorsque leur valeur d'inventaire est inférieure à la valeur d'acquisition.

La valeur d'inventaire des titres correspond à leur valeur d'utilité pour le Groupe ; celle-ci est notamment déterminée en tenant compte de la quote-part de situation nette détenue (éventuellement réévaluée), des perspectives de rentabilité et, pour les sociétés cotées, des cours de bourse lorsque ceux-ci sont pertinents à l'évaluation (Note 13).

### 1-11. Stocks et en-cours

Les stocks sont évalués au coût d'acquisition ; celui-ci est déterminé selon des règles adaptées aux métiers exercés :

- valorisation selon une méthode assimilable à celle du « premier entré, premier sorti » (FIFO) dans la majorité des entités du Groupe,
- valorisation au prix de vente après abattement correspondant à la marge et à la démarque (méthode définie par le guide des « Entreprises à commerces multiples ») chez Printemps et Gucci.

Une provision pour dépréciation est constituée lorsque la valeur de remplacement ou de réalisation des stocks est inférieure à leur coût de revient et chaque fois qu'ils présentent des risques de non écoulement à des conditions normales (Note 15).

### 1-12. Valeurs mobilières de placement

Les valeurs mobilières de placement figurent au bilan pour leur prix d'acquisition ou leur valeur de marché si celle-ci est inférieure. Dans le cas de titres cotés, cette valeur de marché est déterminée sur la base du cours moyen de bourse du dernier mois de l'exercice.

### Obligations

Les obligations sont comptabilisées à leur date d'acquisition pour le montant nominal corrigé de la prime ou décote. Le montant des intérêts courus et non échus est enregistré dans la rubrique « Créances hors exploitation ».

### SICAV

Les actions de SICAV sont enregistrées à leur coût d'acquisition hors droit d'entrée. Elles sont estimées à la clôture de l'exercice à leur valeur liquidative. Toutefois, les plus-values latentes ne sont pas constatées.

### Titres de créances négociables

Ces titres (certificats de dépôts et bons des sociétés financières notamment) sont souscrits sur le marché primaire, ou acquis sur le marché secondaire. Dans ce cas, ils sont comptabilisés à leur coût d'acquisition sous déduction des intérêts courus à cette date.

Les intérêts précomptés sont inscrits en produits financiers prorata temporis au titre de l'exercice.

### 1-13. Titres Pinault-Printemps-Redoute auto-détenus

Les actions de la société Pinault-Printemps-Redoute détenues par les sociétés du Groupe consolidées par intégration globale sont inscrites :

- en valeurs mobilières de placement, à l'actif du bilan consolidé, lorsque ces titres auto-détenus sont, dès l'origine, affectés explicitement à l'attribution aux salariés ou destinés à régulariser les cours,
- en diminution des capitaux propres dans les comptes consolidés dans les autres cas.

Le traitement comptable du résultat de cession des actions auto-détenues résulte également de l'intention attribuée à leur détention. Seules les cessions de titres destinés aux salariés ou aux régularisations de cours (ou intervention en fonction des conditions de marché) sont portées dans le compte de résultat. Dans les autres cas, le résultat de cession ainsi que les effets d'impôts correspondants sont enregistrés dans les capitaux propres consolidés.

### 1-14. Frais d'émission d'emprunts et d'augmentation de capital - primes de remboursement d'emprunts

Les frais d'émission d'emprunts sont étalés sur la durée de vie de l'emprunt.

Les emprunts sont comptabilisés à leur valeur d'émission. Les primes d'émission ou de remboursement éventuelles nettes d'impôts sont systématiquement étalées sur la durée de vie de l'emprunt conformément aux méthodes préférentielles.

Les frais d'augmentation de capital et de fusion de la société Pinault-Printemps-Redoute sont prélevés sur les primes d'émission ou de fusion.

### 1-15. Imposition différée

Le Groupe comptabilise des impôts différés selon la méthode du report variable pour l'ensemble des différences temporaires entre les valeurs fiscales et les valeurs comptables des actifs et passifs enregistrés au bilan consolidé à l'exception :

- des écarts d'acquisition lorsque leur amortissement n'est pas déductible fiscalement,
- des écarts d'évaluation portant sur des actifs incorporels non amortis ne pouvant être cédés séparément de l'entreprise acquise.

Les soldes nets d'imposition différée sont déterminés sur la base de la situation fiscale de chaque société ou du résultat d'ensemble des sociétés comprises dans les périmètres d'intégration fiscale. Les actifs nets d'impôts différés ne sont comptabilisés que si la société ou l'ensemble intégré fiscalement a une assurance raisonnable de les récupérer au cours des années ultérieures ; les actifs correspondant à des déficits fiscaux reportables ne sont

inscrits au bilan que si leur récupération est probable. L'échéancier de reversement de certaines différences temporaires significatives ne pouvant être déterminé précisément, les actifs et passifs d'impôts ne sont pas actualisés.

#### **1-16. Provisions pour indemnités de fin de carrière et engagements assimilés**

Les sociétés du Groupe participent, selon les lois et usages de chaque pays, à la constitution des retraites de leurs salariés.

Pour les régimes à prestations définies, les engagements du Groupe au titre des indemnités et des compléments de retraite sont déterminés selon la méthode prospective sur la base des conventions ou accords en vigueur dans chaque société. Des évaluations actuarielles sont effectuées chaque année pour les régimes les plus importants et à intervalles réguliers pour les autres régimes.

Les hypothèses actuarielles utilisées pour déterminer les engagements varient selon les conditions économiques du pays dans lequel le régime est situé. L'évaluation tient compte, sur la base d'hypothèses actuarielles, du niveau de rémunération future et de la durée d'activité probable du salarié, de l'espérance de vie et de la rotation du personnel. Les engagements futurs ainsi calculés sont ramenés en valeur actuelle en utilisant un taux d'actualisation approprié.

Les écarts actuariels résultent principalement des modifications d'hypothèses et de la différence entre les résultats selon les hypothèses actuarielles et les résultats effectifs des régimes à prestations définies. Ces écarts sont étalés sur la durée de vie active moyenne résiduelle attendue des membres du personnel du régime concerné, pour la part excédant les 10 % du montant le plus élevé entre les engagements et la juste valeur des actifs.

A la clôture de l'exercice, la provision correspond aux engagements de retraite ainsi évalués, nets de la juste valeur des actifs des régimes et des écarts actuariels non encore amortis (Note 19).

Pour les régimes à cotisations définies, les cotisations sont inscrites en charges lorsqu'elles sont encourues.

La charge future relative aux frais médicaux des personnes en retraite ou appelées à la prendre est couverte par des fonds d'assurance.

#### **1-17. Autres provisions pour risques et charges**

##### **a. Provisions pour risques sur activités africaines**

L'implantation du Groupe sur des zones géographiques à risques a pour corollaire une politique adaptée en matière de provisions.

Celles-ci, présentées en provisions pour risques et charges jusqu'au 31 décembre 2001, sont dorénavant inscrites en déduction des comptes d'actifs d'exploitation auxquels elles se rapportent.

##### **b. Provisions pour vérifications fiscales**

Le montant des redressements notifiés (ou en cours de notification) par l'administration ne fait pas l'objet d'une provision si la société concernée estime que les points soulevés ne sont pas fondés et s'il existe une probabilité satisfaisante de faire valoir le bien-fondé de sa position dans le contentieux en cours l'opposant à l'administration.

La part des redressements qui ne fait pas l'objet d'un contentieux avec l'administration est enregistrée en dettes dès que le montant en est connu.

##### **c. Provisions pour restructuration**

Le coût des restructurations est intégralement provisionné dans l'exercice lorsque les conditions suivantes sont remplies :

- le plan de restructuration est formalisé et détaillé,
- le plan de restructuration est connu des tiers concernés à la date de clôture de l'exercice.

Ce coût correspond essentiellement aux coûts sociaux (indemnités de licenciements, préretraites, préavis non réalisés...), aux fermetures d'exploitations et aux indemnités de rupture de contrat engagé avec des tiers.

##### **d. Autres provisions**

Les autres provisions incluent notamment :

- les débours, estimés par les sociétés et leurs conseils, au titre de litiges, contentieux et actions de réclamations de la part de tiers,
- l'effet probable des garanties données par le Groupe lors de cessions d'immobilisations ou de filiales.

#### **1-18. Tableau des flux de trésorerie**

Les dotations nettes aux provisions pour dépréciation des actifs circulants sont maintenues en déduction de la capacité d'autofinancement parce qu'elles ont la nature de charges décaissables.

Les effets sur les flux de trésorerie de la détention d'actions d'autocontrôle sont présentés sur une ligne distincte « Incidence de la détention des actions d'autocontrôle ». Ces effets résultent, d'une part, de la dépréciation des actions d'autocontrôle classées en valeurs mobilières de placement, d'autre part, de l'impact sur la trésorerie du Groupe des achats d'actions d'autocontrôle classées en diminution des capitaux propres dans les comptes consolidés.

### 1-19. EBITDA

Cet indicateur financier correspond au résultat d'exploitation augmenté des dotations nettes aux amortissements et provisions sur actifs immobilisés d'exploitation comptabilisées en résultat d'exploitation.

### 1-20. Distinction entre résultat courant et résultat exceptionnel

Les produits et charges exceptionnels du compte de résultat consolidé incluent les éléments exceptionnels provenant des activités ordinaires et les éléments extraordinaires.

Les éléments exceptionnels provenant des activités ordinaires sont ceux dont la réalisation n'est pas liée à l'exploitation courante de l'entreprise soit parce qu'ils sont anormaux dans leur montant ou leur incidence, soit parce qu'ils surviennent rarement (Note 5).

### 1-21. Résultat par action

Le résultat net par action avant dilution est obtenu en divisant le résultat net (part du Groupe) par le nombre moyen pondéré d'actions en circulation au cours de l'exercice.

Tous les titres donnant un droit illimité aux bénéficiaires sont pris en considération. Les actions de la société consolidante détenues par les sociétés consolidées sont exclues du nombre moyen pondéré d'actions en circulation. En revanche, les actions propres destinées aux salariés ou à des régularisations de cours et classées en valeurs mobilières de placement sont maintenues au dénominateur (Note 1.13).

Le résultat net dilué par action est calculé en retenant l'ensemble des instruments donnant un accès différé au capital de la société consolidante, qu'ils soient émis par celle-ci ou par une de ses filiales. La dilution est déterminée instrument par instrument, compte tenu des conditions existant à la date de clôture et en excluant les instruments antidilutifs.

Lorsque les fonds correspondant à la création potentielle d'actions sont recueillis dès la date d'émission des instruments dilutifs (cas des obligations convertibles), le numérateur est égal au résultat net avant dilution augmenté des économies de frais financiers réalisées en cas de conversion, pour leur montant net d'impôt.

Lorsque les fonds sont recueillis lors de l'exercice des droits (cas des options de souscription), ils sont supposés être affectés en priorité au rachat d'actions au prix du marché - à la date de clôture de l'exercice ou au cours moyen du dernier mois s'il est jugé plus représentatif - et ce uniquement si celui-ci est supérieur au prix d'exercice du droit.

Dans les deux cas, les fonds sont pris en compte prorata temporis lors de l'année d'émission des instruments dilutifs et au premier jour de l'exercice pour les années suivantes.

En cas de résultat exceptionnel significatif, un résultat net hors éléments exceptionnels par action est calculé en corrigeant le résultat net (part du Groupe) des éléments exceptionnels pour leur montant net d'impôt et d'intérêts minoritaires.

## 2- Evolution du périmètre de consolidation

### 2-1. Périmètre de consolidation

Les comptes consolidés du groupe Pinault-Printemps-Redoute établis au 31 décembre 2002 regroupent les comptes des sociétés dont la liste est donnée en annexe.

### 2-2. Faits marquants

#### Cession de la branche « Vente à Distance » de Guilbert

En octobre 2002, le Groupe a cédé à Staples Inc. l'activité « Vente à Distance » de son enseigne Guilbert. Cet ensemble regroupe les activités européennes suivantes : JPG et Bernard en France et en Belgique, Neat Ideas en Grande-Bretagne, Kalamazoo en Espagne ainsi que la société Mondoffice en Italie.

Le prix payé par Staples Inc. s'élève à 825 millions d'euros correspondant au rachat de l'ensemble des activités de « Vente à Distance » sans endettement. Cette opération s'est traduite par une plus-value avant impôt de 355 millions d'euros.

### Cessions au sein du pôle Crédit et Services Financiers

En décembre 2002, le Groupe a cédé l'ensemble de ses activités de « Crédit à la consommation » en procédant, d'une part, à la cession par Finaref et Conforama de la société Facet à BNP Paribas, d'autre part, à la cession par Pinault-Printemps-Redoute et Redcats de Finaref (hors Facet), et par Barbicam International Holding BV de Finaref Nordic à Crédit Agricole SA.

Au cours de l'exercice, et préalablement aux cessions évoquées ci-dessus, le Groupe a procédé au rachat de la participation de 5,4 % dans Finaref détenue par Capitalia (Banca di Roma). Ainsi, à la date des cessions, le Groupe détenait 100 % de l'ensemble de ses activités de « Crédit à la consommation ».

Le 9 décembre 2002, dans le cadre de l'accord conclu entre Pinault-Printemps-Redoute, Conforama Holding et BNP Paribas, le Groupe a cédé 89,81 % de sa participation dans Facet. Sur la base d'une valorisation de l'ensemble cédé de 965 millions d'euros pour 100 %, le prix de cession avant commissions et frais s'est élevé à 866,7 millions d'euros.

Le 20 décembre 2002, dans le cadre de l'accord conclu entre Pinault-Printemps-Redoute, Redcats, Barbicam International Holding BV et Crédit Agricole SA, le Groupe a cédé 61 % de sa participation dans Finaref et Finaref Nordic. Sur la base d'une valorisation de l'ensemble cédé de 2 525 millions d'euros pour 100 %, le prix de cession avant commissions et frais s'est élevé à 1 540,3 millions d'euros. Préalablement à la date de réalisation, Finaref a distribué au Groupe un dividende brut de 1 004,4 millions d'euros. La créance à court terme issue de cette cession est enregistrée en « Trésorerie et assimilés » dans les comptes consolidés du Groupe sur une ligne distincte « Créances à court terme sur cessions d'actifs ».

La plus-value consolidée avant impôt, dégagée sur l'ensemble de ces opérations, s'élève à 1 485,7 millions d'euros.

### 2-3. Principales variations du périmètre de consolidation

#### Entrées en périmètre de consolidation

Les principales entrées en périmètre de consolidation réalisées au cours de l'exercice sont :

- Printemps : consolidation de Madelios à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2002
- CFAO : consolidation de Ibn Sina Laborex à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2002

L'impact sur les principaux agrégats financiers au 31 décembre 2002 est résumé comme suit :

(en millions d'euros)	Chiffre d'affaires	Résultat d'exploitation	Capitaux engagés *	Endettement financier net
Printemps Madelios	14,9	(1,9)	4,5	18,0
CFAO Ibn Sina Laborex	25,6	(2,3)	2,2	1,6
<b>Autres acquisitions du pôle Professionnel</b> (Chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'euros)				
CFAO	23,7	2,2	7,7	4,0
Rexel	2,8	0,1	0,3	(0,1)
PBM	9,8	0,4	2,5	(1,5)
<b>Total</b>	<b>76,8</b>	<b>(1,5)</b>	<b>17,2</b>	<b>22,0</b>

\* Capitaux engagés = Actif immobilisé + Besoin en Fonds de Roulement.

#### Rachat d'intérêts minoritaires

- Pinault-Printemps-Redoute a racheté la participation de 5,4 % dans Finaref détenue par Capitalia (Banca di Roma) (Note 2-2).

#### Cessions

Les principales opérations de cessions du Groupe concernent :

- La cession de la branche « Vente à Distance » de Guilbert (Note 2-2) en octobre 2002

L'impact sur les principaux agrégats financiers au 31 décembre 2002 et au 31 décembre 2001 est résumé comme suit :

Activité « Vente à Distance » de Guilbert (en millions d'euros)	2002	2001
<b>Impact sur le compte de résultat consolidé</b>		
Chiffre d'affaires	351,7	441,3
Résultat d'exploitation	36,9	47,4
EBITDA	41,1	52,6
Résultat net (part du Groupe)	10,8	15,3
<b>Impact sur le bilan consolidé *</b>		
Capitaux engagés	416,0	380,3
dont écarts d'acquisition nets	397,8	407,0
dont autres actifs immobilisés	41,6	33,0
dont BFR	(23,4)	(59,7)
Endettement financier net	187,1	99,8
Provisions pour risques et charges	20,0	22,0
<b>Impact sur le tableau des flux de trésorerie consolidé</b>		
Capacité d'autofinancement	22,2	23,5

\* Impact sur le bilan à la date de cession.

- Les cessions de Facet, Finaref et Finaref Nordic au sein du pôle Crédit et Services Financiers (Note 2-2) en décembre 2002.

L'impact sur les principaux agrégats financiers au 31 décembre 2002 et au 31 décembre 2001 est résumé comme suit :

(en millions d'euros)	2002		2001	
	Finaref (y.c. Facet)	Finaref Nordic	Finaref (y.c. Facet)	Finaref Nordic
<b>Impact sur le compte de résultat consolidé</b>				
Chiffre d'affaires	691,3	54,3	692,9	50,6
Résultat d'exploitation	286,9	17,9	245,6	15,9
EBITDA	298,2	17,9	261,6	16,0
Résultat net (part du Groupe)	646,8	10,2	202,9	9,0
<b>Impact sur le bilan consolidé *</b>				
Capitaux engagés	(271,5)	42,7	136,5	89,5
dont écarts d'acquisition nets	38,2	54,6	89,8	90,7
dont autres actifs immobilisés	83,7	-	127,6	-
dont BFR (hors concours à la clientèle)	(393,4)	(11,9)	(80,9)	(1,2)
Financement des concours à la clientèle	4 865,7	188,7	4 766,6	177,5
Provisions pour risques et charges	98,3	-	84,9	-
<b>Impact sur le tableau des flux de trésorerie consolidé</b>				
Capacité d'autofinancement	228,2	25,6	254,9	4,4

\* Impact sur le bilan à la date de cession.

#### 2-4. Compte de résultat proforma

Afin de permettre une meilleure comparaison des comptes 2002 et 2001, des comptes de résultat proforma ont été préparés selon les principes suivants :

- les sociétés cédées ou déconsolidées en 2002 et 2001 ont été déconsolidées à partir du 1<sup>er</sup> janvier 2001.
- les sociétés acquises, consolidées par intégration globale pour la première fois en 2002 et au cours de l'exercice 2001, ont été intégrées sur 12 mois en 2002 et en 2001.
- les résultats financiers de 2002 et 2001 ont été retraités afin de prendre en compte sur 12 mois, au taux de financement moyen du Groupe (hors Gucci Group) de la période, les frais et produits financiers afférents aux acquisitions et cessions de sociétés.
- pour les filiales étrangères, les postes du compte de résultat de l'exercice 2001 ont été convertis au cours de change moyen de l'exercice 2002.

(en millions d'euros)	2002	2001
	Proforma	Proforma
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>26 275,6</b>	<b>26 421,1</b>
Coût des produits et services vendus	(16 453,2)	(16 637,7)
<b>Marge brute</b>	<b>9 822,4</b>	<b>9 783,4</b>
Charges de personnel	(3 762,3)	(3 630,2)
Autres produits et charges d'exploitation	(4 136,0)	(4 095,5)
<b>EBITDA</b>	<b>1 924,1</b>	<b>2 057,7</b>
Amortissements et dépréciations	(439,4)	(417,7)
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>1 484,7</b>	<b>1 640,0</b>
<b>Résultat financier</b>	<b>(292,9)</b>	<b>(262,3)</b>
<b>Résultat courant avant impôt</b>	<b>1 191,8</b>	<b>1 377,7</b>
<b>Amortissement des écarts d'acquisition <sup>(1)</sup></b>	<b>(132,5)</b>	<b>(129,7)</b>

(1) Hors amortissement exceptionnel.

Le compte de résultat proforma de Gucci Group est établi sur une période de 12 mois du 1<sup>er</sup> novembre au 31 octobre.

### 3- Résultat d'exploitation

#### 3-1. Charges de personnel

La décomposition des charges de personnel par enseigne est la suivante :

(en millions d'euros)	2002	2001
Printemps	(171,9)	(161,9)
Conforama	(399,8)	(386,1)
Redcats	(689,5)	(673,9)
Fnac	(506,4)	(474,9)
Orcanta	(8,3)	(6,4)
<b>Grand Public</b>	<b>(1 775,9)</b>	<b>(1 703,2)</b>
<b>Luxe</b>	<b>(491,8)</b>	<b>(453,0)</b>
Rexel	(921,4)	(947,0)
Pinault Bois & Matériaux	(180,6)	(177,8)
Guilbert	(273,5)	(279,2)
CFAO	(128,7)	(108,9)
<b>Professionnel</b>	<b>(1 504,2)</b>	<b>(1 512,9)</b>
<b>Crédit et Services Financiers</b>	<b>(65,3)</b>	<b>(62,2)</b>
<b>Divers</b>	<b>(26,3)</b>	<b>(22,8)</b>
<b>Total</b>	<b>(3 863,5)</b>	<b>(3 754,1)</b>

Les charges de personnel comprennent 3 728,4 millions d'euros en 2002 au titre du personnel propre au Groupe dont 53,4 millions d'euros de participation (3 611,7 millions d'euros en 2001 dont 55,4 millions d'euros de participation des salariés), le solde étant essentiellement constitué de charges de personnel externe au Groupe (intérimaires, etc.).

### 3-2. Autres produits et charges d'exploitation

Les autres produits et charges d'exploitation hors dotations nettes aux amortissements et provisions sur actifs immobilisés d'exploitation se décomposent comme suit :

(en millions d'euros)	2002	2001
Investissements commerciaux et publicitaires	(1 507,5)	(1 590,0)
Frais de fonctionnement	(2 744,8)	(2 644,5)
Coûts immobiliers	(657,7)	(620,9)
Autres frais de fonctionnement	(2 087,1)	(2 023,6)
Produits et charges d'exploitation divers	(192,2)	(222,3)
<b>Total</b>	<b>(4 444,5)</b>	<b>(4 456,8)</b>

## 4- Résultat financier

Le résultat financier s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2002	2001
Frais financiers générés par l'endettement	(502,1)	(645,3)
Résultat financier sur actifs de trésorerie	91,7	185,3
Résultat financier sur immobilisations financières	6,8	43,4
Résultat financier sur opérations d'exploitation	(11,0)	(1,2)
<b>Total</b>	<b>(414,6)</b>	<b>(417,8)</b>

Le poste « Résultat financier sur immobilisations financières » inclut les dividendes reçus des sociétés non consolidées pour 4,3 millions d'euros (15,5 millions d'euros en 2001).

## 5- Résultat exceptionnel

Le résultat exceptionnel s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2002	2001
Cessions d'actifs financiers	1 853,4	11,2
Coûts des restructurations	(230,9)	(72,9)
Coûts des litiges et contentieux	(53,0)	(12,9)
Autres profits / (pertes) exceptionnels	(291,5)	41,6
<b>Total</b>	<b>1 278,0</b>	<b>(33,0)</b>

Le poste « Cessions d'actifs financiers » inclut notamment la plus-value de cession avant impôt réalisée sur la vente des activités « Vente à Distance » de Guilbert à hauteur de 355 millions d'euros, et les plus-values de cession avant impôt réalisées sur la vente des activités de « Crédit à la consommation » à hauteur de 1 485,7 millions d'euros.

Le poste « Coût des restructurations » concerne le pôle Grand Public pour 128,5 millions d'euros (31,3 millions d'euros en 2001) et le pôle Professionnel pour 102,1 millions d'euros (40,4 millions d'euros en 2001).

Le poste « Autres profits / (pertes) exceptionnels » inclut notamment la dépréciation des actions propres Pinault-Printemps-Redoute à hauteur de 179,2 millions d'euros, et des dépréciations exceptionnelles d'éléments d'actifs et autres charges de Rexel à hauteur de 66,6 millions d'euros.

## 6- Impôt sur les bénéfices

### 6-1. Analyse de la charge d'impôt

La charge d'impôt sur les bénéfices s'analyse comme suit :

(en millions d'euros)	2002	2001
<b>Résultat avant impôt *</b>	<b>2 690,3</b>	<b>1 527,5</b>
Charge d'impôt courant	(736,7)	(344,6)
Impôt de distribution	(8,7)	(3,3)
(Charge)/Produit d'impôt différé	39,7	56,2
<b>Charge totale d'impôt</b>	<b>(705,7)</b>	<b>(291,7)</b>
<b>Taux effectif d'imposition</b>	<b>26,23 %</b>	<b>19,10 %</b>

\* Résultat net des sociétés intégrées augmenté de la charge d'impôt sur les bénéfices.

### 6-2. Rationalisation de la charge d'impôt

L'écart entre le taux normal d'imposition en France et le taux effectif d'imposition du Groupe s'analyse ainsi :

(en % du résultat avant impôt)	2002	2001
<b>Taux d'impôt en France</b>	<b>33,33 %</b>	<b>33,33 %</b>
Effet de l'imposition des filiales étrangères	- 6,11 %	- 7,95 %
<b>Taux normal moyen du Groupe</b>	<b>27,22 %</b>	<b>25,38 %</b>
Contribution exceptionnelle de 3 % et 3,3 % en 2002 et de 6 % et 3,3 % en 2001	0,35 %	0,80 %
Effet des différences permanentes et des éléments taxés à taux réduits	- 2,88 %	- 0,84 %
Effet des différences temporaires non comptabilisées	0,73 %	0,03 %
Création/(utilisation) de reports fiscaux déficitaires nette de l'effet des intégrations fiscales	0,81 %	- 6,27 %
<b>Taux effectif d'imposition</b>	<b>26,23 %</b>	<b>19,10 %</b>

En France, le Groupe a opté pour l'intégration fiscale au sein de trois entités : Pinault-Printemps-Redoute SA (178 sociétés), Rexel SA (24 sociétés) et Finaref SA (8 sociétés).

### 6-3. Déficits fiscaux reportables

La variation des déficits fiscaux reportables, n'ayant pas conduit à la comptabilisation d'impôts différés actifs, peut être résumée de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2002	2001
<b>Au 1<sup>er</sup> janvier</b>	<b>763,8</b>	<b>901,1</b>
Déficits créés au titre de l'exercice	326,0	80,2
Déficits imputés sur l'exercice	(118,9)	(175,3)
Variations de périmètre et de change	[39,3]	[42,2]
<b>Au 31 décembre</b>	<b>931,6</b>	<b>763,8</b>

Au 31 décembre 2002, les économies d'impôt potentielles liées à ces déficits sont reportables selon l'échéancier suivant :

(en millions d'euros)	2002	2001
<b>Déficits reportables avec une échéance</b>		
A moins de cinq ans	136,3	91,6
A plus de cinq ans	76,7	64,7
<b>Sous-total</b>	<b>213,0</b>	<b>156,3</b>
<b>Déficits indéfiniment reportables</b>	<b>88,7</b>	<b>82,5</b>
<b>Total</b>	<b>301,7</b>	<b>238,8</b>

## 7- Résultat net et résultat par action

### 7-1. Résultat net corrigé

(en millions d'euros)	2002	2001
<b>Résultat net (part du Groupe)</b>	<b>1 589,2</b>	<b>752,7</b>
Rémunération des équivalents actions	10,7	26,2
<b>Résultat net après correction</b>	<b>1 599,9</b>	<b>778,9</b>

Le résultat net (part du Groupe) intègre 1 278 millions d'euros de résultat exceptionnel (- 33 millions d'euros en 2001 et - 27 millions d'euros en 2000) et 84,5 millions d'euros d'amortissement exceptionnel sur écart d'acquisition, soit 917 millions d'euros après impôts et intérêts minoritaires (- 21,3 millions d'euros en 2001 et - 16 millions d'euros en 2000).

Hors éléments exceptionnels, le résultat net corrigé s'établit comme suit :

(en millions d'euros)	2002	2001
<b>Résultat net (part du Groupe)</b>	<b>1 589,2</b>	<b>752,7</b>
Eléments exceptionnels nets d'impôt et intérêts minoritaires	(917,0)	21,3
<b>Résultat net hors éléments exceptionnels</b>	<b>672,2</b>	<b>774,0</b>
Rémunération des équivalents actions	10,7	26,2
<b>Résultat net hors éléments exceptionnels après correction</b>	<b>682,9</b>	<b>800,2</b>

### 7-2. Nombre d'actions retenues

(en actions)	2002	2001
Nombre moyen pondéré		
- d'actions ordinaires émises	122 394 480	119 120 986
- d'actions auto-détenues	(535 963)	(507)
<b>Total avant dilution</b>	<b>121 858 517</b>	<b>119 120 479</b>
Nombre moyen pondéré d'équivalents actions		
- obligations convertibles	5 307 813	6 262 650
- options de souscription	20 910	53 706
<b>Total après dilution</b>	<b>127 187 240</b>	<b>125 436 835</b>

Le cours moyen du mois de décembre 2002 (77,09 euros) a été utilisé pour le calcul des équivalents actions au 31 décembre 2002 (147,6 euros au 31 décembre 2001).

Les obligations convertibles émises par Pinault-Printemps-Redoute sont considérées comme des instruments dilutifs, à l'exception de l'emprunt obligataire à option de conversion émis en 1999 dont l'amortissement au 1<sup>er</sup> janvier 2003 était certain à la date de clôture de l'exercice 2002.

## 8- Tableau des flux de trésorerie

### 8-1. Capacité d'autofinancement (CAF)

Elle se décompose comme suit :

(en millions d'euros)	2002	2001
CAF d'exploitation	2 331,6	2 433,7
CAF financière	(414,1)	(414,5)
CAF exceptionnelle et impôt	(630,8)	(571,3)
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>1 286,7</b>	<b>1 447,9</b>

### 8-2. Variation du besoin en fonds de roulement (BFR)

Cette variation s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2002	2001
Variation du BFR d'exploitation hors concours à la clientèle	138,2	308,0
Variation du BFR hors exploitation	78,1	52,9
<b>Variation du besoin en fonds de roulement</b>	<b>216,3</b>	<b>360,9</b>
<b>Variation des concours à la clientèle</b>	<b>(119,4)</b>	<b>(151,5)</b>

### 8-3. Investissement net d'exploitation

Les investissements nets d'exploitation s'analysent par enseigne comme suit :

(en millions d'euros)	2002	2001
Printemps	22,7	(43,4)
Conforama	(64,2)	(95,4)
Redcats	(38,6)	(54,8)
Fnac	(100,9)	(113,3)
Orcanta	(3,5)	(17,1)
<b>Grand Public</b>	<b>(184,5)</b>	<b>(324,0)</b>
<b>Luxe</b>	<b>(388,6)</b>	<b>(326,6)</b>
Rexel	(31,3)	12,5
Pinault Bois & Matériaux	(14,9)	(4,1)
Guilbert	(27,7)	(16,6)
CFAO	(32,9)	(23,0)
<b>Professionnel</b>	<b>(106,8)</b>	<b>(31,2)</b>
<b>Crédit et Services Financiers</b>	<b>(14,6)</b>	<b>(24,2)</b>
<b>Divers</b>	<b>22,1</b>	<b>99,2</b>
<b>Total</b>	<b>(672,4)</b>	<b>(606,8)</b>

### 8-4. Investissement financier net

L'investissement financier net se compose des éléments suivants :

(en millions d'euros)	2002	2001
Acquisitions de titres de participation	(592,3)	(1 989,4)
Cessions de titres de participation	3 075,8	229,7
Variation de périmètre sur la trésorerie	307,0	39,7
Flux net sur autres immobilisations financières	(71,8)	(95,3)
Décalage de trésorerie	(202,0)	(3,4)
<b>Total</b>	<b>2 516,7</b>	<b>(1 818,7)</b>

Les principales acquisitions et cessions de l'exercice sont décrites en Note 2.

### 8-5. Augmentations du capital

Les flux de trésorerie sur augmentations de capital s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	2002	2001
Augmentations nettes de capital de Pinault-Printemps-Redoute	-	502,2
Augmentations de capital des filiales non suivies par la maison mère	1,7	1,1
<b>Total</b>	<b>1,7</b>	<b>503,3</b>

En 2001, l'augmentation du capital de Pinault-Printemps-Redoute résultait principalement de la conversion de 3 077 073 obligations de l'OCEANE émise en novembre 2001.

### 9- Ecarts d'acquisition

Les écarts d'acquisition se décomposent comme suit :

(en millions d'euros)	31.12.2002		31.12.2001	
	Brut	Amortissement	Net	Net
<b>Grand Public</b>				
Printemps	61,4	(11,2)	50,2	27,8
Conforama	909,9	(78,5)	831,4	966,9
Redcats	1 004,4	(181,9)	822,5	1 001,8
Fnac	498,3	(87,1)	411,2	422,7
<b>Professionnel</b>				
Rexel	1 570,2	(182,0)	1 388,2	1 552,2
Pinault Bois & Matériaux	112,1	(19,4)	92,7	92,3
Guilbert	617,1	(171,5)	445,6	961,9
CFAO	124,4	(41,7)	82,7	73,7
<b>Crédit et Services Financiers</b>	<b>97,7</b>	<b>(9,4)</b>	<b>88,3</b>	<b>188,5</b>
<b>Divers</b>	<b>9,4</b>	<b>(6,1)</b>	<b>3,3</b>	<b>4,1</b>
<b>Total</b>	<b>5 004,9</b>	<b>(788,8)</b>	<b>4 216,1</b>	<b>5 291,9</b>

Les principales variations s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	
<b>Valeur nette au 31 décembre 2001</b>	<b>5 291,9</b>
Augmentations suite aux acquisitions	71,8
Diminutions suite aux cessions	(490,6)
Dont cession de la « Vente à Distance » de Guilbert	(397,8)
Dont cessions au sein du pôle Crédit et Services Financiers	(92,8)
Affectation des écarts d'acquisition	(127,3)
Ecart de conversion	(295,4)
Dotations aux amortissements	(149,8)
Amortissement exceptionnel	(84,5)
<b>Valeur nette au 31 décembre 2002</b>	<b>4 216,1</b>

Compte tenu de la valeur de marché estimée de la société Guilbert qui pourrait être cédée dans un avenir proche, un amortissement exceptionnel des écarts d'acquisition calculé selon la règle du prorata posée par les deux avis du Comité d'urgence 97-B en date du 11 juillet 1997 et 2000-E en date du 21 décembre 2000 a été constaté :

- en amortissement exceptionnel pour 84,5 millions d'euros sur l'écart d'acquisition constaté à l'actif du bilan.

- en amortissement exceptionnel « notionnel » pour 339,1 millions d'euros sur les écarts d'acquisition dégagés en 1998 et 1999 sur la quote-part de l'acquisition de Guilbert

financée au moyen d'émission d'actions Pinault-Printemps-Redoute et d'actions propres Pinault-Printemps-Redoute ayant fait l'objet d'une imputation sur la prime d'émission à hauteur respectivement de 406 millions d'euros et 409 millions d'euros, soit 815 millions d'euros au total. Au 31 décembre 2002, l'amortissement cumulé théorique (sur 40 ans) de ces écarts d'acquisition avant amortissement exceptionnel s'élevait respectivement à 50,8 millions d'euros et 40,9 millions d'euros, soit 91,7 millions d'euros au total.

## 10- Autres immobilisations incorporelles

Elles s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31.12.2002		31.12.2001	
	Brut	Amortissement Dépréciation	Net	Net
Enseignes, marques et parts de marché	5 550,9	(27,8)	5 523,1	5 518,1
Fonds de commerce et droit au bail	444,2	(48,6)	395,6	306,7
Autres immobilisations incorporelles	963,7	(243,1)	720,6	671,3
<b>Total</b>	<b>6 958,8</b>	<b>(319,5)</b>	<b>6 639,3</b>	<b>6 496,1</b>

Elles se décomposent comme suit :

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
<b>Grand Public</b>		
Printemps	197,0	196,3
Conforama	491,0	488,1
Redcats	603,6	614,9
Fnac	93,6	112,7
Orcanta	21,9	20,7
<b>Luxe</b>	<b>4 718,7</b>	<b>4 524,9</b>
<b>Professionnel</b>		
Rexel	458,1	459,3
Pinault Bois & Matériaux	6,4	5,5
Guilbert	19,7	27,5
CFAO	24,9	23,3
<b>Crédit et Services Financiers</b>	<b>-</b>	<b>19,9</b>
<b>Divers</b>	<b>4,4</b>	<b>3,0</b>
<b>Total</b>	<b>6 639,3</b>	<b>6 496,1</b>

L'évolution du poste entre 2002 et 2001 résulte notamment de l'affectation en marque Gucci de l'écart complémentaire dégagé sur l'acquisition de titres sur l'exercice 2002.

## 11- Immobilisations corporelles

La ventilation par nature des immobilisations corporelles se présente comme suit :

(en millions d'euros)	31.12.2002		31.12.2001	
	Brut	Amortissement Dépréciation	Net	Net
Terrains et constructions	1 996,7	(665,0)	1 331,7	1 223,4
Matériels et installations	2 932,6	(1 769,6)	1 163,0	1 132,2
Autres immobilisations corporelles	537,0	(257,7)	279,3	314,1
<b>Total</b>	<b>5 466,3</b>	<b>(2 692,3)</b>	<b>2 774,0</b>	<b>2 669,7</b>

L'évolution des immobilisations corporelles s'analyse comme suit :

(en millions d'euros)	31.12.2002		
	Brut	Amortissement Dépréciation	Net
<b>Solde début d'exercice</b>	<b>5 297,5</b>	<b>(2 627,8)</b>	<b>2 669,7</b>
Acquisitions	630,2	-	630,2
Sorties	(220,7)	172,8	(47,9)
Ecart de conversion	(139,8)	100,0	(39,8)
Variations de périmètre	(100,9)	56,8	(44,1)
Dotation aux amortissements	-	(394,1)	(394,1)
<b>Solde fin d'exercice</b>	<b>5 466,3</b>	<b>(2 692,3)</b>	<b>2 774,0</b>
dont location financement	393,6	(143,1)	250,5

Les sorties de l'exercice comprennent notamment les éléments suivants :

- la cession par France Printemps d'un ensemble immobilier à Vélizy ;
- la cession par Pinault-Printemps-Redoute SA d'un ensemble immobilier à Roubaix.

## 12- Titres mis en équivalence

La part du Groupe dans la situation nette et le résultat des sociétés consolidées par mise en équivalence est présentée ci-après :

(en millions d'euros)	31.12.2002			31.12.2001
	Réserves	Résultat	Total	Total
Sodice Expansion	17,8	3,3	21,1	20,1
Crédit et Services Financiers	178,5	(11,1)	167,4	37,8
Autres (inférieurs à 10 millions d'euros)	16,8	2,0	18,8	18,7
<b>Total</b>	<b>213,1</b>	<b>(5,8)</b>	<b>207,3</b>	<b>76,6</b>

Suite aux cessions au sein du pôle Crédit et Services Financiers (Note 2-2.), le Groupe a procédé à la mise en équivalence de sa participation résiduelle de 39 %.

## 13- Titres de participation

Ils s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31.12.2002			31.12.2001
	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette	Valeur nette
Titres de participation dans des sociétés <sup>(1)</sup>				
- non consolidées détenues à plus de 50 %	139,0	(56,2)	82,8	103,6
- non consolidées détenues de 20 à 50 %	12,7	(11,5)	1,2	8,6
Autres titres immobilisés et participations non consolidés détenus à moins de 20 %	54,9	(10,2)	44,7	39,7
<b>Total</b>	<b>206,6</b>	<b>(77,9)</b>	<b>128,7</b>	<b>151,9</b>

(1) Il s'agit soit de titres dont la possession durable est estimée utile à l'activité du Groupe dans le cadre de relations durables avec les sociétés émettrices, mais qui ne présentent pas une importance significative pour le Groupe, soit de titres qui ne présentent pas un caractère durable de détention.

## 14- Autres immobilisations financières

Elles s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Prêts et créances rattachées à des participations	96,7	309,6
Placements des activités d'assurance	3,1	36,4
Autres <sup>(1)</sup>	123,7	107,5
<b>Total</b>	<b>223,5</b>	<b>453,5</b>

(1) Essentiellement constituées de dépôts de garantie.

## 15- Stocks et en-cours

Ils s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Stocks commerciaux	3 953,4	4 027,5
Stocks industriels	199,4	192,2
<b>Valeur brute</b>	<b>4 152,8</b>	<b>4 219,7</b>
Provision pour dépréciation	(409,5)	(397,1)
<b>Total</b>	<b>3 743,3</b>	<b>3 822,6</b>

## 16- Créances d'exploitation et hors exploitation

Ces postes s'analysent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Créances clients et comptes rattachés - Brut	2 105,1	2 379,6
Autres créances d'exploitation - Brut	1 728,1	1 693,1
Provision pour dépréciation	(318,4)	(293,9)
<b>Créances d'exploitation</b>	<b>3 514,8</b>	<b>3 778,8</b>
Concours à la clientèle - Brut	494,9	5 986,0
Provision pour dépréciation	(25,4)	(545,9)
<b>Concours à la clientèle</b>	<b>469,5</b>	<b>5 440,1</b>
Créances sur cessions d'actifs immobilisés - Brut	15,1	58,3
Créances diverses - Brut	647,3	604,3
Impôts différés actif	622,4	527,6
Provision pour dépréciation	(191,2)	(101,4)
<b>Créances hors exploitation</b>	<b>1 093,6</b>	<b>1 088,8</b>
<b>Total</b>	<b>5 077,9</b>	<b>10 307,7</b>

Le financement des concours à la clientèle se présente comme suit :

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Concours à la clientèle - Actif	469,5	5 440,1
Dépôts de la clientèle - Passif	-	(18,4)
<b>Financement des concours à la clientèle</b>	<b>469,5</b>	<b>5 421,7</b>

## 17- Trésorerie et assimilés

Ce poste s'analyse de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31.12.2002		31.12.2001
	Valeur comptable	Valeur de marché	
<b>Créances à court terme sur cessions d'actifs <sup>(1)</sup></b>	<b>1 857,4</b>	<b>1 857,4</b>	-
Obligations	248,9	248,9	289,3
Titres de créances négociables	70,6	70,4	8,7
SICAV, Fonds Communs de Placement, actions et assimilés	2 979,7	2 972,7	3 403,1
Actions propres			
Pinault-Printemps-Redoute	526,6	291,2	282,2
Provision pour dépréciation	[219,3]	-	[27,9]
<b>Valeurs mobilières de placement <sup>(2)</sup></b>	<b>3 606,5</b>	<b>3 583,2</b>	<b>3 955,4</b>
Dépôts à court terme	1 396,2	1 396,2	1 665,6
Autres disponibilités	153,4	153,4	88,2
<b>Disponibilités</b>	<b>1 549,6</b>	<b>1 549,6</b>	<b>1 753,8</b>
<b>Total</b>	<b>7 013,5</b>	<b>6 990,2</b>	<b>5 709,2</b>

(1) Les créances à court terme sur cessions d'actifs concernent les cessions au sein du pôle Crédit et Services Financiers (Note 2-2.).

(2) Les titres Pinault-Printemps-Redoute auto-détenus au 31 décembre 2002 destinés aux salariés figurent dans cette rubrique pour 103,7 millions d'euros en valeur nette représentant 1 345 050 actions et ceux relatifs au maintien de cours figurent pour 216,5 millions d'euros en valeur nette représentant 2 808 983 actions.

La provision pour dépréciation a été actualisée sur la base du cours moyen de bourse du dernier mois de l'exercice et s'élève à 206,4 millions d'euros pour les titres Pinault-Printemps-Redoute auto-détenus. La valeur de marché a été calculée sur la base du cours de bourse au 31 décembre 2002.

## 19- Provisions pour retraites et engagements assimilés

Les principales hypothèses actuarielles utilisées pour l'estimation des obligations du Groupe sont les suivantes :

	Zone euro		Royaume-Uni		Amérique du Nord	
	2002	2001	2002	2001	2002	2001
Taux d'actualisation	5,75 %	6 %	5,50 %	5,75 % - 6 %	6,75 % - 7 %	6,75 % - 7,5 %
Taux de rendement des actifs	6 %	6 %	7 %	7 %	8,5 % - 9 %	8,5 % - 9 %
Taux de croissance des salaires	1,5 % - 3 %	1,5 % - 3 %	3 % - 4,34 %	4 % - 4,5 %	3 %	3 %

Les acquisitions de l'exercice ont porté sur 4 390 355 titres, dont 2 790 355 destinés à la régularisation de cours, et les cessions sur 3 335 titres. Les acquisitions de titres comprennent notamment le rachat de 1 600 000 titres au prix de référence de 170,42 euros par action dans le cadre du dénouement du swap de performance en date du 9 septembre 2002.

## 18- Capitaux propres

### 18-1. Capitaux propres - Part du Groupe

Les informations concernant la composition et l'évolution du capital de Pinault-Printemps-Redoute SA sont désormais intégrées dans la partie « Renseignements divers » du rapport annuel.

### 18-2. Intérêts minoritaires

Les intérêts minoritaires dans les sociétés consolidées par intégration globale se décomposent comme suit :

(en millions d'euros)	31.12.2002			31.12.2001
	Capitaux propres *	Résultat	Total	Total
Groupe Gucci	2 157,7	133,8	2 291,5	2 224,1
Groupe Rexel	342,1	(9,4)	332,7	440,0
Groupe CFAO	65,7	20,6	86,3	78,6
Groupe Crédit et Services Financiers	(8,0)	8,0	-	105,2
Divers	5,8	2,3	8,1	20,0
<b>Total</b>	<b>2 563,3</b>	<b>155,3</b>	<b>2 718,6</b>	<b>2 867,9</b>

\* Y compris les écarts de conversion afférents aux intérêts minoritaires.

La situation en matière d'engagements de retraite et de prévoyance ou d'indemnités de fin de carrière est la suivante :

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Engagements en matière d'indemnités de départ à la retraite et engagements assimilés	(583,1)	(549,7)
Juste valeur des actifs	252,0	301,8
<b>Situation financière nette</b>	<b>(331,1)</b>	<b>(247,9)</b>
Ecart actuariels	135,5	94,8
<b>Provisions pour retraites <sup>(1)</sup></b>	<b>(195,6)</b>	<b>(153,1)</b>

(1) dont :

Provisions pour risques et charges :		
Retraites et engagements assimilés	(191,0)	(149,4)
Charges à payer sur retraites et engagements assimilés	(4,6)	(3,7)

## 20- Autres provisions pour risques et charges

Elles se décomposent comme suit :

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Provisions pour restructurations	117,0	120,6
Provisions pour litiges et contentieux	123,7	109,9
Provisions techniques des activités d'assurance	3,1	36,4
Autres provisions	183,3	393,5
<b>Total</b>	<b>427,1</b>	<b>660,4</b>

La variation des provisions pour risques et charges s'analyse de la façon suivante :

- variations de périmètre et reclassements : - 168,6 millions d'euros
- variations de change : - 10,7 millions d'euros
- dotations nettes : - 54 millions d'euros

L'effet des variations de périmètre provient notamment des cessions au sein du pôle Crédit et Services Financiers à hauteur de 98,3 millions d'euros, et de la cession des activités de « Vente à Distance » de Guilbert à hauteur de 20 millions d'euros.

Les provisions pour risques sur activités africaines (41,9 millions d'euros en 2001) sont inscrites au 31 décembre 2002 en déduction des comptes d'actifs auxquels elles se rapportent.

## 21- Dettes financières

### 21-1. Analyse par catégorie de dettes

(en millions d'euros)	31.12.2002		31.12.2001
	Valeur comptable	Valeur de marché	
Emprunts obligataires convertibles	1 990,5	1 995,6	2 031,8
Autres emprunts obligataires	1 634,9	1 611,2	2 227,7
Lignes de crédit confirmées	5 500,9	5 500,9	4 413,8
Utilisation de lignes de crédit non confirmées	291,8	291,8	2 242,7
Autres emprunts auprès des établissements de crédit	1 569,0	1 549,6	1 941,7
Découverts bancaires et avances en devises	623,0	623,0	934,3
<b>Dettes bancaires et assimilées</b>	<b>11 610,1</b>	<b>11 572,1</b>	<b>13 792,0</b>
Billets de Trésorerie	525,6	525,6	2 790,0
Participation des salariés	77,0	77,0	86,8
Dettes financières diverses	28,1	28,1	649,5
Dettes de crédit bail	191,0	191,0	231,4
<b>Total</b>	<b>12 431,8</b>	<b>12 393,8</b>	<b>17 549,7</b>

L'évolution de la dette brute résulte des variations de périmètre notamment celles liées au pôle Crédit et Services Financiers.

L'endettement brut de Rexel et Gucci s'élève respectivement à 1 266,4 millions d'euros et 1 706,3 millions d'euros à la date de clôture.

La valeur de marché des instruments financiers a été déterminée sur la base des valorisations communiquées par les établissements financiers contreparties des opérations ou à partir d'autres méthodes de valorisation telle que la valeur actualisée des flux de trésorerie en tenant compte du risque de crédit du Groupe à la date de clôture. La valeur de marché des instruments financiers indiquée est présentée avant instruments de couverture.

Au 31 décembre 2002, les dettes financières sont garanties par des sûretés réelles à hauteur de 187,2 millions d'euros (252,5 millions d'euros au 31 décembre 2001).

## 21-2. Analyse par échéance de remboursement

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
N+1	4 886,5	8 947,9
N+2	1 782,3	2 041,9
N+3	3 404,0	2 473,8
N+4	831,9	2 346,5
N+5	1 292,2	1 419,9
Au-delà	234,9	319,7
<b>Total</b>	<b>12 431,8</b>	<b>17 549,7</b>

Il faut noter que l'échéance N+1 intègre le remboursement de l'OCEANE émise en 1999 à échéance 1er janvier 2003, ainsi que l'OCEANE émise en 2001 à échéance 1er janvier 2007 mais dont l'exercice du put par les porteurs en mai 2003 est considéré comme hautement probable. Le solde des remboursements à venir en N+1 est principalement composé de billets de trésorerie et crédit revolving.

Les tirages à court terme sur des lignes adossées à des crédits confirmés à plus d'un an sont classés dans les échéances à plus d'un an.

## 21-3. Analyse par devise de remboursement

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Euro	10 786,4	16 030,6
Yen	621,0	484,0
Dollar américain	390,7	363,5
Couronne suédoise	94,3	116,5
Livre sterling	71,2	95,6
Franc CFA	75,8	79,7
Autres devises	392,4	379,8
<b>Total</b>	<b>12 431,8</b>	<b>17 549,7</b>

Ces informations tiennent compte des opérations de couverture en cours (Note 25).

## 21-4. Analyse par taux d'intérêt

(en millions d'euros)	2002	2001
Endettement financier net moyen à taux fixe	4 070,2	3 305,0
Endettement financier net moyen à taux variable	4 164,8	4 545,5
<b>Endettement financier net moyen</b>	<b>8 235,0</b>	<b>7 850,5</b>
Taux d'intérêt moyen - fixe	3,4 %	4,1 %
Taux d'intérêt moyen - variable	3,9 %	4,5 %
<b>Taux d'intérêt moyen de l'exercice</b>	<b>3,6 %</b>	<b>4,3 %</b>

Ces données correspondent aux encours moyens de l'endettement financier net (dont les charges nettes sont comptabilisées en résultat financier) aux taux moyens de financement sur l'exercice concerné.

Les données sur les taux d'intérêt tiennent compte des opérations de couverture en cours (Note 25).

La baisse du taux moyen résulte pour l'essentiel, de la baisse des principaux indices de taux de référence de la dette et des contributions en année pleine des deux OCEANES émises par Pinault-Printemps-Redoute à taux fixe.

## 21-5. Caractéristiques des principaux emprunts obligataires

Les caractéristiques des principaux emprunts obligataires peuvent être résumées ainsi :

### Emprunt obligataire indexé émis le 30 janvier 1998 (Pinault-Printemps-Redoute SA) :

**Prix d'émission :** 106 714 312,07 euros représentés par 70 000 obligations de 1 524,49 euros nominal.

**Intérêt annuel :** zéro coupon.

**Durée totale de l'emprunt :** 7 ans.

**Remboursement :** le 31 janvier 2005 à un prix de remboursement qui ne pourra en aucun cas être inférieur à 100 % ni supérieur à 228 % de la valeur nominale de l'obligation. Le prix de remboursement compris entre ces deux bornes découle d'une formule d'indexation sur le taux de croissance du titre Pinault-Printemps-Redoute SA.

**Taux de rendement actuariel brut :** entre 0 % et 12,5 % selon le cours de l'action Pinault-Printemps-Redoute SA.

**Solde au 31 décembre 2002 :** 106 714 312,07 euros.

Cet emprunt a fait simultanément l'objet d'un swap contre EURIBOR 3 mois, pour sa totalité.

### Emprunt obligataire émis le 27 mai 1998 (Pinault-Printemps-Redoute SA)

**Prix d'émission :** 304 898 034,48 euros représentés par 400 000 obligations de 762,25 euros nominal.

**Intérêt annuel :** 5,20 %.

**Durée totale de l'emprunt :** 7 ans.

**Remboursement :** en totalité le 27 mai 2005.

**Taux de rendement actuariel brut :** 4,99 %.

**Solde au 31 décembre 2002 :** 304 898 034,48 euros.

Cet emprunt a fait simultanément l'objet d'un swap contre EURIBOR 3 mois, pour sa totalité.

**Emprunt obligataire émis le 19 décembre 2000  
(Pinault-Printemps-Redoute SA)**

**Prix d'émission :** 250 000 000 euros représentés par 250 000 obligations de 1 000 euros nominal.

**Intérêt annuel :** EURIBOR 3 mois + 0,55 %.

**Durée totale de l'emprunt :** 3 ans.

**Remboursement :** en totalité le 19 décembre 2003.

**Solde au 31 décembre 2002 :** 250 000 000 euros.

**Emprunt obligataire émis le 10 juillet 2001  
(Caumartin Participations)**

**Prix d'émission :** 424 743 760 euros représentés par 424 743 760 obligations de 1 euro nominal.

**Intérêt annuel :** 5,2075 %, partiellement indexé sur l'évolution du cours de l'action Pinault-Printemps-Redoute.

**Durée totale de l'emprunt :** 4 ans.

**Remboursement :** en totalité le 11 juillet 2005.

**Solde au 31 décembre 2002 :** 424 743 760 euros.

Cet emprunt a fait simultanément l'objet d'un swap contre EURIBOR 3 mois, à hauteur de 350 000 000 euros.

**Emprunt obligataire émis le 13 juillet 2001  
(Pinault-Printemps-Redoute SA)**

**Prix d'émission :** 300 000 000 euros représentés par 300 000 obligations de 1 000 euros nominal dans le cadre du programme EMTN.

**Intérêt annuel :** EURIBOR 3 mois + 0,50 %.

**Durée totale de l'emprunt :** 3 ans.

**Remboursement :** en totalité le 13 juillet 2004.

**Solde au 31 décembre 2002 :** 300 000 000 euros.

**Emprunt obligataire à option de conversion en actions  
nouvelles et/ou d'échange (OCEANE) émis en 1999  
(Pinault-Printemps-Redoute SA)**

**Prix d'émission :** 999 999 792 euros représentés par 4 784 688 obligations de 209 euros nominal.

**Intérêt annuel :** 1,50 %.

**Durée totale de l'emprunt :** 3 ans et 192 jours.

**Conversion et/ou échange en actions :** 1<sup>er</sup> janvier 2003 à raison de 1 action pour 1 obligation.

**Amortissement :** en totalité le 1<sup>er</sup> janvier 2003 au prix de 216,58 euros.

**Taux de rendement actuariel brut en cas d'absence de conversion :** 2,5 %.

Le solde au 31 décembre 2002 est de 1 127 990 006,84 euros pour 5 208 191 obligations, incluant la prime de remboursement, après notamment :

- émission en 1999 d'un emprunt assimilable de 452 464 obligations à l'occasion de l'OPE sur Guilbert.

- rachat en 2002 de 28 941 obligations pour 6 048 669 euros.

**Emprunt obligataire à option de conversion en actions  
nouvelles et/ou d'échange (OCEANE) émis le 8 novembre  
2001 (Pinault-Printemps-Redoute SA)**

**Prix d'émission :** 1 380 000 050 euros représentés par 8 492 308 obligations de 162,50 euros nominal.

**Intérêt annuel :** 1,50 %.

**Durée totale de l'emprunt :** 5 ans et 54 jours.

**Conversion et/ou échange en actions :** jusqu'au 31 décembre 2001 à raison de 1,157 actions par obligation, et à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2002 à raison de 1 action pour 1 obligation.

**Amortissement normal :** amortissement en totalité le 1<sup>er</sup> janvier 2007 au prix de 162,50 euros.

**Amortissement anticipé au gré des porteurs :** les 8 mai 2003 et 8 novembre 2004 au pair majoré des intérêts courus. Compte tenu du cours de l'action Pinault-Printemps-Redoute, il est considéré comme hautement probable que le remboursement anticipé soit demandé par les porteurs, l'amortissement de l'OCEANE figure donc en 2003 dans l'échéancier de la dette du Groupe.

**Taux de rendement actuariel brut en cas d'absence de conversion :** 1,5 %.

Le solde au 31 décembre 2002 est de 862 519 612,50 euros pour 5 307 813 obligations, après :

- conversion en 2001 de 3 077 000 obligations par Artémis.

- rachat en 2002 de 107 422 obligations pour 17 456 075 euros.

**Emprunt obligataire indexé émis le 11 mai 1998 (Rexel SA)**

**Prix d'émission :** 45 734 705,17 euros représentés par 300 000 obligations de 152,45 euros nominal.

**Intérêt annuel :** zéro coupon.

**Durée totale de l'emprunt :** 10 ans.

**Remboursement :** le 11 mai 2008 à un prix de remboursement qui ne pourra en aucun cas être inférieur à 121,9 % ni supérieur à 260 % de la valeur nominale de l'obligation ; le prix de remboursement compris entre ces deux bornes découle d'une formule d'indexation sur le taux de croissance du titre Rexel.

**Taux de rendement actuariel brut :** entre 2 % et 10,03 % selon le cours de l'action Rexel.

**Solde au 31 décembre 2002 :** 45 734 705,17 euros.

Cet emprunt a fait simultanément l'objet d'un swap contre EURIBOR 3 mois pour sa totalité.

#### **Emprunt obligataire émis le 15 juillet 1998 (Rexel SA)**

**Prix d'émission :** 182 938 820,69 euros représentés par 240 000 obligations de 762,25 euros nominal.

**Intérêt annuel :** 4,80 %.

**Durée totale de l'emprunt :** 6 ans.

**Remboursement :** en totalité au pair le 3 août 2004.

**Taux de rendement actuariel brut :** 4,62 %.

**Solde au 31 décembre 2002 :** 182 938 820,69 euros.

Cet emprunt a fait simultanément l'objet d'un swap contre EURIBOR 3 mois, à hauteur de 121 959 213,79 euros.

#### **Emprunt obligataire convertible émis le 28 mai 1996 (Guilbert SA)**

**Prix d'émission :** 130 471 930,33 euros représentés par 935 344 obligations émises au prix de 139,49 euros, dont un emprunt de 11 856 722,32 euros a été émis en janvier 1997 représentés par 85 000 obligations assimilables aux obligations anciennes émises le 28 mai 1996.

**Intérêt annuel :** 3,50 %.

**Durée totale de l'emprunt :** 7 ans, 6 mois et 20 jours.

**Conversion des obligations en actions :** à tout moment à compter du 11 juin 1996, à raison de 1 action pour 1 obligation.

**Amortissement normal :** amortissement en totalité le 1<sup>er</sup> janvier 2004 par remboursement au prix de 164,80 euros par obligation.

**Taux de rendement actuariel brut en cas d'absence de conversion :** 5,50 %.

**Solde au 31 décembre 2002 :** 129 807 535,40 euros.

La totalité de cet emprunt est détenue par Pinault-Printemps-Redoute SA.

## **21-6. Principaux emprunts à long et moyen terme et lignes de crédit confirmées**

### **a) Détail des principaux emprunts à long et moyen terme**

Le Groupe dispose notamment

- de plusieurs emprunts contractés par PPR Finance pour un montant total de 354,7 millions d'euros, dont les échéances s'échelonnent jusqu'en décembre 2010. Ces

emprunts ont tous été swapés à taux variable contre EURIBOR 3 mois.

- d'un emprunt de 750 millions d'euros contracté par Pinault-Printemps-Redoute SA le 13 décembre 1999 à échéance novembre 2004. Ce financement a été titrisé dans le FCC PPR 11/99 dont l'intégralité des parts est souscrite par Armoris Finance SA, société qui opère son refinancement par émission de billets de trésorerie et dispose d'une notation A1/P1.

- d'un emprunt syndiqué de 126,4 millions d'euros contracté par Rexel SA le 23 juillet 1999, s'amortissant régulièrement jusqu'au 30 mars 2006. L'emprunt émis à taux fixe a fait l'objet d'un swap contre EURIBOR 6 mois.

Solde au 31 décembre 2002 : 70,80 millions d'euros.

- d'un emprunt syndiqué de 72,3 millions d'euros contracté par Conforama Italia SPA le 21 décembre 1999, s'amortissant régulièrement jusqu'au 31 décembre 2009. L'emprunt a été émis à taux variable.

Solde au 31 décembre 2002 : 23,85 millions d'euros.

- d'un emprunt syndiqué de 50 millions d'euros contracté par Empire Stores Group PLC le 26 mai 1999, d'une durée de 6,5 années, s'amortissant régulièrement jusqu'au 28 novembre 2005. L'emprunt a été émis à taux fixe.

Solde au 31 décembre 2002 : 23,85 millions d'euros.

### **b) Lignes de crédit confirmées à disposition du Groupe**

- Le Groupe dispose au 31 décembre 2002 de 7 701 millions d'euros de lignes de crédit confirmées contre 4 753 millions d'euros hors pôle Crédit et Services Financiers au 31 décembre 2001.

- Le solde des lignes de crédit confirmées non utilisées au 31 décembre 2002 s'élève à 2 200 millions d'euros contre 1 519 millions d'euros hors pôle Crédit et Services Financiers au 31 décembre 2001.

### **c) Répartition des lignes de crédits confirmées**

- Pinault-Printemps-Redoute SA et PPR Finance : 5 108 millions d'euros, dont 3 506 millions d'euros à plus d'un an et dont la durée de vie moyenne est de 2,66 ans. Pinault-Printemps-Redoute SA a mis en place en 2002 un crédit syndiqué de 2,5 milliards d'euros, composé de deux tranches de 1,25 milliard d'euros chacune à 3 et 5 ans. Le Groupe s'est engagé à respecter certains ratios financiers (Endettement Financier Net Consolidé / EBITDA Consolidé, EBITDA Consolidé / Frais Financiers Nets Consolidés et Endettement Financier Net Consolidé / Capitaux Propres Consolidés) jusqu'à l'échéance du crédit. La marge applicable est indexée sur le niveau de notation du Groupe.

- Rexel SA : 921 millions d'euros, avec une durée de vie moyenne de 2,20 ans, dont 53 millions d'euros sur Finelec BV et 793 millions d'euros, sous forme d'un crédit syndiqué contracté le 13 septembre 2000. Le crédit syndiqué se décompose en 293 millions d'euros à échéance septembre 2003 et 500 millions d'euros à échéance septembre 2005. Rexel s'est engagé à respecter certains ratios financiers (Endettement Financier Net Consolidé / EBITDA Consolidé, EBIT Consolidé / Frais Financiers Nets Consolidés et Endettement Financier Net Consolidé / Capitaux Propres Consolidés) jusqu'à l'échéance du crédit. La marge applicable au crédit est indexée sur le niveau du ratio Endettement Financier Net Consolidé / EBITDA Consolidé.

- Redcats : 388 millions d'euros, avec une durée de vie moyenne de 1,77 an, dont 2 115 millions de couronnes suédoises (soit 231,10 millions d'euros), 95 millions d'euros à plus d'un an sur Ellos Group et 65 millions de dollars (62 millions d'euros) sur Brylane.

- Gucci Group NV : 1 284 millions d'euros avec une durée de vie moyenne de 3,60 ans, dont 667 millions d'euros contractés le 21 juillet 2000, sous forme d'un crédit syndiqué. Gucci Group NV s'est engagé à respecter certains ratios financiers (Endettement Financier Net Consolidé / EBITDA Consolidé, EBITDA Consolidé / Frais Financiers Nets Consolidés et Endettement Financier Net Consolidé / Capitaux Propres Consolidés) jusqu'à l'échéance du crédit.

Les lignes de crédit sont par ailleurs toutes assorties de covenants juridiques usuels « negative pledge », « pari passu », « cross default ». Tous les covenants financiers et juridiques du Groupe sont respectés au 31 décembre 2002.

## 22- Dettes d'exploitation et hors exploitation

Elles s'analisent de la façon suivante :

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Dettes fournisseurs et comptes rattachés	4 330,6	4 400,9
Avances et acomptes reçus	192,8	145,2
Autres dettes d'exploitation	2 034,2	2 061,2
<b>Dettes d'exploitation</b>	<b>6 557,6</b>	<b>6 607,3</b>
<b>Dépôts de la clientèle (Crédit et Services Financiers)</b>	<b>-</b>	<b>18,4</b>
Dettes sur immobilisations	516,4	387,6
Dettes diverses hors exploitation	510,3	667,3
Impôts différés passif	202,1	379,1
<b>Dettes hors exploitation</b>	<b>1 228,8</b>	<b>1 434,0</b>
<b>Total</b>	<b>7 786,4</b>	<b>8 059,7</b>

## 23- Effectifs et rémunération des organes de direction

### 23-1. Effectifs par enseigne

L'effectif moyen du Groupe, en équivalent temps plein, se décompose par enseigne de la façon suivante :

	2002	2001
Printemps	5 144	4 859
Conforama	11 617	11 313
Redcats	19 133	20 142
Fnac	14 914	14 150
Orcanta	284	213
<b>Grand Public</b>	<b>51 092</b>	<b>50 677</b>
<b>Luxe</b>	<b>10 459</b>	<b>9 482</b>
Rexel	23 772	25 366
Pinault Bois & Matériaux	5 284	5 961
Guilbert	6 729	6 891
CFAO	9 370	7 780
<b>Professionnel</b>	<b>45 155</b>	<b>45 998</b>
<b>Crédit et Services Financiers</b>	<b>1 508</b>	<b>1 202</b>
<b>Divers</b>	<b>209</b>	<b>212</b>
<b>Total Groupe</b>	<b>108 423</b>	<b>107 571</b>

Les effectifs moyens des sociétés acquises en cours d'exercice sont retenus sur la période de consolidation de l'exercice concerné.

L'effectif inscrit du Groupe au 31 décembre par enseigne est le suivant :

	2002	2001
Printemps	5 855	5 542
Conforama	13 247	13 212
Redcats	20 760	21 895
Fnac	18 223	17 286
Orcanta	373	324
<b>Grand Public</b>	<b>58 458</b>	<b>58 259</b>
<b>Luxe</b>	<b>10 860</b>	<b>10 097</b>
Rexel	23 198	24 562
Pinault Bois & Matériaux	5 525	6 331
Guilbert	5 589	7 226
CFAO	9 528	7 818
<b>Professionnel</b>	<b>43 840</b>	<b>45 937</b>
<b>Crédit et Services Financiers</b>	<b>81</b>	<b>1 432</b>
<b>Divers</b>	<b>214</b>	<b>210</b>
<b>Total Groupe</b>	<b>113 453</b>	<b>115 935</b>

### 23-2. Rémunération des organes de direction

Les informations concernant la rémunération des organes de direction de Pinault-Printemps-Redoute SA sont désormais intégrées dans la partie « Renseignements divers » du rapport annuel.

## 24- Engagements de location

### 24-1. Contrats de location non capitalisables

Certaines sociétés du Groupe sont locataires d'ensembles immobiliers et/ou d'équipements selon des contrats de location irrévocables, d'une durée supérieure à un an, et pouvant comporter une clause d'indexation des loyers.

Les loyers futurs minima selon ces contrats s'analysent comme suit :

(en millions d'euros)	31.12.2002
n+1	530,1
n+2	411,1
n+3	338,4
n+4	291,0
n+5	268,0
Au-delà	986,7
<b>Total</b>	<b>2 825,3</b>

## 25- Expositions aux risques de change et de taux d'intérêt

Les engagements hors bilan au 31 décembre 2002 liés aux activités de trésorerie du Groupe s'analysent de la façon suivante :

### 25-1. Exposition aux risques de taux d'intérêt

Le groupe Pinault-Printemps-Redoute utilise pour la gestion du risque de taux d'intérêt de ses actifs et passifs financiers, en particulier de sa dette financière, des instruments dont les en-cours représentés par leur notionnel sont les suivants :

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Swaps prêteurs « taux fixe »	4 159	2 574
Swaps emprunteurs « taux fixe »	3 735	4 505
Achat de FRA's	103	8
Vente de FRA's	103	-
Options, caps, floors, collars	1 334	1 762

Ces instruments peuvent avoir différents objets :

- rendre notamment variable le taux des titres de créances négociables émis à taux révisables et le taux fixe d'emprunts et de tirages de lignes de crédit ; dans ce cadre, le Groupe a conclu des opérations de swaps prêteurs du taux fixe pour 671 millions d'euros ;

- rendre variable le taux des emprunts obligataires à taux fixe ; dans ce cadre, le Groupe a conclu des opérations de swaps prêteurs du taux fixe pour 762 millions d'euros ;

- fixer le taux de financement de Finaref SA ; dans ce cadre, le Groupe a conclu des opérations de swaps prêteurs du taux fixe avec Finaref SA pour 2 726 millions d'euros ;

- fixer le taux des dettes financières à taux variables ; dans ce cadre, le Groupe a conclu des opérations de swaps emprunteurs du taux fixe pour 3 598 millions d'euros, dont 2 726 millions d'euros en couverture de son activité avec Finaref SA avant sa cession, telle que décrite au point ci-dessus ;

- gérer le risque de taux des dettes financières au travers d'opérations conditionnelles ; dans ce cadre, le Groupe a conclu des options pour 1 334 millions d'euros.

Compte tenu de ces opérations de couverture, l'exposition aux risques de taux d'intérêt du Groupe peut être présentée comme suit en distinguant :

- les actifs et passifs financiers à taux fixe, exposés à un risque de prix :

(en millions d'euros)	31.12.2002	Echéancier pour 2002			31.12.2001
		Moins d'un an	Un à cinq ans	Plus de cinq ans	
<b>Actifs financiers à taux fixe</b>	<b>555,4</b>	<b>302,3</b>	<b>252,8</b>	<b>0,3</b>	<b>5 185,4</b>
Emprunts obligataires	2 071,4	1 993,9	77,5	-	2 205,5
Billets de trésorerie	525,6	525,6			2 177,9
Autres dettes financières	1 757,7	400,4	1 314,9	42,4	4 641,8
<b>Passifs financiers à taux fixe</b>	<b>4 354,7</b>	<b>2 919,9</b>	<b>1 392,4</b>	<b>42,4</b>	<b>9 025,2</b>

- les actifs et passifs à taux variable, exposés à un risque de cash-flow :

(en millions d'euros)	31.12.2002	Echéancier pour 2002			31.12.2001
		Moins d'un an	Un à cinq ans	Plus de cinq ans	
<b>Actifs financiers à taux variable</b>	<b>4 552,1</b>	<b>4 340,5</b>	<b>211,6</b>		<b>5 418,3</b>
Emprunts obligataires	1 554,1	250,0	1 258,3	45,8	2 054,1
Billets de trésorerie	-				611,8
Autres dettes financières	6 522,9	1 713,7	4 675,9	133,3	5 859,9
<b>Passifs financiers à taux variable</b>	<b>8 077,0</b>	<b>1 963,7</b>	<b>5 934,2</b>	<b>179,1</b>	<b>8 525,8</b>

Les actifs et passifs financiers sont constitués des éléments du bilan qui portent intérêt.

Compte tenu de l'évolution anticipée de l'endettement financier net sur l'exercice 2003, une variation instantanée de 1 % des taux d'intérêt aurait un impact en année pleine de 42 millions d'euros sur le résultat consolidé avant impôt du Groupe.

## 25-2. Exposition aux risques de change

(en millions d'euros)	Euro	Dollar américain	Livre sterling	Franc suisse	Couronne suédoise	Yen	Autres devises
Actifs monétaires	53,9	492,9	41,8	78,8	4,5	1,6	198,3
Passifs monétaires	(103,8)	(430,7)	(1,3)	(192,2)	-	(626,1)	(90,8)
<b>Exposition brute</b>	<b>(49,9)</b>	<b>62,2</b>	<b>40,5</b>	<b>(113,4)</b>	<b>4,5</b>	<b>(624,5)</b>	<b>107,5</b>
<b>Couvertures sur créances et dettes 2002</b>	<b>(115,0)</b>	<b>(829,8)</b>	<b>(422,3)</b>	<b>-</b>	<b>(35,3)</b>	<b>(368,4)</b>	<b>(437,5)</b>
<b>Couvertures sur engagements pris en 2002</b>							
Achats à terme et swaps de change	(63,2)	362,6	(109,0)		12,7	19,3	15,1
Options		(75,7)				(45,0)	
<b>Total sur engagements</b>	<b>(63,2)</b>	<b>286,9</b>	<b>(109,0)</b>	<b>-</b>	<b>12,7</b>	<b>(25,7)</b>	<b>15,1</b>

Les actifs monétaires sont constitués des créances et prêts ainsi que des valeurs mobilières de placement et disponibilités. Les passifs monétaires sont constitués des dettes financières ainsi que des dettes d'exploitation et dettes diverses.

## 25-3. Autres risques de marché - Risques de crédit

Les transactions du Groupe sur les produits dérivés ont pour seul objet de réduire son exposition globale aux risques de change et de taux d'intérêt naissant de ses activités normales ; elles sont limitées aux marchés organisés ou à des opérations de gré à gré avec des opérateurs de premier plan, sans risque de contrepartie. L'incidence de l'utilisation de produits dérivés sur les résultats du Groupe n'est pas significative pour l'exercice 2002. Les plus ou

moins-values différées nées des engagements et transactions futures couvertes par des produits dérivés ne sont pas significatives au 31 décembre 2002.

Compte tenu du grand nombre de clients répartis dans plusieurs types d'activités, il n'y a pas de concentration du risque de crédit sur les créances détenues par le Groupe. De façon générale, le Groupe considère qu'il n'est pas exposé à un risque de crédit particulier.

## 26- Valeur de marché des instruments financiers

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
<b>Instruments financiers de taux :</b>	<b>21,9</b>	<b>14,7</b>
Swaps prêteurs « taux fixe »	75,9	44,0
Swaps emprunteurs « taux fixe »	(49,5)	(26,3)
Contrats à terme	-	-
Options, caps, floors, collars	(4,5)	(3,0)
<b>Instruments financiers de change :</b>	<b>8,8</b>	<b>(22,7)</b>
en couverture de dettes et créances		
Swaps de change	6,2	(13,9)
en couverture d'engagements		
Contrats à terme de devises	(59,6)	(25,7)
Options	62,2	16,9

La valeur de marché des instruments dérivés a été fournie par les établissements financiers contreparties aux transactions ou calculée sur la base des prix de marchés à la date de clôture.

## 27- Autres engagements hors bilan et risques éventuels

### 27-1. Engagement d'achat de titres Gucci

Dans le cadre de l'accord tripartite intervenu le 10 septembre 2001 entre Pinault-Printemps-Redoute, Gucci et LVMH, le groupe Pinault-Printemps-Redoute s'est engagé à effectuer une offre publique d'achat, entre le 22 mars et le 30 avril 2004, à 101,5 \$ par action Gucci.

Dans l'hypothèse où le cours de l'action Gucci serait inférieur à 101,5 \$, l'engagement maximum s'élèverait à 4,7 milliards de dollars, sur la base du nombre de titres Gucci en circulation au 31 décembre 2002.

### 27-2. Engagements donnés et reçus dans le cadre des cessions au sein du pôle Crédit et Services Financiers

Le Groupe a cédé en décembre 2002 à Cetelem 89,81 % du capital de Facet, établissement gérant le crédit à la consommation des clients de Conforama ; il n'a pas été consenti de garantie d'actif ou de passif ; cette cession est accompagnée d'un accord de coopération commerciale de cinq années renouvelable assorti à son issue d'une option d'achat (et d'une option de vente réciproque) du solde de la participation de 10 % de Conforama dans Facet.

Dans le cadre de l'accord conclu en décembre 2002 au terme duquel le Groupe a cédé au Groupe Crédit Agricole

61 % du capital et des droits de vote de Finaref et Finaref Nordic, une option d'achat (et une option réciproque de vente) a été consentie à concurrence de 29 % sous douze mois en faveur de Pinault-Printemps-Redoute SA et de 10 % à échéance de vingt ans par le groupe Redcats (7,4 %), Fnac (1,2 %) et Printemps (1,4 %) respectivement. Pour assurer la permanence du partenariat commercial entre Finaref et les enseignes dans le domaine du crédit à la consommation auprès de leur clientèle, le Groupe a pris un engagement d'inaliénabilité de vingt-quatre mois de ses participations en leur sein. Des garanties usuelles d'actif net ont été souscrites en faveur du Groupe Crédit Agricole, expirant en avril 2005 et plafonnées à 20 % du prix de cession.

### 27-3. Engagements donnés suite à la cession des activités « Vente à Distance » de Guilbert

Guilbert a cédé en septembre 2002 au Groupe Staples Inc. la totalité de ses intérêts dans les activités de vente à distance (soit le capital des sociétés Reliable France, Bernard SA, JPG Benelux, Neat Ideas VPC UK, Mondoffice et Sundex) ; une garantie de passif valable deux ans et plafonnée à moins de 85 millions d'euros a été consentie en connaissance notamment de la situation comptable des entreprises au 30 juin 2002.

### 27-4. Autres engagements donnés

Ceux-ci comprennent :

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Effets escomptés non échus	14,2	12,1
Titrisation et assimilées	969,4	1 069,0
Nantissements, hypothèques et sûretés réelles	187,2	252,5
Avals, cautions et garanties	237,6	305,8
<b>Total</b>	<b>1 408,4</b>	<b>1 639,4</b>

Des conventions de garantie de passif comportant des conditions normales ont été établies au profit des acquéreurs des sociétés cédées.

### Cessions de créances

Guilbert et Pinault Bois & Matériaux ont mis en place des programmes de cessions de créances sans recours (dites « cessions Dailly »). Ces opérations visent à diversifier les financements du Groupe dans de bonnes conditions financières en s'appuyant sur le portefeuille client. Ces programmes ont une durée d'un an reconductible.

Les entités cédantes conservent un mandat pour la gestion, l'administration et le recouvrement de ces créances. Une garantie, dénommée « gage espèce » de 10 % du montant total cédé, par chaque entité, est conservée par l'établissement bancaire.

Le montant des créances cédées, net du surdimensionnement, figure dans le tableau des engagements hors bilan pour un montant de 220,8 millions d'euros au 31 décembre 2002. Les commissions versées aux établissements financiers sont comptabilisées en charges financières.

#### Titrisations

Rexel est engagé dans cinq programmes continus de titrisation en France, en Angleterre, aux États-Unis, au Canada, et en Australie et Nouvelle-Zélande. Ces opérations sont généralement réalisées sous la forme d'une cession sans recours des créances commerciales à un fonds commun de créances lui-même refinancé sur le marché par l'émission de billets de trésorerie. En contrepartie des paiements octroyés par l'établissement financier, le montant des créances cédées est surdimensionné à hauteur d'environ 15 % par rapport au montant financé.

Le montant du surdimensionnement est présenté dans la rubrique « Créances clients » des états financiers. Le montant des créances cédées, net du surdimensionnement, figure dans le tableau des engagements hors bilan pour un montant de 748,6 millions d'euros au 31 décembre 2002 contre 819,1 millions d'euros au 31 décembre 2001.

Les frais relatifs à ces programmes sont présentés en charges financières.

#### 27-5. Dépendance du Groupe à l'égard de brevets, licences ou contrats d'approvisionnements

Brylane dispose d'un « trademark licence agreement » lui conférant les droits d'utilisation des marques Lane Bryant et Lerner sans royalties jusqu'au 20 octobre 2007. Le chiffre d'affaires réalisé par ces catalogues est de 408,2 millions d'euros en 2002 (461,9 millions d'euros en 2001).

Par ailleurs, Brylane dispose d'une licence exclusive pour distribuer aux clients du fichier Sear's une sélection d'articles Brylane dans les catalogues « Women's View », « Smart Choice » et « Big and Tall ». Ce contrat est renouvelable chaque année par tacite reconduction. Le chiffre d'affaires réalisé en 2002 sur ces catalogues est de 93,1 millions d'euros (109,5 millions d'euros en 2001).

Hormis les deux contrats précités, il n'existe pas de dépendance du Groupe à l'égard de brevets, de licences ou de contrats d'approvisionnement.

#### 27-6. Procès et litiges

Les sociétés du Groupe sont engagées dans un certain nombre de procès ou de litiges dans le cours normal des opérations, dont les contentieux avec les administrations fiscales, sociales ou douanières. Les charges pouvant en découler, estimées probables par les sociétés et leurs experts, ont fait l'objet de provisions pour risques et charges. Aucun des contentieux en cours dans lesquels les sociétés du Groupe sont impliquées, de l'avis de leurs experts, ne fait courir de risque au développement envisagé du Groupe ou d'aucune de ses filiales. Il n'existe aucun autre litige connu du Groupe et comportant des risques significatifs, susceptibles d'affecter le patrimoine, le résultat ou la situation financière du Groupe, qui n'ait fait l'objet de provisions estimées nécessaires à la clôture de l'exercice.

#### 28- Relations avec la société mère

Les transactions du Groupe avec des parties liées concernent quasi-exclusivement les opérations enregistrées avec sa maison mère, la société Artémis.

Les principales opérations de l'exercice 2002, entre l'ensemble des sociétés consolidées du groupe Pinault-Printemps-Redoute et la société Artémis, sont les suivantes :

- versement du dividende de l'exercice 2001, soit 118,8 millions d'euros (85,8 millions d'euros pour 2000) ;
- versement, pour l'exercice 2002, d'une redevance de 10,1 millions d'euros (10,3 millions d'euros en 2001) au titre, d'une part, d'une mission de conseil et d'étude en matière de développement et d'appui dans la réalisation d'opérations complexes, d'autre part, de la fourniture d'opportunités de développement, d'affaires ou de facteurs de réduction des coûts ; cette rémunération fait l'objet d'une convention autorisée et examinée par le Conseil de surveillance.

#### 29- Événements postérieurs à la clôture

Ils sont désormais présentés dans le rapport d'activité du Groupe.

# Principales filiales consolidées au 31/12/2002

La liste des principales filiales du groupe Pinault-Printemps-Redoute est donnée ci-après :

Consolidation		par intégration globale : G par mise en équivalence : E			
Sociétés		% d'intérêt			
		2002		2001	
PINAULT- PRINTEMPS - REDOUTE		Société mère			
GRAND PUBLIC					
<b>PRINTEMPS</b>					
FRANCE PRINTEMPS	G	99,96	G	99,96	
<b>France</b>					
FERALIS	G	100,00	G	99,96	
MADE IN SPORT	G	100,00	G	100,00	
MADELIOS	G	80,00		Acquisition	
MAGASINS REUNIS DE L'EST	G	93,53	G	93,51	
PRINTEMPS.COM	G	100,00	G	100,00	
PROFIDA	G	100,00		Création	
SA DE LOGISTIQUE PRINTEMPS	G	100,00	G	99,99	
SA MAGASINS REUNIS	G	93,99	G	93,98	
SAPAC PRINTEMPS	G	100,00	G	100,00	
SVAN	G	100,00	G	99,99	
USSELOISE	G	100,00	G	100,00	
<b>CONFORAMA</b>					
CONFORAMA	G	99,95	G	99,95	
<b>France</b>					
CONFORAMA France	G	100,00	G	100,00	
CONFON LINE	G	100,00	G	100,00	
COGEDEM	G	100,00	G	100,00	
CONFORAMA MANAGEMENT	G	100,00	G	100,00	
RABINEAU	G	51,00	G	51,00	
SODICE EXPANSION	E	31,98	E	31,88	
<b>Croatie</b>					
FLIBA D.O.O.	G	100,00	G	100,00	
<b>Espagne</b>					
BRICO HOGAR	G	100,00	G	100,00	
CONFORAMA ESPANA	G	100,00	G	100,00	
<b>Hong-Kong</b>					
CONFORAMA TRADING LIMITED	G	100,00		Création	
<b>Italie</b>					
CONFO INVESTIMENTI SPA	G	100,00	G	100,00	
CONFORAMA ITALIA	G	100,00	G	100,00	
FLIE SA	G	100,00	G	100,00	
GI EFFE EFFE SPA	G	100,00	G	100,00	
SALZAM MERCATONE HOLDING		Fusion	G	100,00	
SALZAM SRL (EMMEZETA)		Fusion	G	100,00	
SACA SRL	G	100,00	G	100,00	
<b>Luxembourg</b>					
CONFORAMA LUXEMBOURG	G	100,00	G	100,00	
<b>Pologne</b>					
CONFORAMA POLSKA	G	100,00		Création	
<b>Portugal</b>					
HIPERMOVEL	G	100,00	G	100,00	

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
<b>Suisse</b>				
CONFORAMA SUISSE	G	100,00	G	100,00
IHTM	G	100,00	G	100,00
<b>Singapour</b>				
CONFORAMA ASIA	G	100,00	G	100,00
<b>Taiwan</b>				
CONFORAMA TAIWAN	G	51,00	G	51,00
<b>REDCATS</b>				
REDCATS	G	100,00	G	100,00
<b>France</b>				
CYRILLUS SA	G	100,00	G	100,00
DIAM SA	G	100,00	G	100,00
HAVRAFI	G	100,00	G	100,00
INGENEERING GIE	G	100,00	G	100,00
LA MAISON DE VALERIE	G	100,00	G	100,00
LA REDOUTE	G	100,00	G	100,00
LES AUBAINES VPC	G	100,00	G	100,00
LES AUBAINES MAGASINS	G	100,00	G	100,00
LES DEFIS	G	100,00	G	100,00
MOVITEX	G	100,00	G	100,00
REDCATS INTERNATIONAL	G	100,00		Création
REDCATS MANAGEMENT SERVICES	G	100,00		Création
REDINVEST	G	100,00	G	100,00
SADAS	G	100,00	G	100,00
SNC LES TROUVAILLES	G	100,00	G	100,00
SOGEP	G	100,00	G	100,00
SOMEWHERE	G	100,00	G	100,00
SNER	G	100,00	G	100,00
<b>Allemagne</b>				
CYRILLUS DEUTSCHLAND GmbH	G	100,00	G	100,00
FNAC DEUTSCHLAND GmbH	G	100,00	G	100,00
MOVITEX ALLEMAGNE	G	100,00	G	100,00
<b>Autriche</b>				
REDOUTE AUTRICHE	G	100,00	G	100,00
<b>Belgique</b>				
CYRILLUS BENELUX	G	100,00	G	100,00
MOVITEX BELGIQUE	G	100,00	G	100,00
REDOUTE CATALOGUE BENELUX	G	100,00	G	100,00
<b>Danemark</b>				
ELLOS AS DK	G	100,00	G	100,00
<b>Espagne</b>				
REDOUTE CATALOGO SA	G	100,00	G	100,00
<b>Estonie</b>				
ELLOS ESTONIE OY	G	100,00	G	100,00
<b>Finlande</b>				
ELLOS POSTIMYYNTI OY	G	100,00	G	100,00
<b>Grande-Bretagne</b>				
CYRILLUS UK	G	100,00	G	100,00
EMPIRE STORES GROUP PLC	G	100,00	G	100,00
MOVITEX UK	G	100,00	G	100,00
REDOUTE UK	G	100,00	G	100,00
VERTBAUDET UK	G	100,00	G	100,00

Sociétés	% d'intérêt	
	2002	2001
<b>Hong Kong</b>		
REDCATS ASIA	G 100,00	G 100,00
<b>Norvège</b>		
ELLOS AS	G 100,00	G 100,00
ELLOS HOLDING AS	G 100,00	G 100,00
<b>Portugal</b>		
REDOUTE PORTUGAL	G 100,00	G 100,00
VERTBAUDET PORTUGAL	G 100,00	G 100,00
<b>Suède</b>		
ELLOS AB	G 100,00	G 100,00
ELLOS GRUPPEN AB	G 100,00	G 100,00
REDCATS NORDIC AB	G 100,00	G 100,00
REDOUTE SCANDINAVIE	G 100,00	G 100,00
TRUCKEN DISTRIBUTION EE AB (ex ENJOY ENTERTAINMENT CLUB ELLOS)	G 100,00	G 100,00
TRUCKEN DISTRIBUTION JP AB	G 100,00	G 100,00
<b>Suisse</b>		
CYRILLUS SUISSE SA	G 99,75	G 99,75
REDOUTE CH. SA	G 100,00	G 100,00
<b>Etats-Unis</b>		
BRYLANE INC	G 100,00	G 100,00
REDCATS USA LLC	G 100,00	G 100,00
<b>Japon</b>		
CYRILLUS JAPON	G 100,00	G 100,00
<b>FNAC</b>		
FNAC SA	G 100,00	G 100,00
<b>France</b>		
ATTITUDE	G 100,00	G 100,00
BILLETTEL	G 100,00	G 100,00
BILLETTERIE DISTRIBUTION	G 54,99	G 54,99
BILLETTERIE HOLDING	G 100,00	G 100,00
EVEIL ET JEUX	G 100,00	G 100,00
FNAC CHAMPS ELYSEES	G 100,00	G 100,00
FNAC CONCEPT	G 100,00	G 100,00
FNAC DIRECT	G 100,00	G 100,00
FNAC DISTRIBUTION SA	G 100,00	G 100,00
FNAC JUNIOR SA	G 100,00	G 100,00
FNAC LOGISTIQUE SAS	G 100,00	G 100,00
FNAC MEDIA	G 100,00	G 100,00
FNAC PARIS SA	G 100,00	G 100,00
FNAC SERVICE SARL	G 100,00	G 100,00
FNAC TOURISME SARL	G 100,00	G 100,00
FNAC VIDEO ENTREPRISE SNC	G 100,00	G 100,00
MSS	G 100,00	G 100,00
SNC CODIREP	G 100,00	G 100,00
SAS RELAIS FNAC	G 100,00	G 100,00
SFL (ALIZE)	G 100,00	G 100,00
SURCOUF	G 100,00	G 100,00
TICKSON	G 100,00	G 100,00
<b>Belgique</b>		
FNAC BELGIUM	G 100,00	G 100,00
<b>Brésil</b>		
FNAC BRESIL	G 100,00	G 100,00

Sociétés	% d'intérêt	
	2002	2001
<b>Espagne</b>		
FNAC ESPANA SA	G 100,00	G 100,00
<b>Italie</b>		
CULTURA E COMUNICAZIONE SPA	G 81,00	G 81,00
<b>Monaco</b>		
SAM FNAC MONACO	G 100,00	G 100,00
<b>Portugal</b>		
FNAC PORTUGAL	G 100,00	G 100,00
<b>Suisse</b>		
FNAC SUISSE	G 100,00	G 100,00
<b>Taiwan</b>		
FNAC AUGUSTEAM	G 100,00	G 100,00
<b>ORCANTA</b>		
ORCANTA	G 100,00	G 100,00
<b>LUXE</b>		
<b>GUCCI</b>		
GUCCI GROUP NV (PAYS-BAS)	G 54,38	G 53,15
<b>France</b>		
LUXURY GOODS France SA	G 100,00	G 100,00
GG France HOLDING SARL	G 100,00	G 100,00
YVES SAINT LAURENT SAS	G 100,00	G 100,00
BOUCHERON SAS	G 100,00	G 100,00
BOUCHERON HOLDING SA	G 100,00	G 100,00
PARFUMS ET COSMETIQUES INTERNATIONAL SAS	G 100,00	G 100,00
BOUCHERON PARFUMS SAS	G 100,00	G 100,00
C. MENDES SA	G 100,00	G 100,00
YVES SAINT LAURENT BOUTIQUE France SAS	G 100,00	G 100,00
YVES SAINT LAURENT SERVICES SAS	G 100,00	G 100,00
YSL BEAUTE SAS	G 100,00	G 100,00
ROGER & GALLET SAS	G 100,00	G 100,00
YSL BEAUTE RECHERCHE ET INDUSTRIES SAS	G 100,00	G 100,00
PARFUMS VAN CLEEF AND ARPELS SA	G 97,32	G 100,00
YVES SAINT LAURENT PARFUMS LASSIGNY SAS	G 100,00	G 100,00
YVES SAINT LAURENT PARFUMS SA	G 100,00	Création
PARFUMS STERN SAS	G 100,00	G 100,00
BALENCIAGA BIJOUX SA	Liquidation	G 100,00
BALENCIAGA SA	G 91,00	G 91,00
BOTTEGA VENETA France HOLDING SAS	G 78,46	G 78,46
BOTTEGA VENETA France SA	G 78,46	Acquisition
ALEXANDER McQUEEN PARFUMS SAS	G 100,00	Création
CLASSIC PARFUMS SAS	G 100,00	Création
PARFUMS BALENCIAGA SAS	G 100,00	Création
STELLA McCARTNEY PARFUMS SAS	G 100,00	Création
STELLA McCARTNEY FRANCE SAS	G 50,00	Création

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
<b>Allemagne</b>				
GG LUXURY GOODS GmbH	G	100,00	G	100,00
YVES SAINT LAURENT GERMANY GmbH	G	100,00	G	100,00
YSL BEAUTE GmbH	G	100,00	G	100,00
<b>Autriche</b>				
GUCCI AUSTRIA GmbH	G	100,00	G	100,00
YSL BEAUTE H GmbH	G	100,00	G	100,00
<b>Belgique</b>				
GUCCI BELGIUM SA	G	100,00	G	100,00
LA MERIDIANA FASHION SA	G	100,00	G	100,00
YSL BEAUTE SA NV	G	100,00	G	100,00
YVES SAINT LAURENT BELGIUM S.P.R.L.	G	100,00	G	100,00
<b>Espagne</b>				
LUXURY GOODS SPAIN SL (ex GUCCI PROPRIO SL)	G	100,00	G	100,00
LUXURY TIMEPIECES ESPAÑA SL	G	51,00	G	51,00
YVES SAINT LAURENT SPAIN SA	G	100,00	G	100,00
YSL BEAUTE SA	G	100,00	G	100,00
FILDEMA SL	G	100,00	G	100,00
<b>Grande-Bretagne</b>				
GUCCI LTD	G	100,00	G	100,00
GUCCI SERVICES LTD	G	100,00	G	100,00
GUCCI TIMEPIECES (UK) LTD	G	100,00	G	100,00
YVES SAINT LAURENT UK LTD	G	100,00	G	100,00
YSL BEAUTE LTD	G	100,00	G	100,00
SERGIO ROSSI UK LTD	G	70,00	G	70,00
BOUCHERON UK LTD	G	100,00	G	100,00
BOTTEGA VENETA UK CO LTD	G	78,46	G	78,46
AUTUMNPAPER LTD	G	51,00	G	51,00
BIRDSWAN SOLUTIONS LTD	G	51,00	G	51,00
PAINTGATE LTD	G	100,00	G	100,00
ALEXANDER McQUEEN TRADING LTD	G	51,00		Création
STELLA McCARTNEY LTD	G	50,00	G	50,00
<b>Grèce</b>				
YSL BEAUTE AEBE	G	51,00	G	51,00
<b>Irlande</b>				
GUCCI IRELAND LTD	G	100,00		Création
<b>Italie</b>				
GUCCIO GUCCI SPA	G	100,00	G	100,00
CAPRI GROUP SRL	G	75,00	G	75,00
GUCCI IMMOBILLARE LECCIO SRL	G	64,00	G	64,00
LUXURY GOODS ITALIA SPA	G	100,00	G	100,00
GUCCI LOGISTICA SPA	G	100,00	G	100,00
LUXURY GOODS OUTLET SRL	G	100,00	G	100,00
GUCCI VENEZIA SPA	G	51,00	G	51,00
G.F. LOGISTICA SRL	G	100,00	G	100,00
G.F. SERVICES SRL	G	100,00		100,00
FENDI PROFUMI SPA	G	100,00	G	100,00
FLORBATH PROFUMI DI PARMA SPA	G	51,00	G	51,00
YSL BEAUTE ITALIA SPA	G	100,00	G	100,00
SERGIO ROSSI SPA	G	70,00	G	70,00

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
ASCOT S.R.L	G	70,00	G	70,00
B.V ITALIA SRL (ex B.V SPA)	G	78,46	G	78,46
B.V SRL	G	78,46	G	78,46
REGAIN 1957 SRL (ex CEZANNE SRL)	G	70,00	G	70,00
CONCERIA BLU TONIC SPA (ex BLU TONIC SRL)	G	51,00	G	51,00
CARAVEL PELLI PREGIATE SPA (ex CARAVEL PELLI PREGIATE SRL)	G	51,00	G	51,00
DESIGN MANAGEMENT SRL	G	100,00	G	100,00
BARUFFI SRL	G	67,00		Acquisition
PAOLETTI SRL	G	51,00		Acquisition
TIGER FLEX SRL	G	75,00		Acquisition
REMBRANDT SRL	G	100,00		Création
GAUGUIN SRL	G	100,00		Création
GUCCI FINANZIARIA SPA	G	100,00		Création
BAMBOO SRL	G	90,00		Création
<b>Luxembourg</b>				
GUCCI LUXEMBOURG SA	G	100,00	G	100,00
SERGIO ROSSI INTERNATIONAL SARL	G	70,00	G	70,00
BOUCHERON Luxembourg SARL	G	100,00	G	100,00
BV INTERNATIONAL SARL	G	78,46	G	78,46
<b>Monaco</b>				
GUCCI SAM	G	100,00	G	100,00
SAM YVES SAINT LAURENT MONACO SAM	G	100,00	G	100,00
<b>Pays-Bas</b>				
GUCCI INTERNATIONAL NV	G	100,00	G	100,00
GUCCI NETHERLANDS BV	G	100,00	G	100,00
GUCCI PARTECIPATION BV	G	100,00	G	100,00
GEMINI ARUBA N.V.	G	100,00	G	100,00
YVES SAINT LAURENT FASHION BV	G	100,00	G	100,00
YVES SAINT LAURENT FRANCE BV	G	100,00		Création
YSL BEAUTE NEDERLAND BV	G	100,00	G	100,00
SERGIO ROSSI NETHERLANDS BV	G	70,00		Création
BOTTEGA VENETA BV	G	78,46	G	78,46
<b>Portugal</b>				
YSL BEAUTE SA	G	51,00	G	51,00
<b>Suisse</b>				
LUXURY GOODS INTERNATIONAL SA	G	100,00	G	100,00
LUXURY TIMEPIECES INTERNATIONAL SA	G	100,00	G	100,00
GUCCI FINANCE SA	G	100,00	G	100,00
LUXURY TIMEPIECES DESIGN SA	G	100,00	G	100,00
LUXURY TIMEPIECES MANUFACTURING SA	G	100,00	G	100,00
YVES SAINT LAURENT FASHION AG		Fusion	G	100,00
YVES SAINT LAURENT BOUTIQUE AG		Fusion	G	100,00
YSL BEAUTE SUISSE	G	100,00	G	100,00
BOUCHERON INTERNATIONAL SA	G	100,00	G	100,00
BÉDAT & C° SA	G	85,00	G	85,00

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
BEDAT GROUP HOLDING SA	G	85,00	G	85,00
SEIDEN-FENIGSTEIN AG		Fusion	G	100,00
LUXURY GOODS OPERATIONS (L.G.O.) SA	G	51,00		Creation
<b>Tunisie</b>				
TUNISIE CHAUSSURES SARL		Liquidation	G	49,00
<b>Canada</b>				
LUXURY TIMEPIECES (Canada) INC (ex GUCCI TIMEPIECES (Canada) INC)	G	100,00	G	100,00
GUCCI SHOPS of Canada INC	G	100,00	G	100,00
YSL BEAUTE Canada INC	G	100,00	G	100,00
<b>Etats-Unis</b>				
GUCCI AMERICA INC	G	100,00	G	100,00
GUCCI NORTH AMERICA HOLDINGS INC	G	100,00	G	100,00
YVES SAINT LAURENT AMERICA INC	G	100,00	G	100,00
YVES SAINT LAURENT OF SOUTH AMERICA INC	G	100,00	G	100,00
YVES SAINT LAURENT AMERICA HOLDING INC	G	100,00	G	100,00
YSL BEAUTE INC	G	100,00	G	100,00
YSL BEAUTE MIAMI INC	G	100,00	G	100,00
PARFUMS STERN (ITALIA) SPA INC		Liquidation	G	100,00
SERGIO ROSSI USA INC	G	70,00	G	70,00
BOUCHERON (USA) LTD	G	100,00	G	100,00
LUXURY DISTRIBUTION INC	G	100,00	G	100,00
PARFUMS BOUCHERON Corp.	G	100,00	G	100,00
MODE ET PARFUMS Corp.	G	100,00	G	100,00
BALENCIAGA AMERICA INC	G	91,00	G	91,00
BEDAT & Co USA LLC	G	85,00	G	85,00
BOTTEGA VENETA INC	G	78,46	G	78,46
STELLA McCARTNEY AMERICA INC	G	50,00		Création
<b>Australie</b>				
YSL BEAUTE AUSTRALIA PTY LTD	G	100,00	G	100,00
GUCCI AUSTRALIA PTY Limited	G	65,00	G	65,00
<b>Nouvelle Zélande</b>				
YSL BEAUTE NZ LTD	G	100,00	G	100,00
<b>Chine</b>				
GUCCI GROUP (HONG KONG) LIMITED (ex GUCCI COMPANY LIMITED)	G	100,00	G	100,00
LUXURY TIMEPIECES (HONG KONG) LIMITED (ex TIMEPIECES (HONG KONG) LIMITED)	G	100,00	G	100,00
YSL BEAUTE HONG KONG LTD (ex YVES SAINT LAURENT HK LTD)	G	100,00	G	100,00
BOTTEGA VENETA HONG KONG LIMITED	G	78,46	G	78,46
<b>Corée</b>				
GUCCI GROUP KOREA LIMITED	G	100,00	G	100,00
SERGIO ROSSI KOREA LTD	G	70,00		Création
BOTTEGA VENETA KOREA LTD	G	78,46		Création
<b>Guam</b>				
GUCCI GUAM INC	G	100,00	G	100,00

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
<b>Japon</b>				
GUCCI JAPAN LIMITED	G	100,00	G	100,00
GUCCI GROUP JAPAN HOLDING LIMITED	G	100,00	G	100,00
LUXURY TIMEPIECES JAPAN LIMITED	G	100,00	G	100,00
YUGEN KAISHA GUCCI	G	100,00	G	100,00
SERGIO ROSSI JAPAN LIMITED	G	70,00	G	70,00
YVES SAINT LAURENT FASHION JAPAN LTD	G	100,00	G	100,00
YVES SAINT LAURENT PARFUMS KK	G	100,00	G	100,00
BOUCHERON JAPAN	G	100,00	G	100,00
BOTTEGA VENETA JAPAN LIMITED	G	78,46	G	78,46
<b>Malaisie</b>				
GUCCI MALAYSIA SDN. BHD	G	65,00	G	65,00
<b>Singapour</b>				
GUCCI SINGAPORE PTE LTD	G	65,00	G	65,00
YSL BEAUTE SINGAPORE PTE LTD	G	65,00	G	65,00
BOTTEGA VENETA SINGAPORE PRIVATE LIMITED	G	78,46	G	78,46
<b>Taiwan</b>				
GUCCI TAIWAN LIMITED	G	80,40	G	80,40
BOUCHERON TAIWAN CO LTD	G	100,00	G	100,00
<b>Thaïlande</b>				
GUCCI THAILAND CO LTD	G	100,00	G	100,00
<b>PROFESSIONNEL</b>				
<b>REXEL</b>				
REXEL (a)	G	72,85	G	71,56
<b>France</b>				
BRETAGNE ENTRAINEMENT	G	100,00		G Acquisition
CDME SUD	G	100,00	G	100,00
CFP	G	100,00	G	100,00
DISMO France	G	100,00	G	100,00
DXI	G	100,00	G	100,00
GARDINER France	G	100,00	G	100,00
REXEL France	G	100,00	G	100,00
JLD	G	100,00	G	100,00
REXEL DEVELOPPEMENT	G	100,00	G	100,00
SOCIETE DE LOGISTIQUE APPLIQUEE	G	100,00	G	100,00
SOCIETE IMMOBILIERE D'INVESTISSEMENTS	G	100,00	G	100,00
SRP Ile-de-France / Centre	G	100,00	G	100,00
SRP NORD-EST	G	100,00	G	99,60
SRP OUEST	G	100,00	G	100,00
SRP SUD-EST	G	100,00	G	100,00
SRP SUD-OUEST	G	100,00	G	100,00
STENTORIUS	G	100,00	G	100,00
CDME WORLD TRADE	G	100,00	G	100,00
REXEL FINANCEMENT	G	100,00	G	100,00
<b>Allemagne</b>				
REXEL GmbH	G	100,00	G	100,00
REXEL DEUTSCHLAND	G	100,00	G	100,00
COSY ELECTRONICS	G	100,00	G	100,00

(a) Pourcentage de contrôle : 83,4 % en 2002 et 83,1 % en 2001.

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
<b>Australie</b>				
ARW	G	100,00	G	100,00
REXEL AUSTRALIE	G	100,00	G	100,00
REXEL PACIFIC	G	100,00	G	100,00
REXEL PAGE	G	100,00	G	100,00
<b>Autriche</b>				
REXEL AUSTRIA & CENTRAL EUROPE	G	100,00	G	100,00
REGRO	G	100,00	G	100,00
SCHÄCKE	G	100,00	G	100,00
SCHRACK ENERGIETECHNIK GmbH	G	100,00	G	100,00
<b>Belgique</b>				
GARDINER SECURITY NV	G	100,00	G	100,00
GVPs	G	100,00	G	100,00
REXEL BELGIUM	G	100,00	G	100,00
SCHRACK	G	100,00	G	100,00
<b>Brésil</b>				
REXEL DISTRIBUICAO	G	100,00	G	100,00
REXEL AMERIQUE LATINE	G	100,00	G	100,00
<b>Canada</b>				
REXEL CANADA ELECTRICAL INC	G	100,00	G	100,00
REXEL NORTH AMERICA INC	G	100,00	G	100,00
<b>Chili</b>				
COMELCO	G	100,00	G	100,00
ELECTRA	G	100,00	G	100,00
FLORES Y KERSTING	G	100,00	G	100,00
REXEL CHILE	G	100,00	G	100,00
<b>Chine</b>				
REXEL HAILONGXING	G	65,00	G	65,00
COMREX INTERNATIONAL TRADING SHANGAI	G	100,00	G	100,00
<b>Chypre</b>				
CDME MIDDLE EAST	G	100,00	G	100,00
<b>Croatie</b>				
SCHRACK	G	100,00	G	100,00
<b>Danemark</b>				
ALARM SYSTEMS	G	100,00	G	100,00
<b>Espagne</b>				
REXEL MANAGEMENT ESPANA	G	100,00	G	100,00
UTISAN	G	100,00	G	100,00
<b>Grande-Bretagne</b>				
CDME UK LTD	G	100,00	G	100,00
DENMANS ELECTRICAL WHOLESALERS	G	100,00	G	100,00
DEREK LANE	G	100,00	G	100,00
GARDINER GROUP PLC	G	100,00	G	100,00
GARDINER SECURITY LTD	G	100,00	G	100,00
JOHN GODDEN	G	100,00	G	100,00
MULTI VIDEO DISTRIBUTORS	G	100,00	G	100,00
REXEL SENATE	G	100,00	G	100,00
SUNBRIDGE	G	100,00	G	100,00
<b>Hongrie</b>				
MILE	G	100,00	G	100,00
SCHRACK	G	100,00	G	100,00

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
<b>Italie</b>				
REXEL ITALIA	G	100,00	G	100,00
CONFORDIS	G	100,00	G	100,00
ELFIN	G	100,00	G	100,00
REXCOURTA SPA	G	100,00	G	100,00
<b>Irlande</b>				
GARDINER SECURITY IE	G	100,00	G	100,00
<b>Luxembourg</b>				
HTF	G	100,00	G	100,00
MEXEL	G	99,80	G	99,80
<b>Norvège</b>				
ALARM PARTS NORGE	G	100,00	G	100,00
<b>Nouvelle-Zélande</b>				
REDEAL LTD	G	100,00	G	100,00
<b>Pays-Bas</b>				
REXEL NEDERLAND BV	G	100,00	G	100,00
GARDINER SECURITY BV	G	100,00	G	100,00
CDME BV	G	100,00	G	100,00
<b>Pologne</b>				
SCHRACK	G	100,00	G	100,00
<b>Portugal</b>				
REXEL DISTRIBUICAO DE MATERIAL ELECTRICO	G	100,00	G	100,00
SEVIL	G	100,00	G	100,00
SISTENG	G	100,00	G	100,00
SOMIL SEGURANCA	G	100,00	G	100,00
TLD	G	100,00	G	99,99
JEMILUX	G	100,00	G	100,00
<b>République tchèque</b>				
REXEL CZ	G	100,00	G	100,00
HAGARD CZK	G	100,00	G	100,00
T.H.U. BUDWEISS	G	100,00	G	100,00
SCHRACK	G	100,00	G	100,00
<b>Roumanie</b>				
SCHRACK	G	100,00	G	100,00
<b>Russie</b>				
EST-ELEC	G	100,00	G	100,00
<b>Slovaquie</b>				
HAGARD HAL	G	100,00	G	100,00
SCHRACK	G	100,00	G	100,00
<b>Slovénie</b>				
ELECTRONABAVA	G	100,00	G	100,00
SCHRACK	G	100,00	G	100,00
<b>Suède</b>				
SELGA	G	100,00	G	100,00
<b>Suisse</b>				
FINELEC SA	G	100,00	G	100,00
FINELEC DEVELOPPEMENT SA	G	100,00	G	100,00
<b>Etats-Unis</b>				
SOUTHERN ELECTRIC SUPPLY COMPANY INC	G	100,00	G	100,00
CES BAHAMAS LIMITED	G	100,00	G	100,00

Sociétés	% d'intérêt			
		2002		2001
SUMMERS GROUP INC	G	100,00	G	100,00
REXEL NORCAL VALLEY INC	G	100,00	G	100,00
MAVERICK ELECTRIC SUPPLY INC	G	100,00	G	100,00
REXEL INC	G	100,00	G	100,00
EUREKA HOLDINGS INC	G	100,00	G	100,00
SPT HOLDINGS INC	G	100,00	G	100,00
BRANCH GROUP INC	G	100,00	G	100,00
<b>PINAULT BOIS &amp; MATERIAUX</b>				
PINAULT BOIS & MATERIAUX SA	G	100,00	G	100,00
<b>France</b>				
A. MOREAU SA	G	100,00	G	100,00
AGENCE MARITIME DE BRETAGNE	G	100,00	G	100,00
ANDRE		Fusion	G	100,00
ARCHENAULT SA	G	100,00	G	100,00
BARJONNET		Fusion	G	100,00
BARNIQUEL	G	100,00	G	100,00
BARRIER BOIS PANNEAUX		Fusion	G	100,00
BETON CONTRÔLE DE BIGORRE		Fusion	G	100,00
BOIS DE LA MANCHE	G	100,00	G	100,00
BONNICHON		Fusion	G	100,00
BUCHOUU IMMOBILIER		Fusion	G	100,00
BUCHOUU PEINTURE		Fusion	G	100,00
BUCHOUU SA		Fusion	G	100,00
CERLAND	G	100,00	G	100,00
DELCASSO		Fusion	G	100,00
DOCKS DU BATIMENT		Fusion	G	100,00
DISTRIBAT		Fusion	G	100,00
PANOFRANCE NORD (ex DUPREZ SA)	G	100,00	G	100,00
ETS GUIMIER	G	100,00	G	100,00
FINORDIS	G	100,00	G	100,00
FLAMAND	G	100,00	G	100,00
FLORIN		Fusion	G	100,00
FOMIPA	G	100,00	G	100,00
FOUSSIER	G	100,00	G	100,00
GENERALE DES PANNEAUX		Fusion	G	100,00
GUERIN MULTIMAT		Fusion	G	100,00
LEHOUCQ	G	100,00	G	100,00
PBM ATLANTIQUE (ex MAILLAUD)	G	100,00	G	100,00
MALET ET MATERIAUX	G	100,00	G	100,00
MATERIAUX SERVICES BIARRITZ	G	100,00	G	100,00
MEYER		Fusion	G	100,00
MOTHES	G	93,00	G	93,00
MIDAS	G	100,00	G	100,00
MULLET	G	100,00	G	100,00
MULTIMESSAGES COMMUNICATION	G	100,00	G	100,00
PANOFRANCE MEDITERRANEE	G	100,00	G	100,00
PBM CONSEIL	G	100,00	G	100,00
PBM DEVELOPPEMENT	G	100,00	G	100,00
PBM AQUITAINE	G	100,00	G	100,00
PINAULT AQUITAINE IMPORT	G	100,00	G	100,00
PINAULT BRETAGNE	G	100,00	G	100,00
PBM CENTRE OUEST	G	100,00	G	100,00
PBM MEDITERRANEE	G	100,00	G	100,00
PBM ILE DE France NORD	G	100,00	G	100,00

Sociétés	% d'intérêt			
		2002		2001
PINAULT NORMANDIE IMPORT	G	100,00	G	100,00
PBM OUEST	G	100,00	G	100,00
ROASIO	G	100,00		Acquisition
ROASIO HOLDING	G	100,00		Acquisition
RECAPPE	G	100,00	G	100,00
SA BRICOLAGE DU MOULIN NEUF	G	100,00	G	100,00
SAFIVAL		Fusion	G	100,00
SA GARNIER	G	100,00	G	100,00
SA GILBERT FRANCOIS	G	100,00	G	100,00
SARL GIBIARD		Fusion	G	100,00
SCI DE L'HOUMAILLE	G	52,63	G	52,63
SCOB		Cession	G	100,00
SINBPLA	G	100,00	G	100,00
SOCIETE DE TRAVAUX DE SECOND ŒUVRE		Fusion	G	100,00
TRICHET	G	100,00		Acquisition
TRICHET HOLDING	G	100,00		Acquisition
TERMINAL FRIGORIFIQUE ST MALO	G	100,00	G	100,00
VACHERAND SA		Fusion	G	100,00
VACHERAND SNC		Fusion	G	100,00
<b>GUILBERT</b>				
GUILBERT SA	G	100,00	G	99,99
<b>France</b>				
BERNARD SA		Cession	G	100,00
GUILBERT France SA		Fusion	G	100,00
GIE COMMERCIAL GUILBERT		Fusion	G	100,00
GIE GROUPE GUILBERT		Fusion	G	100,00
PAPETERIES DE CRONENBOURG		Fusion	G	100,00
RAOUL PETIT		Fusion	G	100,00
SARL FILATURE DU VERT TUQUET		Cession	G	100,00
SCI LE FERRAIN		Cession	G	100,00
SCI LE TUQUET		Cession	G	100,00
EUROPA	G	100,00	G	100,00
JPG France		Cession	G	100,00
GUILBERT France	G	100,00		Création
RELIABLE France		Cession	G	100,00
GUILBERT GROUPE SERVICE	G	100,00	G	100,00
<b>Allemagne</b>				
GUILBERT BETEILIGUNGSHOLDING (ex GUILBERT DEUTSCHLAND)	G	100,00	G	100,00
HUTTER SCHREIBEN SCHENKEN	G	100,00	G	100,00
GUILBERT DEUTSCHLAND (ex SCHACHT & WESTERICH)	G	100,00	G	100,00
SCHACHT & WESTERICH PAPIERHAUS	G	100,00	G	100,00
<b>Belgique</b>				
BERNARD BELGIUM		Cession	G	100,00
JPG Belgique		Cession	G	100,00
GUILBERT BELGIUM	G	100,00	G	100,00
<b>Espagne</b>				
KALAMAZOO		Cession	G	100,00
GUILBERT ESPANA	G	100,00	G	100,00
<b>Grande-Bretagne</b>				
GUILBERT UK HOLDING	G	100,00	G	100,00
GUILBERT UK LIMITED	G	100,00	G	100,00
NEAT IDEAS		Cession	G	100,00

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
RELIABLE UK	G	100,00	G	100,00
BCOP UK	G	100,00	G	100,00
GUILBERT OFREX	G	100,00	G	100,00
<b>Irlande</b>				
GUILBERT IRELAND LTD	G	100,00	G	100,00
<b>Italie</b>				
VPC SYSTEM	G	100,00	G	100,00
MONDOFFICE		Cession	G	100,00
GUILBERT ITALIA	G	100,00		Acquisition
<b>Saint-Marin</b>				
TINANEDI	G	100,00	G	100,00
<b>Luxembourg</b>				
GUILBERT Luxembourg	G	100,00	G	100,00
<b>Pays-Bas</b>				
GUILBERT INTERNATIONAL BV	G	100,00	G	100,00
GUILBERT NETHERLAND (ex KANTIC)		Fusion	G	75,00
JONKERS INTERNATIONAL		Fusion	G	100,00
GUILBERT NETHERLAND BV (ex CORPORATE EXPRESS NEDERLAND)	G	100,00	G	100,00
GUILBERT TRADEMARK BV (ex CORPORATE EXPRESS BEWERWIJK)	G	100,00	G	100,00
DINGLER KANTOOR CENTRUM		Fusion	G	100,00
<b>Portugal</b>				
SETE-Artigos de Papelaria e Escritor	G	100,00	G	100,00
<b>CFAO</b>				
CFAO	G	99,93	G	99,93
<b>France</b>				
CONTINENTAL PHARMACEUTIQUE	G	72,64	G	72,50
COTAFI	G	100,00	G	100,00
COVIMO		Cession	G	100,00
CYCLEX	G	100,00	G	100,00
DEPHI	G	99,65	G	99,65
DOMAFI	G	100,00	G	100,00
EPDIS	G	99,64	G	99,63
EURAPHARMA	G	99,65	G	99,65
GEREFI	G	100,00	G	100,00
HOLDEFI	E	35,00	E	35,00
HOLDINTER	G	100,00	G	99,98
METROVIN		Cession	G	100,00
SECA	G	100,00	G	100,00
SEI	G	100,00	G	100,00
SEP	E	49,00	E	49,00
SEROM	G	99,90	G	99,90
SFCE	G	100,00	G	100,00
SOGECO	G	100,00	G	100,00
<b>DOM-TOM</b>				
SPA (Antilles)	G	45,70	G	45,70
NCCIE (Guyane)	G	100,00	G	100,00
SPG (Guyane)	G	52,41	G	52,21
Société METO SA (Nouvelle-Calédonie)	G	50,00	G	50,00
O.C.D.P. (Nouvelle-Calédonie)	E	33,10	E	33,10

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
TAHITI PHARM (Polynésie française)	G	96,21	G	96,21
CMM (Réunion)	G	97,70	G	97,62
CMM UD (Réunion)	E	45,00	E	45,00
LOCAUTO (Nouvelle-Calédonie)	G	99,98	G	52,43
MENARD ENTREPRISES (Nouvelle-Calédonie)	G	99,93	G	52,50
MENARD FRERES (Nouvelle-Calédonie)	G	99,98	G	52,50
SEIGNEURIE OCEAN INDIEN (Réunion)	E	49,00	E	49,00
SOREDIP (Réunion)	G	67,77	G	67,72
ELECTRONICA (Réunion)	G	99,98		Acquisition
<b>Algérie</b>				
DIAMAL	G	60,00	G	60,00
ALBM	G	75,00		Acquisition
<b>Bénin</b>				
PROMOPHARMA	G	50,80	G	50,80
SOBEPAT	G	88,56	G	88,56
<b>Burkina Faso</b>				
CICA BURKINA	G	73,09	G	73,09
LABOREX BURKINA	G	86,13	G	83,34
SIFA	G	58,71	G	58,71
LIPTINFOR	G	100,00		Acquisition
<b>Cameroun</b>				
CAMI	G	63,74	G	62,82
CEP	E	24,19	E	24,19
COMETAL	E	50,00	E	49,50
ICRAFON	G	52,23	G	52,23
LABOREX CAMEROUN	G	56,32	G	56,29
SOCADA	G	100,00	G	100,00
SOCABAIL		Fusion	E	24,62
SOCCA	E	25,97	E	26,41
SUPERDOLL	E	45,00	E	45,00
SOPHITEK	G	100,00		Acquisition
<b>République Centrafricaine</b>				
CFAO CENTRAFRIQUE	G	100,00	G	100,00
<b>Congo</b>				
CFAO CONGO	G	100,00	G	100,00
LABOREX CONGO	G	68,25	G	68,25
LES BRASSERIES DU CONGO	G	50,00	G	50,00
SOVINCO		Cession	G	100,00
<b>Côte d'Ivoire</b>				
CFAO COTE D'IVOIRE	G	96,20	G	96,20
CIDP	G	100,00	G	100,00
COMPAGNIE PHARMACEUTIQUE ET MEDICALE	G	56,48	G	47,87
MAC	G	89,77	G	89,77
MIPA	G	99,98	G	99,98
SAFCA	E	23,85	E	27,78
SARI	G	89,77	G	89,77
SOVINCI		Cession	G	100,00
SILF	G	100,00		Acquisition
SEP LE PARIS	G	60,00		Acquisition

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
<b>Egypte</b>				
SICEP	E	30,77	E	30,77
IBN SINA LABOREX	G	50,75		Création
<b>Gabon</b>				
CFAO GABON	G	96,87	G	96,87
PHARMAGABON	G	54,89	G	52,03
SOGABAIL	E	40,26	E	40,27
SOGACA	E	50,85	E	50,92
SOVINGAB		Cession	G	81,00
AGLF	G	70,00		Acquisition
<b>Gambie</b>				
CFAO GAMBIA	G	78,95	G	78,95
<b>Ghana</b>				
CFAO GHANA	G	89,19	G	60,00
PENS & PLASTICS	G	100,00	G	58,00
<b>Guinée-Bissau</b>				
LABOREX GUINEE	G	81,83	G	81,83
<b>Guinée équatoriale</b>				
SEGAMI	G	100,00	G	100,00
<b>Kenya</b>				
DT DOBIE KENYA	G	100,00	G	100,00
EPDIS KENYA Limited	G	99,65	G	99,65
EXONIA	G	93,12	G	93,12
HOWSE AND MCGEORGE LABOR	G	50,82	G	50,82
TRIDICON	G	100,00	G	100,00
<b>Malawi</b>				
MALAWI MOTORS LIMITED	G	99,99		Acquisition
CFAO MALAWI LIMITED	G	99,99		Acquisition
<b>Mali</b>				
DIAMA	G	90,00	G	90,00
IMACY	G	100,00	G	100,00
LABOREX MALI	G	54,41	G	54,52
COPREXIM INTERNATIONALE	G	100,00		Acquisition
<b>Maroc</b>				
DIMAC	G	66,52	G	66,61
INTER MOTORS	G	55,00	G	55,00
FANTASIA	G	77,65	G	77,65
SUD PARTICIPATIONS	G	77,65	G	77,65
COMAMUSSY	G	77,63	G	77,64
MUSSY BOIS	G	77,63	G	77,65
MANORBOIS	G	77,63	G	77,65
<b>Niger</b>				
CFAO NIGER	G	99,85	G	99,85
<b>Nigeria</b>				
GROUPE CFAO NIGERIA	G	62,73	G	60,00
GALVANIZING INDUSTRY LIMITED	E	24,00	E	24,00
<b>République démocratique du Congo</b>				
AFRIMA	G	100,00	G	100,00
AFRIMTRANSIT	G	99,00	G	99,00
<b>Sénégal</b>				
CFAO SENEGAL	G	84,47	G	84,45
LABOREX SENEGAL	G	58,16	G	58,16

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
SOFRAVIN		Cession	G	50,00
ASLF	G	100,00		Acquisition
POINT MICRO	G	100,00		Acquisition
PM II	G	100,00		Acquisition
<b>Tanzanie</b>				
DT DOBIE TANZANIA	G	100,00	G	100,00
<b>Tchad</b>				
LABOREX TCHAD	G	76,91	G	77,80
SOCOA TCHAD	G	78,43	G	78,43
TCHAMI	G	69,25	G	69,25
<b>Togo</b>				
CFAO CICA TOGO	G	69,72	G	69,66
STOCA	E	37,46	E	39,21
<b>Ouganda</b>				
HOWSE AND Mc GEORGE UGANDA	G	50,11		Acquisition
<b>Zambie</b>				
CFAO ZAMBIA	G	100,00	G	100,00
<b>Ile Maurice</b>				
CFAO MAURITUS INVESTMENT	G	100,00	G	100,00
CFAO MAURITUS LTD	G	100,00	G	100,00
CAPSTONE	G	100,00	G	100,00
IMC	G	51,00	G	51,00
<b>Madagascar</b>				
SICAM	E	27,39	E	27,40
SIGM	E	49,00	E	49,04
SIRH	E	49,00	E	49,17
SME	E	49,00	E	49,00
SOCIMEX	E	48,79	E	48,80
SOMADA	E	27,44	E	27,85
SOMAPHAR	G	86,28	G	86,15
AUSTRAL AUTO	E	48,79		Acquisition
NAUTIC ILES	E	24,88		Acquisition
<b>Grande-Bretagne</b>				
EURAFRIC TRADING	G	100,00	G	100,00
MASSILIA HOLDING	G	100,00	G	100,00
<b>FINANCE</b>				
FINAREF	E	39,00	G	94,59
<b>France</b>				
ARGENCE INVESTISSEMENTS *	G	100,00	G	100,00
ARGENCE MANAGEMENT GEIE *	G	100,00	G	100,00
ARGENCE DEVELOPPEMENT GEIE *	G	100,00	G	100,00
ARGENCE GESTION ASSURANCE GEIE *	G	100,00	G	100,00
BANQUE FINAREF - ABN AMRO *	E	51,00	E	51,00
FACET		Cession	G	60,02
TERMINAL *		Fusion	G	100,00
FINAREF ASSURANCES *	G	100,00	G	99,93
FINAREF RISQUES DIVERS *	G	100,00	G	100,00
FINAREF VIE *	G	100,00	G	100,00
GECCA	G	100,00	G	100,00
MARBEUF IMMOBILIER SA *	G	99,24	G	99,95
MARBEUF PAINTING SA *	G	99,14	G	99,85
SFGM	G	100,00	G	100,00

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
<b>Belgique</b>				
FINAREF BENELUX *	G	99,94	G	99,94
<b>Finlande</b>				
ELLOS TILI OY	G	100,00	G	100,00
ELLOS FINANS OY **	E	39,00	G	100,00
ELLOS FINANS HOLDING OY	G	100,00	G	100,00
<b>Grande-Bretagne</b>				
FINAREF UK *	Liquidation		G	100,00
REDCATS FINANCE UK	G	100,00	G	100,00
<b>Irlande</b>				
SPACE HOLDING *	G	100,00	G	100,00
FINAREF INSURANCE *	G	100,00	G	100,00
FINAREF LIFE *	G	100,00	G	100,00
SPACE REA *	G	100,00	G	100,00
<b>Luxembourg</b>				
PRINTEMPS REASSURANCE	G	100,00	G	85,00
SPACE LUX *	G	100,00	G	100,00
<b>Norvège</b>				
ELLOS FINANS A/S **	E	39,00	G	100,00
ELLOS KONTO A/S	G	100,00	G	100,00
<b>Pays-Bas</b>				
BARBICAM BV	G	100,00	G	100,00
<b>Suède</b>				
FINAREF KONTO AB	G	100,00	G	100,00
FINAREF NORDIC HOLDING AB	G	100,00	G	100,00
FINAREF SVERIGE AB **	E	39,00	G	100,00
FINAREF INVEST AB	G	100,00	G	100,00
FINAREF SECURITIES AB (ex FINAREF FÖRVALTNING AB) **	E	39,00	G	100,00
FINAREF GROUP AB **	E	39,00		Création

\* Sociétés du périmètre Finaref consolidées par intégration globale dans le sous-groupe Finaref, et consolidées par mise en équivalence à 39 % chez PPR suite à la cession de Finaref, à hauteur de la participation de Finaref dans ces sociétés.

\*\* Sociétés Finaref Nordic consolidées par mise en équivalence suite à leur cession en 2002.

Sociétés	% d'intérêt			
	2002		2001	
<b>DIVERS</b>				
<b>France</b>				
CAUMARTIN PARTICIPATIONS	G	100,00	G	100,00
DISCODIS	G	100,00	G	100,00
FINANCIERE LIMITROPHE	G	Fusion	G	100,00
FINANCIERE MAROTHI	G	100,00	G	100,00
LOCUTION	G	100,00	G	100,00
PPR FINANCE	G	100,00	G	100,00
SAPRODIS	G	100,00	G	100,00
THALLIUM	G	100,00	G	100,00
PPR INTERACTIVE	G	100,00	G	100,00
<b>Luxembourg</b>				
PPR INTERNATIONAL	G	100,00	G	100,00
<b>Pays-Bas</b>				
SCHOLEFIELD GOODMAN BV	G	100,00	G	100,00
<b>Suisse</b>				
PPR MARKETING SERVICES	G	100,00	G	100,00
<b>Etats-Unis</b>				
MOBILE PLANET	G	100,00	G	100,00

# Comptes de la société mère 2002

Rapports des Commissaires aux comptes	<b>137</b>
Compte de résultat	<b>141</b>
Bilan	<b>142</b>
Variation des capitaux propres	<b>143</b>
Annexe résumée	<b>144</b>
Inventaire des valeurs mobilières	<b>145</b>
Liste des filiales et participations directes	<b>146</b>
Résultats au cours des cinq derniers exercices	<b>148</b>
Rapport société mère	<b>149</b>
Résumé des résolutions	<b>153</b>

# Rapports des Commissaires aux comptes pour la société mère

Exercice clos le 31 décembre 2002

## Rapport des Commissaires aux comptes sur les comptes de la société Pinault-Printemps-Redoute

En exécution de la mission qui nous a été confiée par vos Assemblées générales, nous vous présentons notre rapport relatif à l'exercice clos le 31 décembre 2002, sur :

- le contrôle des comptes annuels de la société Pinault-Printemps-Redoute S.A., tels qu'ils sont joints au présent rapport ;
- les vérifications spécifiques et les informations prévues par la loi.

Les comptes annuels ont été arrêtés par le Directoire. Il nous appartient, sur la base de notre audit, d'exprimer une opinion sur ces comptes.

### 1. Opinion sur les comptes annuels

Nous avons effectué notre audit selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences permettant d'obtenir l'assurance raisonnable que les comptes annuels ne comportent pas d'anomalies significatives. Un audit consiste à examiner, par sondages, les éléments probants justifiant les données contenues dans ces comptes. Il consiste également à apprécier les principes comptables suivis et les estimations significatives retenues pour l'arrêté des comptes et à apprécier leur présentation d'ensemble.

Nous estimons que nos contrôles fournissent une base raisonnable à l'opinion exprimée ci-après.

Nous certifions que les comptes annuels sont, au regard des règles et principes comptables français, réguliers et sincères et donnent une image fidèle du résultat des opérations de l'exercice écoulé ainsi que de la situation financière et du patrimoine de la société à la fin de cet exercice.

### 2. Vérifications et informations spécifiques

Nous avons également procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, aux vérifications spécifiques prévues par la loi.

Nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité et la concordance avec les comptes annuels des informations données dans le rapport de gestion du Directoire et dans les documents adressés aux actionnaires sur la situation financière et les comptes annuels.

En application de la loi, nous nous sommes assurés que les diverses informations relatives aux prises de participation et de contrôle et à l'identité des détenteurs du capital vous ont été communiquées dans le rapport de gestion.

Paris, le 5 mars 2003

Les Commissaires aux comptes

KPMG Audit  
Département de KPMG SA  
Gérard Rivière

Deloitte Touche Tohmatsu  
Didier Taupin

## Rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions réglementées

Exercice clos le 31 décembre 2002

En notre qualité de Commissaires aux comptes de votre Société, nous vous présentons notre rapport sur les conventions réglementées.

### Conventions autorisées au cours de l'exercice

En application de l'article L.225-88 du Code de commerce, nous avons été avisés des conventions qui ont fait l'objet de l'autorisation préalable de votre Conseil de surveillance. Il ne nous appartient pas de rechercher l'existence éventuelle d'autres conventions mais de vous communiquer, sur la base des informations qui nous ont été données, les caractéristiques et les modalités essentielles de celles dont nous avons été avisés, sans avoir à nous prononcer sur leur utilité et leur bien-fondé. Il vous appartient, selon les termes de l'article 117 du décret du 23 mars 1967, d'apprécier l'intérêt qui s'attachait à la conclusion de ces conventions en vue de leur approbation.

#### 1. Accords entre Pinault-Printemps-Redoute, Conforama Holding d'une part, et BNP Paribas et Cetelem d'autre part concernant la cession de 90 % des titres de la société Facet

Au cours des séances des 21 octobre et 18 décembre 2002, le Conseil de surveillance a autorisé le Directoire à conclure un accord entre Pinault-Printemps-Redoute, Conforama Holding d'une part, et BNP Paribas et Cetelem d'autre part en vue de céder 90 % de la société Facet, sur la base d'un prix global de 965 millions d'euros.

Ces accords ont prévu :

- l'acquisition par Pinault-Printemps-Redoute de 538 819 actions Facet au prix de 826 661 772,56 euros cédées par Finaref ;
- l'acquisition par Pinault-Printemps-Redoute de 18 012 actions Facet au prix de 27 634 199,7 euros cédées par Conforama Holding ;
- l'acquisition par Pinault-Printemps-Redoute de 8 073 actions Facet au prix de 12 385 681,44 euros cédées par Conforama France ;
- la conclusion de l'accord-cadre commercial entre Pinault-Printemps-Redoute, Conforama Holding, Facet et BNP Paribas ayant pour objet la coopération commerciale exclusive entre le Groupe Conforama et la société Facet en vue d'offrir des produits et services financiers ou d'assurance aux clients des magasins du groupe Conforama ;
- la conclusion d'un pacte d'actionnaires entre Pinault-Printemps-Redoute, Conforama Holding, Cetelem et BNP Paribas ayant pour objet d'organiser, au sein de Facet, les relations entre Conforama Holding et Cetelem ;
- la cession par Pinault-Printemps-Redoute de 564 904 actions Facet au prix de 866 681 653,7 euros au profit de Cetelem.

Ces accords ont également prévu de ne pas procéder à l'exécution des dispositions stipulées dans le protocole du

7 septembre 2001 conclu entre Pinault-Printemps-Redoute et Cetelem et non encore réalisées. Ce protocole prévoyait la reprise par Finaref des activités opérationnelles de Facet et avait fait l'objet d'une autorisation par le Conseil de surveillance dans sa séance du 5 septembre 2001.

#### Membres du Conseil de surveillance et du Directoire concernés

Messieurs Serge Weinberg, François-Henri Pinault, Thierry Falque-Pierrotin, Per Kaufmann, Denis Olivennes et Baudouin Prot.

#### 2. Accord entre Pinault-Printemps-Redoute et Redcats d'une part, et Crédit Agricole d'autre part concernant la cession de Finaref

Au cours des séances des 29 octobre et 18 décembre 2002, le Conseil de surveillance a autorisé le Directoire à conclure un accord entre Pinault-Printemps-Redoute, Redcats et le Crédit Agricole en vue de céder l'intégralité des activités de Finaref, hors Facet, pour un prix global de 2 525 000 000 euros. L'accord conclu en date du 20 décembre 2002 a prévu :

- la cession de 61 % des actions Finaref ;
  - préalablement, Redcats et Pinault-Printemps-Redoute ont cédé, à un prix par action identique, des actions Finaref à France Printemps, La Redoute et Fnac, ces trois enseignes conservant une participation de 10 % dans le capital de Finaref ;
  - la cession de 29 % des actions Finaref en janvier 2004.
- Préalablement à la cession de Finaref au Crédit Agricole, Pinault-Printemps-Redoute a acquis 25 % du capital de la société Fairbank auprès de Finaref au prix de 2 791 000 euros.

#### Membres du Directoire concernés

Messieurs Serge Weinberg et Thierry Falque-Pierrotin.

#### 3. Convention d'étude et de conseil avec les banques Rothschild et Compagnie Banque et Lazard Frères

Au cours de sa séance du 21 octobre 2002, le Conseil de surveillance a autorisé le Directoire à confier à Rothschild et Compagnie Banque et à Lazard Frères une mission de conseil portant sur les cessions des activités de crédit à la consommation du pôle Crédits et Services Financiers. Le budget total alloué à cette mission s'élevait à 12 400 000 euros HT, dont 4 100 000 euros HT ont été facturés au cours de l'exercice 2002, le solde ayant fait l'objet d'une provision dans les comptes de l'exercice clos le 31 décembre 2002.

#### Membres du Conseil de surveillance concernés

Messieurs François Henrot et Bruno Roger.

#### 4. Opérations immobilières sur le siège de La Redoute à Roubaix

A l'issue d'une opération immobilière portant sur un ensemble d'immeubles situés à Roubaix, le Conseil de

surveillance a autorisé, dans sa séance du 18 décembre 2002, la résiliation du bail consenti par Pinault-Printemps-Redoute à La Redoute sur des immeubles situés à Roubaix et la conclusion d'un nouveau bail moyennant un loyer global annuel de 4 millions d'euros indexé sur l'indice INSEE du coût de la construction et pour une durée de 12 ans à compter du 1er janvier 2003 avec faculté de sous-location aux filiales.

#### **Membre du Directoire concerné**

Monsieur Thierry Falque-Pierrotin.

#### **5. Convention d'étude et de conseil dans le cadre de la réflexion stratégique du Groupe avec les banques Rothschild et Compagnie Banque et Lazard Frères**

Au cours de sa séance du 18 décembre 2002, le Conseil de surveillance a autorisé le Directoire à confier à Rothschild et Compagnie Banque et à Lazard Frères une mission de conseil dans le cadre de la réflexion stratégique du Groupe. Le budget total alloué à cette mission s'élève à 1 600 000 euros HT. Cette convention n'a donné lieu à aucune facturation sur l'exercice clos le 31 décembre 2002.

#### **Membres du Conseil de surveillance concernés**

Messieurs François Henrot et Bruno Roger.

#### **Conventions approuvées au cours d'exercices antérieurs dont l'exécution s'est poursuivie durant l'exercice**

Par ailleurs, en application du décret du 23 mars 1967, nous avons été informés que l'exécution des conventions suivantes, approuvées au cours d'exercices antérieurs, s'est poursuivie au cours du dernier exercice.

#### **1. Régime de retraite supplémentaire pour les cadres dirigeants du Groupe**

Au cours de sa séance du 28 février 2001, le Conseil de surveillance a autorisé des membres du Directoire ainsi que, en tant que de besoin, tous les dirigeants éligibles, à bénéficier du régime supplémentaire de retraite qui doit être mis en place dans le cadre de la politique de gestion des ressources humaines des cadres dirigeants du Groupe.

Les modalités envisagées de ce régime doivent permettre de proposer la perspective de percevoir une rente viagère partiellement réversible et revalorisable, dont le montant serait calculé à raison d'un dixième par an d'ancienneté dans le Groupe et jusqu'à 15 % du salaire de base annuel. Ce salaire de base annuel serait déterminé sur les 36 derniers mois d'activité et pour autant qu'il y ait départ à la retraite à partir du Groupe à 60 ans au moins et avec ouverture des droits à liquidation de pension de base Sécurité Sociale ou équivalent.

Au 31 décembre 2002, les versements cumulés effectués par votre société au fonds destiné à couvrir les engagements envers l'ensemble des membres du Directoire et des cadres dirigeants concernés s'élèvent à 9 417 570 euros.

#### **2. Swap de performance (Equity Swap) conclu avec le Crédit Lyonnais**

Au cours de sa séance du 19 décembre 2001, le conseil de surveillance a autorisé la conclusion avec le Crédit Lyonnais d'un protocole d'accord portant sur la vente d'un bloc de 1 600 000 actions Pinault-Printemps-Redoute S.A. au prix de 170,42 euros l'action et d'une confirmation d'opération d'échange portant sur 1 600 000 actions Pinault-Printemps-Redoute S.A. Le 9 septembre 2002, l'opération d'échange a été réalisée, se traduisant par le rachat au Crédit Lyonnais de 1 600 000 actions au prix de 170,42 euros l'action.

#### **3. Accord entre les sociétés Pinault-Printemps-Redoute et Gucci N.V.**

Au cours de sa séance du 5 septembre 2001, le conseil de surveillance a autorisé le directoire à conclure avec la société Gucci N.V. un accord par lequel Pinault-Printemps-Redoute consent aux actionnaires de Gucci N.V. une option de vente de leurs actions au prix de 101,5 USD par action, exerçable à partir de mars 2004.

#### **4. Rémunération des prestations réalisées par Artémis**

Aux termes d'une convention entre les deux sociétés depuis le 27 septembre 1993, Artémis réalise pour le compte de Pinault-Printemps-Redoute des missions d'études et de conseil portant sur :

- la stratégie et le développement du groupe Pinault-Printemps-Redoute et l'appui dans la réalisation d'opérations complexes de nature juridique, fiscale, financière ou immobilière ;

- la fourniture d'opportunités de développement d'affaires en France et à l'étranger ou de facteurs de réduction des coûts.

Le Conseil de surveillance de Pinault-Printemps-Redoute a autorisé la rémunération de ces prestations à trente sept cent millièmes (0,037 %) du chiffre d'affaires net, hors taxe, consolidé lors de sa séance du 10 mars 1999.

Cette rémunération s'est élevée à 10 130 189 euros pour l'exercice 2002.

Nous avons effectué nos travaux selon les normes professionnelles applicables en France ; ces normes requièrent la mise en œuvre de diligences destinées à vérifier la concordance des informations qui nous ont été données avec les documents de base dont elles sont issues.

Paris, le 5 mars 2003

Les Commissaires aux comptes

KPMG Audit  
Département de KPMG SA  
Gérard Rivière

Deloitte Touche Tohmatsu

Didier Taupin

## Rapport des Commissaires aux comptes sur l'augmentation de capital, avec suppression du droit préférentiel de souscription, réservée aux salariés adhérents à un Plan d'épargne

Assemblée générale mixte du 22 mai 2003

Mesdames, Messieurs,

En notre qualité de Commissaires aux comptes de votre Société et en exécution de la mission prévue par l'article L.225-135 du Code de commerce, nous vous présentons notre rapport sur le projet d'augmentation de capital réservée aux salariés adhérents à un Plan d'épargne, opération sur laquelle vous êtes appelés à vous prononcer. Cette augmentation de capital est soumise à votre approbation en application des dispositions de l'article L. 225-129 du Code de commerce et de l'article L. 443-5 du Code du travail.

Le nombre maximal d'actions qui pourra être émis pour l'ensemble de ce plan d'actionnariat salarié ne pourra excéder 1 200 000 actions soit un montant nominal maximum de 4 800 000 euros.

Votre Directoire vous propose de lui déléguer le soin d'arrêter les modalités de cette opération et vous propose de supprimer votre droit préférentiel de souscription.

Nous avons examiné le projet d'augmentation de capital, en effectuant les diligences que nous avons estimé nécessaires selon les normes de la profession.

Sous réserve de l'examen ultérieur des conditions de l'augmentation de capital proposées, nous n'avons pas d'observation à formuler sur les modalités de détermination du prix d'émission donnée dans le rapport du Directoire.

Le montant du prix d'émission n'étant pas fixé, nous n'exprimons pas d'avis sur les conditions définitives dans lesquelles l'augmentation de capital sera réalisée et, par voie de conséquence, sur la proposition de suppression du droit préférentiel de souscription qui vous est faite dont le principe entre cependant dans la logique des opérations soumises à votre approbation.

Conformément à l'article 155-2 du décret du 23 mars 1967, nous établirons un rapport complémentaire lors de la réalisation de l'augmentation de capital par votre Directoire.

Paris, le 7 mars 2003

Les Commissaires aux comptes

KPMG Audit  
Département de KPMG SA  
Gérard Rivière

Deloitte Touche Tohmatsu  
Didier Taupin

# Compte de résultat de la société mère

Pour les exercices clos les 31 décembre 2002, 2001 et 2000

(en millions d'euros)	2002	2001	2000
Redevances Groupe	34,8	41,6	36,4
Revenus des immeubles donnés en location	11,4	19,1	17,0
Frais de personnel	(17,4)	(13,7)	(12,3)
Autres charges d'exploitation	(42,4)	(55,5)	(48,3)
<b>Résultat d'exploitation</b>	<b>(13,6)</b>	<b>(8,5)</b>	<b>(7,2)</b>
Charges d'intérêt sur endettement financier	(137,0)	(243,7)	(154,5)
Produits et charges sur immobilisations financières et autres	955,9	305,1	217,1
<b>Résultat financier</b>	<b>818,9</b>	<b>61,4</b>	<b>62,6</b>
<b>Résultat courant</b>	<b>805,3</b>	<b>52,9</b>	<b>55,4</b>
Résultat sur cessions d'actifs, dépréciations et opérations connexes	(735,5)	6,3	11,3
Coûts des litiges, contentieux et restructuration	(5,1)	(9,6)	(1,2)
Autres produits/charges exceptionnels	(26,6)	(3,3)	(14,3)
<b>Résultat exceptionnel</b>	<b>(767,2)</b>	<b>(6,6)</b>	<b>(4,2)</b>
Impôt	44,7	(0,1)	(0,8)
Boni d'intégration fiscale	163,0	117,1	105,9
Participation des salariés	(1,4)	(1,3)	(1,0)
<b>Résultat net de l'exercice</b>	<b>244,4</b>	<b>162,0</b>	<b>155,3</b>

# Bilan de la société mère

Aux 31 décembre 2002, 2001 et 2000

<b>ACTIF</b> (en millions d'euros)	2002	2001	2000
<b>Actif immobilisé</b>			
Immobilisations financières <sup>(1)</sup>	6 921,0	6 966,7	6 953,6
Autres immobilisations	9,7	5,3	33,9
<b>Total de l'actif immobilisé</b>	<b>6 930,7</b>	<b>6 972,0</b>	<b>6 987,5</b>
<b>Actif circulant</b>			
Créances <sup>(2)</sup>	201,5	304,4	150,0
Valeurs mobilières de placement	320,2	255,5	401,8
Disponibilités	3 484,3	536,7	89,9
<b>Total de l'actif circulant</b>	<b>4 006,0</b>	<b>1 096,6</b>	<b>641,7</b>
<b>Total de l'actif</b>	<b>10 936,7</b>	<b>8 068,6</b>	<b>7 629,2</b>

(1) Dont à moins d'un an :	4,8	4,5	4,5
(2) Dont à plus d'un an :	66,7	52,3	39,0

<b>PASSIF</b> (en millions d'euros)	2002	2001	2000
<b>Capitaux propres</b>			
Capital	489,6	489,6	362,2
Primes d'émission, de fusion, d'apport	1 787,9	1 787,9	1 299,8
Réserves et report à nouveau	843,1	959,1	1 171,4
Résultat de l'exercice	244,4	162,0	155,3
<b>Total des capitaux propres</b>	<b>3 365,0</b>	<b>3 398,6</b>	<b>2 988,7</b>
<b>Provisions pour risques &amp; charges</b>	<b>100,1</b>	<b>220,5</b>	<b>134,0</b>
<b>Dettes</b>			
Dettes financières (hors intérêts) <sup>(1)</sup>	7 108,3	4 249,7	4 376,1
Autres dettes <sup>(2)</sup>	363,3	199,8	130,4
	<b>7 471,6</b>	<b>4 449,5</b>	<b>4 506,5</b>
<b>Total du passif</b>	<b>10 936,7</b>	<b>8 068,6</b>	<b>7 629,2</b>

(1) Dont à plus d'un an :	4 542,3	3 738,5	4 073,0
(2) Dont à plus d'un an :	2,2	5,7	8,1

# Variation des capitaux propres de la société mère

(Avant affectation du résultat)	Nombre d'actions	Capital	Primes d'émission, fusion...	Réserves et report à nouveau	Résultat de l'exercice	Capitaux propres
<b>Au 31 décembre 2000</b> (en millions de francs)	<b>118 779 305</b>	<b>2 376</b>	<b>8 526</b>	<b>7 684</b>	<b>1 019</b>	<b>19 605</b>
Levée de stock-options	50 000	1	14			15
Affectation résultat 2000				1 019	(1 019)	
Dividendes versés				(1 669)		(1 669)
Situation en francs avant conversion du capital	118 829 305	2 377	8 540	7 034		17 951
<b>Situation en euros avant conversion du capital</b>	<b>118 829 305</b>	<b>362,4</b>	<b>1 301,9</b>	<b>1 072,3</b>		<b>2 736,6</b>
Conversion du capital en euros		113,0		(113,0)		
Levée de stock-options	5 000		0,2			0,2
Conversion de 3 077 000 obligations par Groupe Artémis (OCEANE 2001)	3 560 089	14,2	485,8			500,0
Conversion de 73 obligations (OCEANE 2001)	86					
Variations des provisions réglementées				0,1		0,1
Ecart de réévaluation suite cession Clichy				(0,3)		(0,3)
Résultat 2001					162,0	162,0
<b>Au 31 décembre 2001</b> (en millions d'euros)	<b>122 394 480</b>	<b>489,6</b>	<b>1 787,9</b>	<b>959,1</b>	<b>162,0</b>	<b>3 398,6</b>
Affectation résultat 2001				162,0	(162,0)	
Dividendes versés				(278,4)		(278,4)
Variations des provisions réglementées				0,4		0,4
Résultat 2002					244,4	244,4
<b>Au 31 décembre 2002</b> (en millions d'euros)	<b>122 394 480</b>	<b>489,6</b>	<b>1 787,9</b>	<b>843,1</b>	<b>244,4</b>	<b>3 365,0</b>

# Annexe résumée

## Impôt sur les bénéfices

Ce poste se décompose comme suit :

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Impôt	44,7	(0,1)
Boni d'intégration fiscale	163,0	117,1
<b>Impôts sur les bénéfices</b>	<b>207,7</b>	<b>117,0</b>

Au terme d'une convention d'intégration fiscale prenant effet au 1<sup>er</sup> janvier 1988, Pinault-Printemps-Redoute fait son affaire de l'impôt dû par le groupe intégré et des obligations fiscales qui pèsent sur celui-ci.

Le périmètre d'intégration fiscale comprend 178 sociétés en 2002 contre 187 en 2001. La société filiale supporte une charge d'impôt sur les sociétés calculée sur ses résultats propres comme en l'absence d'intégration fiscale. Les économies d'impôt réalisées par le Groupe à raison de l'intégration sont appréhendées par Pinault-Printemps-Redoute, société mère du groupe intégré.

## Principaux engagements hors bilan

### Engagement d'achat de titres Gucci

Dans le cadre de l'accord tripartite intervenu le 10 septembre 2001 entre Pinault-Printemps-Redoute, Gucci et LVMH, le groupe Pinault-Printemps-Redoute s'est engagé à effectuer une offre publique d'achat, entre le 22 mars et le 30 avril 2004, à 101,5 \$ par action Gucci.

Dans l'hypothèse où le cours de l'action Gucci serait inférieur à 101,5 \$, l'engagement maximum s'élèverait à 4,7 milliards de \$, sur la base du nombre de titres Gucci en circulation au 31 décembre 2002.

## Dettes financières

### Analyse par catégorie de dettes

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Emprunts obligataires convertibles <sup>(1)</sup>	1 990,5	1 974,5
Emprunts obligataires	854,9	1 354,9
Emprunt obligataire indexé	172,4	159,0
Lignes de crédit confirmées	3 276,0	-
Emprunt BLB / CCF	750,0	750,0
Emprunt long et moyen terme	-	5,1
Emprunt court terme	50,0	-
Concours bancaires courants	3,2	6,2
Agent de change	11,3	-
Dettes bancaires et assimilées	7 108,3	4 249,7
Comptes-courants de trésorerie	-	-
<b>Total</b>	<b>7 108,3</b>	<b>4 249,7</b>

(1) Le montant de 2002 inclut 39,5 millions d'euros de prime de remboursement échéance 1/01/2003.

Dont : concernant les entreprises liées :

Comptes-courants

de trésorerie créditeurs néant néant

Aux 31 décembre 2002 et 2001, les dettes financières ne font l'objet d'aucune garantie par des sûretés réelles.

### Analyse par échéance de remboursement

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
A moins d'un an <sup>(1)</sup>	2 566,0	511,2
A plus d'un an et à moins de cinq ans <sup>(2)</sup>	4 542,3	3 738,5
<b>Total</b>	<b>7 108,3</b>	<b>4 249,7</b>

(1) Dont 862,5 millions d'euros de l'Océane émise en novembre 2001.

(2) Les tirages à court terme sur les lignes adossées à des crédits confirmés à plus d'un an sont classés dans les échéances à plus d'un an.

### Endettement financier net

(en millions d'euros)	31.12.2002	31.12.2001
Dettes financières	7 108,3	4 249,7
Valeurs Mobilières de Placement	(320,2)	(255,5)
Disponibilités	(3 484,3)	(536,7)
<b>Endettement financier net</b>	<b>3 303,8</b>	<b>3 457,5</b>

# Inventaire des valeurs mobilières détenues en portefeuille

au 31 décembre 2002

Dénomination de la société  (en milliers d'euros)	Participations détenues				
	Nombre de titres	%	Valeur brute	Dépréciation	Valeur nette comptable
1- Titres de placement et participation dans les sociétés françaises dont la valeur d'inventaire par catégorie de titres ou participation est supérieure ou égale à 15 000 euros :					
ARTES	69 649	14,19	1 100,8	1 100,8	
BALZAN	2 994	99,80	48,7		48,7
BARYUM	182 990	99,99	2 745,6		2 745,6
CAUMARTIN PARTICIPATIONS	875 700	99,97	82 343,5		82 343,5
CLUB DE DEVELOPPEMENT PPR	599 994	60,00	9 146,9	6 222,0	2 924,9
CONFORAMA	4 284 633	92,89	252 348,3		252 348,3
DISCODIS	3 199 302	100,00	299 734,9		299 734,9
FINANCIERE MAROTHI	20 443 682	99,99	2 685 468,1		2 685 468,1
FINAREF	201 816 861	90,15	345 775,4		345 775,4
FRANCE PRINTEMPS	3 589 598	99,95	132 439,3		132 439,3
GECCA	995	99,50	1 036,6		1 036,6
GUILBERT (obligations)	930 581		155 836,8		155 836,8
GUILBERT (titres)	9 124 107	99,99	1 309 805,6	350 000,0	959 805,6
KADEOS	58 000	33,33	292,5		292,5
LOCUTION	2 990	99,67	45,6		45,6
LOBELIE SCS	37 500	3,75	285,8		285,8
MOBILE PLANET	2 994	99,80	45,6		45,6
MOBILE PLANET EUROPE	9 900	99,00	150,9		150,9
PETITS & GRANDS	4 500	45,00	68,6		68,6
PINAULT-PRINTEMPS-REDOUTE	5 758 648	4,70	800 068,9	356 134,7	443 934,2
PPR FINANCE	9 990	99,90	152,3		152,3
PPR INTERACTIVE	1 499 989	100,00	22 867,2		22 867,2
PRODISTR	14 995	99,97	228,6		228,6
PPR PPR-PURCHASING	731 250	65,00	2 936,2		2 936,2
REDCATS	400 100	99,99	1 230 212,5		1 230 212,5
SAPARDIS	182 992	100,00	2 745,6	38,0	2 707,6
SAPRODIS	33 920 228	82,09	568 830,2		568 830,2
SAVOISIENNE	129 690	99,00	1 977,1	1 689,8	287,3
SOCIETE FINANCIERE DE GRANDS MAGASINS	298 502	99,50	7 313,4		7 313,4
TEAMTEL	392 989	100,00	5 895,6		5 895,6
TREMI	2 994	99,80	48,7		48,7
VARIANTE	2 994	99,80	48,7		48,7
2- Titres de placement et participation dont la valeur d'inventaire par catégorie de titres ou par participation est inférieure à 15 000 euros.			5,5		5,5
3- Autres sociétés de services, immobilières et diverses			1 236,5	343,2	893,3
4- Titres de sociétés étrangères			27 498,8	169,3	27 329,5
<b>Total</b>			<b>7 950 785,3</b>	<b>715 697,8</b>	<b>7 235 087,5</b>

# Liste des filiales et participations directes

31 décembre 2002 (en millions d'euros)	Capital	Réserves et report à nouveau avant affectation	Quote-part du capital détenu	Valeur comptable des titres détenus	
				Brute	Nette
<b>I - RENSEIGNEMENTS DETAILLES</b>					
<b>A - Filiales (détenues à + 50 %)</b>					
CAUMARTIN PARTICIPATIONS <sup>(1)</sup>	6	71	100 %	82	82
CONFORAMA HOLDING <sup>(1)</sup>	74	237	93 %	252	252
CLUB DE DEVELOPPEMENT PPR <sup>(3)</sup>	15	(8)	60 %	9	3
DISCODIS <sup>(1)</sup>	154	13	100 %	300	300
FINANCIERE MAROTHI <sup>(1)</sup>	388	2 248	100 %	2 686	2 686
FINAREF <sup>(2)</sup>	14	652	90 %	346	346
FRANCE PRINTEMPS <sup>(1)</sup>	55	108	100 %	132	132
GUILBERT <sup>(1)</sup>	14	195	100 %	1 310	960
PPR INTERACTIVE <sup>(1)</sup>	23	(23)	100 %	23	23
REDCATS <sup>(1)</sup>	61	234	100 %	1 230	1 230
SAPRODIS <sup>(1)</sup>	620	129	82 %	569	569
S.F.G.M. <sup>(1)</sup>	5	6	100 %	7	7
TEAMTEL <sup>(3)</sup>	1	(3)	100 %	6	6
<b>II - RENSEIGNEMENTS GLOBAUX</b>					
<b>A - Filiales non reprises au paragraphe I</b>					
a) Filiales françaises (ensemble)				12	10
b) Filiales étrangères					
- PPR Luxembourg				14	14
- AU PRINTEMPS REASSURANCES				10	10
- Autres				2	2
<b>B - Participations non reprises au paragraphe I</b>					
a) Dans des sociétés françaises (ensemble)				2	1
b) Dans des sociétés étrangères (ensemble)				1	1
<b>Total</b>				<b>6 993</b>	<b>6 634</b>

(1) Filiales consolidées par intégration globale.

(2) Filiales consolidées par mise en équivalence.

(3) Filiales non consolidées.

Prêts consentis par la société et non encore remboursés	Montants des cautions et avals donnés par la société	Chiffre d'affaires HT du dernier exercice écoulé	Bénéfice ou perte ( ) du dernier exercice clos	Dividendes encaissés par la société au cours de l'exercice
			6	48
			(3)	
			(8)	35
			(166)	
		528	642	414
		860	46	10
		10	435	346
		11	(2)	
		35	23	34
			72	57
		1		
		23	3	
				7

# Résultats de la société mère au cours des cinq derniers exercices

	1998	1999	2000	2001	2002
<b>Capital en fin d'exercice</b>					
Capital social (en euros)	358 064 904	363 380 831	362 155 766	489 577 920	489 577 920
Nombre d'actions ordinaires existantes	117 437 590 <sup>(1)</sup>	119 181 100	118 779 305	122 394 480 <sup>(2)</sup>	122 394 480
Nombre maximal d'actions futures à créer	685 030 <sup>(1)</sup>	5 379 152	5 374 152	10 734 387 <sup>(2)</sup>	6 221 620
- par conversion d'obligations	-	5 237 152	5 237 152	10 652 387 <sup>(2)</sup>	5 307 813
- par exercice d'options de souscription	685 030 <sup>(1)</sup>	142 000	137 000	82 000 <sup>(2)</sup>	913 807
<b>Opérations et résultats de l'exercice</b> (en milliers d'euros)					
Produits des activités courantes	28 497	31 494	36 388	41 611	34 831
Résultat avant impôts, participation des salariés et dotations aux amortissements et provisions	120 151	295 662	87 926	146 304	608 311
Impôt sur les bénéfices (charge)/boni	124 469	52 285	105 188	116 925	207 573
Participation des salariés due au titre de l'exercice	624	755	1 041	1 288	1 362
Résultat après impôts, participation des salariés et dotations aux amortissements et provisions	237 002	315 682	155 296	161 953	244 391
Résultat distribué	169 186	211 502	258 941	281 507	281 507 <sup>(3)</sup>
<b>Données par action</b> (en euros)					
Résultat après impôts, participation des salariés mais avant dotations aux amortissements et provisions	2,08	2,91	1,62	2,14	6,65
Résultat après impôts, participation des salariés et dotations aux amortissements et provisions	2,02	2,65	1,31	1,32	2,00
Dividende :					
- dividende net attribué à chaque action	1,44	1,78	2,18	2,30	2,30 <sup>(3)</sup>
- revenu global pour chaque action (avoir fiscal à 50 %)	2,16	2,67 <sup>(4)</sup>	3,27 <sup>(4)</sup>	3,45 <sup>(4)</sup>	3,45 <sup>(4)</sup>
<b>Personnel</b>					
Effectif moyen des salariés employés pendant l'exercice	80	93	99	110	134
Montant de la masse salariale de l'exercice (en milliers d'euros)	5 500	6 349	8 055	9 587	11 573
Montant des sommes versées au titre des avantages sociaux de l'exercice (Sécurité sociale, œuvres sociales, etc.) (en milliers d'euros)	2 413	2 677	4 276	4 116	5 862

(1) Le 17 juillet 1998, division par 5 du nominal des actions par voie d'échange d'une action ancienne de 100 F contre 5 actions nouvelles de 20 F.

(2) Le 30 août 2001, conversion du capital en euros et valeur nominale des actions portée à 4 euros.

(3) Soumis à l'approbation de l'Assemblée générale du 22 mai 2003.

(4) Sous réserve d'un avoir fiscal réduit en fonction de la qualité de chaque bénéficiaire.

# Rapport société mère

Les ressources de votre Société sont essentiellement constituées des dividendes reçus de ses filiales, des loyers encaissés sur ses immeubles, des résultats de son activité financière et des redevances de conseil et d'assistance à ses filiales dans des conditions conformes aux usages en la matière (fixées en pourcentage de leur chiffre d'affaires). Votre Société a finalisé, fin 2002, la cession de l'activité Crédit à la Consommation du Groupe par la cession à BNP Paribas de 90 % du capital de Facet qui gère l'activité de crédit à la consommation de Conforama et par la conclusion d'un accord avec le Crédit Agricole pour la vente de Finaref en deux étapes : 61 % début 2003 et 29 % début 2004, le Groupe conservant une participation de 10 % dans les deux sociétés et la maîtrise de ses fichiers commerciaux et de l'action marketing.

Votre Société a également réalisé à la fin de l'exercice une opération sur l'ensemble immobilier de Roubaix occupé principalement par Redcats et ses filiales ainsi que par Finaref. Cette opération a principalement consisté en une levée d'option de rachat au titre du crédit-bail consenti sur cet ensemble puis d'une cession partielle à un groupe d'investisseurs et de la reprise au titre d'un contrat de location.

## Activité financière

Votre Société a mis en place, en octobre 2002, un crédit revolving syndiqué de 2,5 milliards d'euros composé de deux tranches de 1,25 milliard d'euros chacune, à 3 et 5 ans. Les conditions financières de mobilisation du crédit, indexées sur Euribor, varient en fonction du niveau de la note de votre Société auprès des agences de notation. Le solde des besoins de trésorerie de votre Société a été intégralement financé par les lignes de crédit à moyen terme disponibles déjà existantes et par le compte courant financier ouvert chez PPR Finance, centrale de trésorerie du Groupe.

## Résultats

Le résultat d'exploitation de la Société mère s'établit à -13,6 millions d'euros en 2002 contre -8,5 millions d'euros l'exercice précédent.

Le résultat financier, qui prend en compte les dividendes reçus des filiales dont (744 millions d'euros de dividendes exceptionnels) et les charges liées au financement de la dette, s'élève à 818,9 millions d'euros contre 61,4 millions d'euros l'exercice précédent.

Le résultat exceptionnel qui s'établit à -767,2 millions d'euros contre -6,6 millions d'euros en 2001 comprend, notamment, des plus-values réalisées sur cessions immobilières et prend en charge une provision de 329,4 millions d'euros sur perte de valeur des actions propres détenues à la date de clôture sur la base du cours moyen de décembre 2002 ainsi que des provisions sur titres de participation de 357,3 millions d'euros.

L'intégration fiscale de certaines filiales françaises du Groupe dont Pinault-Printemps-Redoute est la société mère dégage un profit de 207,7 millions d'euros contre 117 millions d'euros l'exercice précédent.

Au total, le résultat net de votre Société ressort à 244,4 millions d'euros, contre 162 millions d'euros en 2001.

## Affectation des résultats

Nous vous proposons la distribution d'un dividende net de 2,30 euros par action assorti le cas échéant d'un avoir fiscal à 50 % ou au taux prévu par les dispositions fiscales en vigueur, qui sera mis en paiement le 6 juin 2003.

En conséquence, l'affectation proposée du résultat est la suivante :

(en euros)	
<b>Origine</b>	
Report à nouveau	151 187 209,67
Résultat de l'exercice	244 391 347,96
<b>Total montant à affecter</b>	<b>395 578 557,63</b>
<b>Affectation</b>	
Réserve légale pour affectation à la Réserve	
Spéciale des plus-values à long terme	4 522 070,71
Réserve Spéciale des plus-values à long terme	46 486 223,72
Dividendes	281 507 304,00
Report à nouveau	63 062 959,20
<b>Total affectation</b>	<b>395 578 557,63</b>

Vous trouverez ci-après la distribution des dividendes au cours des trois derniers exercices :

Année de mise en distribution	Dividende net	Avoir fiscal à 50 %	Revenu global
2000	1,78 € (11,68 F)	0,89 € (5,84 F)	2,67 € (17,52 F)
2001	2,18 € (14,30 F)	1,09 € (7,15 F)	3,27 € (21,45 F)
2002	2,30 €	1,15 €	3,45 €

### **Programme de rachat d'actions**

Vous avez autorisé votre Directoire, lors de l'Assemblée générale du 21 mai 2002, à acquérir les actions de votre Société dans la limite de 10 % du capital social. Depuis le début de ce programme jusqu'à la date d'arrêté des comptes par le Directoire, 4 460 407 actions ont été acquises dont 854 060 par suite de levées d'options de vente (puts) vendues au cours de l'exercice, 1 600 000 actions par suite du dénouement du swap de performance conclu en décembre 2001, le solde dans le cadre de la régularisation des cours ou d'interventions sur le marché. De plus, 3 040 actions ont été remises en échange aux bénéficiaires de plans d'options de souscription d'actions Guilbert ou aux porteurs d'OCEANE 1999.

Compte tenu des actions détenues dans le cadre des programmes de rachat précédents, 1 604 615 actions sont affectées en titres immobilisés et le solde est affecté à la régularisation des cours, aux interventions en fonction des situations du marché et aux plans d'options d'achat d'actions.

Nous vous proposons aujourd'hui d'autoriser un nouveau programme de rachat permettant, pour une période de 18 mois, d'acquérir des actions de votre Société dans la limite de 10 % du capital social en vue de :

- la régularisation des cours des actions par intervention systématique en contre-tendance,
- l'intervention sur le marché par achats et ventes en fonction des situations du marché,
- la mise en œuvre de plans d'options d'achat d'actions attribués aux salariés et aux mandataires sociaux du Groupe et de plans d'actionnariat des salariés, notamment dans le cadre de plans d'épargne d'entreprise ou de la participation des salariés,
- la réalisation d'investissements ou de financements par la remise d'actions dans le cadre, soit d'opérations de croissance externe à titre de règlement, d'échange ou d'apport, soit d'émissions de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution d'actions de la Société à titre de remboursement, d'échange, d'attribution ou de toute autre manière,
- l'optimisation de la gestion de la trésorerie et des capitaux propres,
- l'annulation des actions acquises.

Les acquisitions pourront être effectuées par tous moyens y compris par utilisation de produits dérivés ou par voie d'acquisition de blocs de titres sans limitation de volume. Les actions acquises dans ce cadre pourront être ensuite, soit conservées, soit cédées ou transférées, par tous moyens, notamment par voie d'apport ou d'échange, soit attribuées, cédées ou transférées dans le cadre de plans d'options ou de plans salariaux. Elles pourront également être annulées dans les conditions prévues par la loi.

Le prix d'achat ne pourra être supérieur à 200 euros par action et le prix de vente ou de transfert ne pourra être inférieur à 60 euros par action. Toutefois, en cas de cession ou de transferts réalisés dans le cadre de plans d'options d'achat d'actions ou de cessions ou d'attributions d'actions aux salariés, le prix de cession ou de transfert sera fixé dans les conditions prévues par les dispositions légales concernant ces opérations et pourra ainsi être inférieur à ce dernier montant.

Le montant global maximal des acquisitions serait ainsi fixé à 2 448 millions d'euros.

L'annulation des actions acquises pourra être effectuée dans le cadre de l'autorisation conférée par l'Assemblée générale extraordinaire du 18 mai 2001.

Une note d'information complète est tenue à la disposition des actionnaires après visa de la Commission des opérations de bourse.

### **Actions propres**

Dans le cadre des autorisations de programme de rachat d'actions, votre Société a acquis, au cours de l'exercice 2002, 4 390 355 actions pour un cours moyen de 118,07 euros. Elle a cédé 3 335 actions pour un cours moyen de 175,99 euros. Le montant total des frais de négociation s'est élevé à 0,6 million d'euros.

A la clôture de l'exercice, 5 758 648 actions de 4 euros, représentant 4,70 % du capital, étaient inscrites dans les comptes de votre Société pour un montant de 443,9 millions d'euros (compte tenu d'une provision pour perte de valeur de 356,1 millions d'euros), dont 1 604 615 affectées en autres titres immobilisés et le solde affecté à la régularisation des cours, aux interventions en fonction des situations du marché et aux plans d'options d'achat d'actions existants (1 345 050) ou futurs.

### Plans d'options

Votre Société a consenti en 2002 deux plans d'options de souscription d'actions à des cadres dirigeants du Groupe portant respectivement sur 438 296 actions au prix de 128,10 euros et 410 271 actions au prix de 140,50 euros l'action.

Les informations concernant les plans d'options de souscription ou d'achat d'actions sont regroupées en annexe « Renseignements divers ».

### Conventions réglementées

Votre Société a conclu au cours de l'exercice diverses conventions dans le cadre des articles L. 225-86 et suivants du Code de Commerce.

#### ■ Cession de Facet

- accord avec BNP Paribas, Cetelem et Conforama Holding concernant la cession de Facet,
- reclassement préalable des actions Facet détenues par Finaref, Conforama Holding et Conforama France,
- accord-cadre de coopération commerciale avec BNP Paribas, Conforama Holding et Facet ayant pour objet l'offre de produits et de services financiers et d'assurance aux clients des magasins Conforama,
- pacte d'actionnaire ayant pour objet d'organiser au sein de Facet les relations entre Pinault-Printemps-Redoute, Conforama Holding, Cetelem et BNP Paribas.

#### ■ Cession de Finaref

- accord avec le Crédit Agricole et Redcats visant à la cession de Finaref, fixant les conditions de réalisation, incluant la signature d'un pacte d'actionnaire et de contrats opérationnels et commerciaux avec les enseignes concernées,
- acquisition préalable d'actions de la filiale Fairbank détenues par Finaref.

■ **Mission de conseil** dans le cadre de la cession du pôle Crédit et Services Financiers confiée à Rothschild et Compagnie et à Lazard Frères.

■ **Résiliation de baux et conclusion de nouveaux baux avec La Redoute SA** dans le cadre de l'opération immobilière de Roubaix.

■ **Mission d'étude et de conseil** dans le cadre de la réflexion stratégique du Groupe confiée à Rothschild et Compagnie et à Lazard Frères.

Vous trouverez dans le rapport spécial des Commissaires aux comptes les informations concernant ces conventions.

### Capital social

Le capital de votre Société s'élevait à la fin de l'exercice 2002 à 489 577 920 euros.

Le personnel de la Société et de son Groupe détenait à la clôture de l'exercice 989 812 actions de 4 euros dans le cadre des dispositions de l'article L. 225-102 du Code de Commerce représentant 0,8 % du capital.

A la date d'arrêté des comptes, votre Directoire n'a pas fait usage des autorisations d'augmenter le capital social que lui avait conférées l'Assemblée Générale Extraordinaire du 21 mai 2002. Votre Directoire n'a pas non plus utilisé l'autorisation de procéder à des augmentations de capital réservées aux salariés conférée par la même Assemblée générale.

La répartition du capital social et son évolution au cours de l'exercice, figurent en annexe « Renseignements divers ». A la clôture de l'exercice, le capital social et les droits de vote de votre Société sont détenus par le groupe Artémis, à hauteur de 42,2 % pour le capital et 57,0 % pour les droits de vote.

### Mandats, fonctions et rémunérations des mandataires sociaux

Les informations concernant les mandats, fonctions et rémunérations des mandataires sociaux sont regroupées au chapitre « Gouvernement d'entreprise ».

### Filiales et participations

Dans le cadre de ses activités holding, votre Société a procédé à diverses opérations avec ses filiales : souscriptions à des augmentations de capital, reclassements de participations ou acquisitions de titres minoritaires.

L'activité et les résultats des filiales et participations, les prises de contrôle et les modifications apportées aux pourcentages de détention des sociétés du Groupe figurent dans la partie Groupe du rapport et dans les annexes aux comptes consolidés (liste des sociétés consolidées).

**Autorisation d'augmenter le capital social par émission d'actions réservées aux salariés adhérents à un Plan d'épargne**

Nous vous rappelons que vous avez consenti à votre Directoire, lors de l'Assemblée générale extraordinaire du 21 mai 2002, diverses autorisations pour procéder à des émissions de valeurs mobilières pouvant donner accès, immédiatement ou à terme, à des augmentations de capital de votre Société, augmenter le capital social par incorporation de réserves, bénéfices ou primes, consentir des plans d'options de souscription ou d'achat d'actions et procéder à des augmentations de capital réservées aux salariés dans le cadre de la loi sur l'épargne salariale.

Nous vous proposons aujourd'hui de renouveler à votre Directoire l'autorisation de procéder, en une ou plusieurs fois, à des augmentations de capital réservées aux salariés, adhérents, à un Plan d'épargne, pour un nombre maximal de 1 200 000 actions à émettre. Le prix de souscription sera fixé par le Directoire, dans les conditions prévues par la loi, sans pouvoir être inférieur à 80 % de la moyenne des cours de bourse de l'action aux vingt séances de bourse précédant le jour de la décision du Directoire fixant la date d'ouverture des souscriptions. Les émissions pourront être

réalisées au profit de Fonds communs de placement d'entreprise ou de Sociétés d'investissement à capital variable.

Votre Directoire précisera lors de chaque émission, dans un rapport complémentaire, les conditions définitives de ces opérations et les informations nécessaires ainsi que l'incidence de l'émission sur la situation de l'actionnaire en ce qui concerne sa quote-part du bénéfice et celle des capitaux propres. Le montant des augmentations de capital sera fonction du montant des actions souscrites et dans les limites ci-dessus.

Vos Commissaires aux comptes vous exposent dans leur rapport leur avis sur cette autorisation.

Les informations concernant le développement, les perspectives et les événements importants de la Société survenus depuis la clôture de l'exercice ainsi que les informations concernant les conséquences sociales et environnementales de son activité sont indiquées dans les autres parties du rapport de gestion du Groupe et dans les différentes annexes.

Les résultats de la Société au cours des cinq derniers exercices sont annexés au présent rapport.

# Résumé des résolutions présentées à l'Assemblée générale mixte ordinaire et extraordinaire du 22 mai 2003

## Première résolution

Approbation des comptes annuels de l'exercice 2002.

## Deuxième résolution

Approbation des comptes consolidés 2002.

## Troisième résolution

Approbation du rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions visées aux articles L 225-86 et suivants du Code de commerce et des conventions qui y sont relatées.

## Quatrième résolution

Après dotation à la réserve légale de 4 522 070,71 euros et affectation à la réserve spéciale des plus-values à long terme de 46 486 223,72 euros, affectation du bénéfice distribuable de 344 570 263,20 euros, aux actions à titre de dividende pour 281 507 304,00 euros, le solde en report à nouveau. Le dividende de 2,30 euros par action, assorti d'un avoir fiscal de 50 % ou du taux prévu par les dispositions fiscales en vigueur, est mis en paiement le 6 juin 2003.

## Cinquième résolution

Autorisation de procéder à l'achat d'actions de la Société dans la limite d'un nombre d'actions représentant jusqu'à 10 % du capital social, en vue de régulariser les cours de bourse par intervention systématique en contre-tendance, intervenir par achats et ventes en fonction des situations du marché, consentir des options d'achat d'actions à des salariés et des mandataires sociaux du Groupe et céder ou attribuer des actions aux salariés dans le cadre des dispositions légales, permettre la réalisation d'investissements ou de financements par la remise d'actions dans le cadre, soit d'opérations de croissance externe, soit d'émissions de valeurs mobilières donnant droit à l'attribution d'actions de la Société et en vue d'optimiser la gestion de la trésorerie et des capitaux propres. Les acquisitions pourront être effectuées en vue d'annulation des actions.

Les actions acquises pourront être conservées, cédées ou transférées par tous moyens. Elles pourront être utilisées dans le cadre de plans d'options d'achat d'actions consentis à des salariés et mandataires sociaux du Groupe et de cessions ou d'attributions aux salariés du Groupe. Elles pourront également être annulées.

Le prix maximum d'achat est fixé à 200 euros par action et le prix minimum de cession ou de transfert est fixé à 60 euros par action. Le prix de cession ou de transfert sera toutefois fixé dans les conditions légales pour les cessions ou transferts réalisés dans le cadre de plans d'options d'achat d'actions ou de cessions ou d'attributions d'actions aux salariés. Le montant maximal de l'opération est fixé à 2 448 millions d'euros.

## Sixième résolution

Autorisation de procéder, dans les conditions définies par la loi, à l'augmentation du capital social d'un montant nominal maximal de 4 800 000 euros, par émission d'actions réservées aux salariés de la Société et des sociétés ou groupements qui lui sont liés, dans les conditions visées à l'article L. 233-16 du Code de commerce, adhérents à un Plan d'épargne institué à cet effet.

Le nombre total d'actions qui pourront être souscrites en application de la présente autorisation ne devra pas ainsi dépasser 1 200 000 actions.

Le prix de souscription des actions sera fixé au minimum à 80 % de la moyenne des premiers cours cotés de l'action de la Société sur le Premier Marché d'Euronext Paris SA aux vingt séances de bourse précédant le jour de la décision du Directoire fixant la date d'ouverture des souscriptions.

Chaque augmentation de capital ne sera réalisée qu'à concurrence du montant des actions souscrites par les salariés, individuellement ou par l'intermédiaire de Fonds communs de placement d'entreprise ou de Sociétés d'investissement à capital variable régies par l'article L. 214-40-1 du Code monétaire et financier.

Cette autorisation est donnée pour une durée d'un an à compter de l'Assemblée générale.

## Septième résolution

Harmonisation des dispositions de l'article 17 des statuts concernant les attributions et pouvoirs du Conseil de surveillance : comités institués par le Conseil de surveillance et règlement intérieur du Conseil.

## Huitième résolution

Pouvoirs à conférer à l'effet d'accomplir toutes formalités légales de publicité.

# Observations du Conseil de surveillance

Mesdames, Messieurs,

Votre Conseil s'est tenu régulièrement informé de la marche des affaires et de l'activité de votre Société et de son Groupe dans le respect des dispositions légales et statutaires. Il a procédé, dans le cadre de sa mission de surveillance, aux vérifications et contrôles qu'il a estimés nécessaires.

Il s'est particulièrement attaché à renforcer l'efficacité de son contrôle en accord avec les principes de Gouvernance d'entreprise. Il a ainsi procédé à la création d'un Comité d'audit pour succéder au Comité financier créé en 1995, fusionné dans un Comité des rémunérations les deux Commissions des rémunérations existantes et créé un Comité des nominations <sup>(1)</sup>.

Votre Conseil a examiné les comptes de l'exercice 2002 que lui a présentés le Directoire et il a examiné son rapport sur l'activité de la Société et de son Groupe au cours de cet exercice. Il a pris connaissance des conclusions du Comité d'audit qui a particulièrement examiné le périmètre des sociétés consolidées, les procédures de contrôle en vigueur et les risques et engagements hors bilan significatifs.

Votre Conseil a également pris connaissance des conditions d'application de la convention, autorisée entre le Groupe et sa maison mère Artémis. Il a examiné le contenu des diverses prestations effectuées et l'intérêt qu'elles pouvaient représenter pour le Groupe ainsi que le montant des rémunérations versées en 2002 au titre de cette convention qu'il a approuvé.

Le Conseil de surveillance a pris acte des comptes sociaux et consolidés qui vous sont présentés. Les informations communiquées dans le rapport de gestion du Directoire, qui ont été analysées par votre Conseil, n'ont pas appelé d'observations particulières de sa part.

Il vous est proposé d'autoriser votre Directoire à procéder à l'acquisition d'actions de votre Société dans le cadre d'un nouveau programme de rachat d'actions. Il vous est également demandé de renouveler l'autorisation de procéder, dans les conditions légales, à des augmentations de capital réservées aux salariés.

Votre Conseil a examiné ces demandes d'autorisations qui n'appellent pas de remarques particulières de sa part.

Il vous est enfin proposé de modifier les dispositions de vos statuts concernant l'organisation des comités institués par le Conseil de surveillance.

Votre Conseil a nommé Monsieur Denis Olivennes en qualité de membre du Directoire et a pris acte de la démission de Monsieur Alain Redheuil. Le Directoire est ainsi actuellement composé de cinq membres : Monsieur Serge Weinberg, Président, et Messieurs Thierry Falque-Pierrotin, André Guilbert, Per Kaufmann et Denis Olivennes.

Nous tenons à remercier les membres du personnel et le Directoire pour le travail réalisé au long de cette année.

Nous vous proposons d'approuver les comptes de l'exercice 2002, le projet d'affectation du résultat ainsi que l'ensemble des différentes résolutions qui vous sont présentées.

(1) Cf. chapitre Gouvernement d'entreprise.

# Renseignements divers

## Renseignements de caractère général

### Dénomination et siège social

Dénomination sociale : Pinault-Printemps-Redoute

Siège social : 18, place Henri-Bergson - Paris 8<sup>e</sup>

### Forme juridique

Société anonyme à Directoire et Conseil de surveillance soumise aux dispositions du Code de commerce.

### Législation

Législation française.

### Dates de constitution et d'expiration

La Société a été constituée le 24 juin 1881 pour une durée de 99 ans, prorogée par l'Assemblée générale extraordinaire du 26 mai 1967 jusqu'au 26 mai 2066, sauf cas de dissolution anticipée ou de prorogation décidée par l'Assemblée générale extraordinaire des actionnaires.

### Objet social

La Société a pour objet :

- l'achat, la vente au détail ou en gros, directement ou indirectement, par tous moyens et selon toutes techniques créées ou à créer, de toutes marchandises, produits, denrées ou services,
- la création, l'acquisition, la location, l'exploitation ou la vente, directement ou indirectement, de tous établissements, magasins ou entrepôts de vente au détail ou en gros par tous moyens et selon toutes techniques créées ou à créer, de toutes marchandises, produits, denrées ou services,
- la fabrication, directe ou indirecte, de toutes marchandises, produits ou denrées utiles à l'exploitation,
- la prestation, directe ou indirecte, de tous services,
- l'achat, l'exploitation, la vente de tous immeubles utiles à l'exploitation,
- la création, de toutes affaires commerciales, civiles, industrielles, financières, mobilières ou immobilières, de services ou de toute nature, la prise de participation par tous moyens, souscription, acquisition, apport, fusion ou autrement dans de telles affaires, la gestion de ses participations.
- Et généralement, toutes opérations commerciales, civiles, industrielles, financières, immobilières ou mobilières, de services ou de toute nature pouvant se rattacher, directement ou indirectement, aux objets ci-dessus spécifiés ou à tous objets similaires, complémentaires ou connexes ou susceptibles d'en favoriser la création ou le développement.

(*article 5 des statuts*)

### Registre du Commerce et des Sociétés

552 075 020 RCS Paris

Code APE : 741J

### Consultation des documents juridiques

Les statuts, procès-verbaux d'assemblées générales et autres documents sociaux peuvent être consultés au siège social dans les conditions légales.

### Exercice social

L'exercice social commence le 1<sup>er</sup> janvier et s'achève le 31 décembre de la même année.

### Répartition statutaire des bénéfices

Il est fait sur le bénéfice de l'exercice diminué, le cas échéant, des pertes antérieures, un prélèvement de un vingtième minimum affecté à la formation d'un fonds de réserve dit « réserve légale ». Ce prélèvement cesse d'être obligatoire lorsqu'il atteint le dixième du capital social.

Sur le bénéfice distribuable - constitué par le bénéfice de l'exercice diminué des pertes antérieures et du prélèvement ci-dessus, ainsi que des sommes à porter en réserve en application de la loi, et augmenté des reports bénéficiaires - l'Assemblée générale, sur la proposition du Directoire, peut prélever toutes sommes qu'elle juge convenable de fixer, soit pour être reportées à nouveau sur l'exercice suivant, soit pour être inscrites à un ou plusieurs fonds de réserve extraordinaires, généraux ou spéciaux dont elle règle l'affectation et l'emploi.

Le solde, s'il en existe, est réparti entre les actionnaires.

L'Assemblée générale statuant sur les comptes de l'exercice a la faculté d'accorder à chaque actionnaire, pour tout ou partie du dividende ou des acomptes sur dividendes mis en distribution, une option entre le paiement du dividende ou des acomptes sur dividende en numéraire ou en actions.

(*article 22 des statuts*)

Les dividendes sont prescrits tous les cinq ans au profit de l'Etat.

### Assemblées générales - Droit de vote double

Les assemblées d'actionnaires sont convoquées par le Directoire ou par le Conseil de surveillance et délibèrent sur leur ordre du jour dans les conditions prévues par la loi. Les réunions ont lieu soit au siège social, soit dans un autre lieu précisé dans l'avis de convocation.

Tout actionnaire peut participer, personnellement ou par mandataire, dans les conditions fixées par la loi, aux assemblées sur justification de son identité et de la

propriété de ses titres sous la forme, soit d'une inscription nominative, soit du dépôt aux lieux indiqués dans l'avis de convocation du certificat de l'intermédiaire habilité, conformément à la réglementation en vigueur, constatant l'indisponibilité des actions au porteur inscrites en compte jusqu'à la date de l'assemblée ; le délai au cours duquel ces formalités doivent être accomplies expire trois jours avant la date de réunion de l'assemblée. Les actionnaires peuvent, sur décision du Directoire, participer aux assemblées par visioconférence ou par des moyens de télécommunication permettant leur identification dans les conditions fixées par la réglementation en vigueur. Tout actionnaire peut voter par correspondance au moyen d'un formulaire établi et adressé à la Société dans les conditions fixées par la réglementation en vigueur. Ce formulaire doit être reçu par la Société trois jours au moins avant la date de réunion de l'assemblée pour qu'il en soit tenu compte. Le Directoire peut toutefois réduire ces délais au profit de tous les actionnaires. Les propriétaires de titres n'ayant pas leur domicile sur le territoire français peuvent se faire représenter par un intermédiaire inscrit dans les conditions fixées par la réglementation en vigueur.

Les assemblées sont présidées par le Président du Conseil de surveillance, en son absence, par le membre du Conseil spécialement délégué à cet effet. A défaut, l'assemblée élit elle-même son Président.

Les procès-verbaux d'assemblée sont dressés et leurs copies sont certifiées et délivrées conformément à la loi.

Dans toutes les assemblées générales, un droit de vote double de celui conféré aux autres actions est attribué à toutes les actions entièrement libérées pour lesquelles il sera justifié d'une inscription nominative depuis deux ans au moins, au nom du même actionnaire.

Ce droit de vote double pourra être supprimé purement et simplement, à toute époque, en vertu d'une décision de l'Assemblée générale extraordinaire, et après ratification par une assemblée spéciale des actionnaires bénéficiaires. *(article 20 des statuts)*

En vertu des dispositions légales, le droit de vote double cesse pour toute action convertie au porteur ou transférée en propriété sauf en cas de transfert par suite de succession, de liquidation de communauté de biens entre époux, ou de donation entre vifs au profit d'un conjoint ou d'un parent au degré successible.

Les dispositions légales et réglementaires relatives aux franchissements de seuils par les actionnaires s'appliquent. Les statuts de la Société ne contiennent aucune clause particulière à cet égard.

## Renseignements de caractère général concernant le capital

La Société est autorisée à faire usage des dispositions légales prévues en matière d'identification des détenteurs de titres conférant, immédiatement ou à terme, le droit de vote dans ses propres assemblées d'actionnaires.

*(article 7 des statuts)*

Outre le droit de vote qui lui est attribué par la loi et par les dispositions de l'article 20 des statuts, chaque action donne droit à une quotité, proportionnellement au nombre et à la valeur nominale des actions existantes, de l'actif social, des bénéfices après déduction des prélèvements légaux et statutaires, ou du boni de liquidation.

Afin que toutes les actions reçoivent, sans distinction, la même somme nette et puissent être cotées sur la même ligne, la Société prend à sa charge, à moins d'une prohibition légale, le montant de tout impôt proportionnel qui pourrait être dû par certaines actions seulement, notamment à l'occasion de la dissolution de la société ou d'une réduction de capital ; toutefois, il n'y aura pas lieu à cette prise en charge lorsque l'impôt s'appliquera dans les mêmes conditions à toutes les actions d'une même catégorie, s'il existe plusieurs catégories d'actions auxquelles sont attachés des droits différents.

Chaque fois qu'il est nécessaire de posséder plusieurs actions pour exercer un droit, il appartient aux propriétaires qui ne possèdent pas ce nombre de faire leur affaire du groupement d'actions requis.

*(article 8 des statuts)*

En cas de liquidation de la Société, le partage des capitaux propres, subsistant après remboursement du nominal des actions, est effectué entre les actionnaires dans les mêmes proportions que leur participation au capital.

*(article 24 des statuts)*

Toute modification du capital ou des droits attachés aux titres qui le composent est soumise aux prescriptions légales et aux dispositions spécifiques prévues par les statuts décrites ci-dessous.

En application de l'article 17 des statuts, dans l'organisation interne de la Société, sont soumises à l'autorisation préalable du Conseil de surveillance les décisions du Directoire relatives aux émissions de valeurs mobilières, quelle qu'en soit la nature, susceptibles d'entraîner une modification du capital social.

## Capital social au 31 décembre 2002

Au 31 décembre 2002, le capital social s'élevait à 489 577 920 euros divisé en 122 394 480 actions de 4 euros de valeur nominale chacune, entièrement libérées. Le nombre de droits de vote total était à la même date de : 163 439 320.

A la même date, à la connaissance de la Société :

- les membres du Conseil de surveillance et du Directoire détenaient directement 2,5 % du capital représentant 3,7 % des droits de vote.

- 5 758 648 actions étaient inscrites dans les comptes de la société au titre des plans d'options d'achat d'actions et de ses programmes de rachat d'actions. Aucune action de la Société n'était détenue par des sociétés contrôlées.

## Répartition du capital et des droits de vote

	31.12.2002			31.12.2001		31.12.2000	
	Nombre d'actions	% du capital	% droits de vote <sup>(1)</sup>	% du capital	% droits de vote <sup>(1)</sup>	% du capital	% droits de vote <sup>(1)</sup>
Groupe Artémis	51 656 426	42,2	57,0	42,2	55,4	45,1	58,9
Guilbert-Cuvelier	3 048 620	2,5	3,7	2,5	3,7	2,9	4,0
Pinault-Printemps-Redoute	5 758 648	4,7	-	1,1	-	1,7	-
Salariés	989 812	0,8	0,7	0,7	0,5	0,8	0,6
Public	60 940 974	49,8	38,6	53,5	40,4	49,5	36,5
<b>Total</b>	<b>122 394 480</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Artémis est détenue en totalité par la société Financière Pinault, elle-même contrôlée par la famille Pinault.

Il n'existe pas d'autocontrôle dans les filiales.

(1) Les actions inscrites depuis plus de deux ans en compte nominatif au nom du même actionnaire bénéficient d'un droit de vote double (cf. Renseignements de caractère général - assemblées générales).

Cf. Chapitre « Les actionnaires et la bourse » pour les informations sur les titres au porteur identifiables et sur les détenteurs d'actions.

Au 12 mars 2003	% du capital	% des droits de vote
Groupe Artémis	42,2	57,2
Guilbert-Cuvelier	2,5	3,7
Pinault-Printemps-Redoute	5,1	-
Salariés	0,8	0,7
Public	49,4	38,4
<b>Total</b>	<b>100,0</b>	<b>100,0</b>

À la connaissance de la Société il n'existe pas d'autres actionnaires détenant directement ou indirectement ou de concert 5 % ou plus du capital ou des droits de vote.

## Pactes et conventions

- A la connaissance de la Société, il n'existe pas de clauses de conventions portant sur des actions ou des droits de vote de la Société qui auraient dû, conformément à l'article 233-11 du Code de Commerce, être transmis au Conseil des Marchés Financiers.

- Le 10 septembre 2001, Pinault-Printemps-Redoute a conclu (i) un Accord Transactionnel et de Cession d'Actions (Settlement and Stock Purchase Agreement) avec LVMH Moët Hennessy-Louis Vuitton SA et Gucci Group NV (« l'Accord Transactionnel ») et (ii) l'Avenant à l'Accord d'Investissement Stratégique (Amended and Restated Strategic Investment Agreement) avec Gucci (« l'Avenant à l'Accord Stratégique »).

Ces accords ont été déposés à la SEC le 12 septembre 2001 en conformité avec la réglementation américaine. En vertu de ces accords :

Pinault-Printemps-Redoute a acquis de LVMH 8 579 337 actions Gucci pour un prix de 94 US\$ par action portant alors sa participation dans le capital social de Gucci à 53,2 %.

Le Conseil de surveillance de Gucci se compose pour la moitié de membres nommés par Pinault-Printemps-Redoute. L'autre moitié (les administrateurs indépendants) nomme le Président du Conseil qui ne dispose pas de vote prépondérant. Les décisions stratégiques (notamment les investissements et cessions d'un montant de 50 millions US\$ ou plus) de Gucci sont prises sur proposition du Comité Financier (dans lequel Pinault-Printemps-Redoute dispose de la majorité), sauf à requérir la majorité de 75 % du Conseil de surveillance.

Pinault-Printemps-Redoute s'est engagé à lancer une offre publique d'achat (« l'Offre ») le 22 mars 2004 pour les actions Gucci au prix de 101,50 US\$ avec un paiement le 30 avril 2004 au plus tard (la « Période de l'Offre »). Au cas où au terme de la Période de l'Offre le nombre d'actions Gucci non-apportées à l'Offre serait inférieur au plus élevé de (i) 15 % des actions Gucci alors émises, et (ii) 15 millions

d'actions Gucci, Pinault-Printemps-Redoute devra prolonger la Période de l'Offre dans les conditions prévues par la réglementation boursière applicable. Les termes de l'Offre ne pourraient être modifiés que pour cause de force majeure, d'impossibilité réglementaire ou d'ajustement du prix par les administrateurs indépendants compte tenu de dividende exceptionnel éventuel.

Gucci s'est engagé à maintenir la cotation de la Société sur le New York Stock Exchange et l'Euronext Amsterdam NV jusqu'à l'issue de l'Offre.

Jusqu'à la conclusion de l'Offre, Pinault-Printemps-Redoute ne pourra céder des actions Gucci sans le consentement des

administrateurs indépendants. Pinault-Printemps-Redoute pourra acquérir des actions Gucci entre le 22 décembre 2003 et l'issue de la Période de l'Offre uniquement par le biais de l'Offre. Avant le 22 décembre 2003, Pinault-Printemps-Redoute a la faculté d'augmenter sa participation jusqu'à 70 % dans le capital de Gucci, sous réserve que la participation hors groupe Pinault-Printemps-Redoute dans le capital de Gucci ne soit jamais inférieure à 30 millions de titres.

Enfin, l'Avenant à l'Accord Stratégique contient des dispositions visant à préserver l'indépendance du management de Gucci et un engagement de non-concurrence du groupe Pinault-Printemps-Redoute.

## Evolution du capital

Années Opérations	Primes d'émission, d'apport ou de fusion	Montant nominal des variations de capital	Montants successifs du capital de la Société (au 31 décembre)	Nombre cumulé d'actions	
<b>2002</b>			<b>489 577 920 €</b>	<b>122 394 480 <sup>(1)</sup></b>	
2001	Conversion du capital en euros, élévation de la valeur nominale à 4 euros	113 009 005 €			
	Exercice d'options	2 308 163 €	172 449 €	55 000 <sup>(1)</sup>	
	Conversion d'Océanes	485 783 887 €	14 240 700 €	3 560 175 <sup>(1)</sup>	
		<b>488 092 050 €</b>	<b>127 422 154 €</b>	<b>489 577 920 €</b>	<b>122 394 480 <sup>(1)</sup></b>
2000	Emissions d'actions réservées aux salariés	876 562 559 F	15 984 160 F	799 208 <sup>(2)</sup>	
	Exercice d'options	2 234 000 F	100 000 F	5 000 <sup>(2)</sup>	
	Annulation d'actions	- 1 794 240 942 F	- 24 120 060 F	- 1 206 003 <sup>(2)</sup>	
		<b>- 915 444 383 F</b>	<b>- 8 035 900 F</b>	<b>2 375 586 100 F</b>	<b>118 779 305 <sup>(2)</sup></b>
1999	Emission d'actions (OPE Guilbert)	1 537 623 081 F	24 120 060 F	1 206 003 <sup>(2)</sup>	
	Exercice d'options	94 409 842 F	10 750 140 F	537 507 <sup>(2)</sup>	
		<b>1 632 032 923 F</b>	<b>34 870 200 F</b>	<b>2 383 622 000 F</b>	<b>119 181 100 <sup>(2)</sup></b>
1998	Apport d'actions Guilbert	3 449 298 253 F	105 993 300 F	5 299 665 <sup>(2)</sup>	
	Exercice d'options	5 801 350 F	700 000 F	35 000 <sup>(2)</sup>	
		<b>3 455 099 603 F</b>	<b>106 693 300 F</b>	<b>2 348 751 800 F</b>	<b>117 437 590 <sup>(2)</sup></b>

(1) Actions de 4 euros.

(2) Actions de 20 francs.

Au 12 mars 2003, le capital social était fixé au même montant.

Le capital social est susceptible d'être augmenté de :

- 5 307 813 actions (4,3 % du capital) par demandes de conversion, si la Société choisit cette option, des OCEANE émises en 2001 (parité de conversion ou d'échange : une action pour une obligation). L'émission d'OCEANE réalisée en 1999, qui a été remboursée début janvier 2003, ne peut plus ouvrir droit à aucune conversion ou échange. Les principales caractéristiques de ces émissions figurent en annexe 21-5 des comptes consolidés.

- 913 807 actions (0,8 % du capital) par exercice d'options de souscription d'actions des plans d'options de souscription en cours (cf. tableau des options ci-après)

### Nantissements d'actions

Au 31 décembre 2002, 37 097 823 actions Pinault-Printemps-Redoute étaient nanties par des actionnaires nominatifs, dont 36 840 000 par Artémis au profit de différents créanciers.

## Capital autorisé non émis, engagements d'augmentation du capital (au 12 mars 2003)

Le Directoire, en vertu de diverses décisions conférées par l'Assemblée générale extraordinaire des actionnaires a reçu les autorisations suivantes :

Autorisations	Montant de l'émission des bons et/ou des valeurs mobilières	Montant maximal de l'augmentation de capital	Date de l'autorisation	Durée de l'autorisation
Augmentation du capital social, soit par émission, avec droit préférentiel de souscription, d'actions de bons et/ou de valeurs mobilières donnant accès, immédiatement ou à terme, à des actions de la société soit par incorporation de réserves, bénéfiques ou primes d'émission <sup>(1)</sup>	6 milliards d'euros	200 millions d'euros	AGE du 21 mai 2002	26 mois
Augmentation du capital social par émission, sans droit préférentiel de souscription, d'actions de bons et/ou de valeurs mobilières donnant accès, immédiatement ou à terme, à des actions de la société y compris à l'effet de rémunérer des titres qui seraient apportés dans le cadre d'une offre publique d'échange <sup>(1)</sup>	6 milliards d'euros	200 millions d'euros	AGE du 21 mai 2002	26 mois
Emissions d'actions réservées aux salariés du Groupe pour 1 200 000 actions <sup>(1)</sup>		4,8 millions d'euros	AGE du 21 mai 2002	1 an
Plans d'options de souscription ou d'achats d'actions pour 2 500 000 actions <sup>(1)</sup>		10 millions d'euros	AGE du 21 mai 2002	38 mois

(1) Autorisations non utilisées.

Le Directoire a, en outre, été autorisé pour cinq ans par l'Assemblée générale extraordinaire du 18 mai 2001 à réduire le capital social dans les conditions légales par annulation d'actions acquises dans le cadre de son programme de rachat.

### Plans d'options

La Société a consenti en 2002 deux plans d'options de souscription d'actions à des cadres dirigeants du Groupe portant respectivement sur 438 296 actions au prix de 128,10 euros et 410 271 actions au prix de 140,50 euros l'action.

La politique d'attribution des plans a été élargie depuis 1998 aux cadres de direction du Groupe et des enseignes qui bénéficient d'un nombre d'options dépendant des fonctions et des responsabilités exercées.

Les plans ont une durée de vie de dix ans. Depuis 2001, les plans sont consentis sans décote de prix (5 % jusqu'en

2000) et la période de blocage est de quatre ans. Les salariés bénéficiaires quittant le Groupe avant la levée de leurs options peuvent perdre leurs droits aux options en fonction de la durée de leur présence dans le Groupe depuis l'attribution des options et de leurs conditions de départ. Les options consenties aux membres du Directoire sont fixées par le Conseil de surveillance, après proposition du Comité des rémunérations institué par le Conseil. L'exercice par les bénéficiaires de la totalité des options de souscription des différents plans de souscription pourrait donner lieu à la création globale de 913 807 actions nouvelles, soit 0,8 % du capital social.

	Plan 1994	Plan 1996	Plan 1997/1	Plan 1997/2	Plan 1998	Plan 1999/1	Plan 1999/2	Plan 1999/3	Plan 2000/1	Plan 2000/2	Plan 2001/1	Plan 2001/2	Plan 2002/1	Plan 2002/2	
	Options de sous- cription	Options de sous- cription	Options de sous- cription	Options de sous- cription	Options d'achat	Options de sous- cription	Options de sous- cription								
Date de l'assemblée	18.06.1992	18.06.1992	18.06.1992	5.06.1997	5.06.1997	5.06.1997	5.06.1997	5.06.1997	5.06.1997	5.06.1997	5.06.1997	5.06.1997	18.05.2001	18.05.2001	18.05.2001
Date du Directoire	21.09.1994	27.03.1996	22.01.1997	5.06.1997	5.06.1998	20.01.1999	21.05.1999	8.12.1999	26.01.2000	23.05.2000	17.01.2001	18.05.2001	3.05.2002	3.05.2002	
Nombre d'options consenties à l'origine	947 500 <sup>(2)</sup>	95 000	100 000	13 250	347 050	27 495	25 455	412 350	12 100	93 100	340 240	87 260	438 296	410 271	
Dont : aux membres du Directoire <sup>(1)</sup>	42 500	-	30 000	-	60 000	-	-	52 400	-	-	52 000	-	45 000	45 000	
aux dix premiers attributaires salariés											17 420	12 560	24 320	24 320	
Nombre d'options exercées au 31.12.2002	694 477 <sup>(2)</sup>	75 000	50 000	10 000	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	
Options annulées au 31.12.2002	253 023 <sup>(2)</sup>	0	3 750	0	72 965	12 500	2 779	74 255	1 490	18 910	34 510	7 482	2 130	2 130	
Nombre d'options restant à exercer au 31.12.2002	-	20 000	46 250	3 250	274 085	14 995	22 676	338 095	10 610	74 190	305 730	79 778	436 166	408 141	
Nombre de bénéficiaires	33	5	9	3	257	36	44	560	26	125	722	206	1 074	1 053	
Date de départ d'exercice	1.11.1994	1.05.1996	1.04.1997	1.08.1997	1.08.1998	1.04.1999	1.07.1999	27.12.1999	01.03.2000	01.07.2000	01.02.2001	01.06.2001	03.05.2002	03.05.2002	
Date d'expiration	31.10.2004	30.04.2006	31.03.2007	31.07.2007	31.07.2008	31.03.2009	30.06.2009	26.12.2009	28.02.2010	30.06.2010	31.01.2011	31.05.2011	02.05.2012	02.05.2012	
Prix d'exercice	27,57 €	33,72 €	61,41 €	71,16 €	135,98 €	154,58 €	144,83 €	189,19 €	227,15 €	202,91 €	225,01 €	225,01 €	128,10 €	140,50 €	

Nota : chaque option donne droit à une action.

(1) Dans sa composition actuelle.

(2) Après ajustements résultant de la division de la valeur nominale des actions.

## Options de souscription ou d'achat d'actions consenties par Pinault-Printemps-Redoute et par les sociétés liées aux dix premiers salariés non mandataires sociaux attributaires et options levées par ces derniers

Options de souscription ou d'achat d'actions consenties aux dix premiers salariés non mandataires sociaux attributaires et options levées par ces derniers	Nombre total d'options attribuées/d'actions souscrites ou achetées	Prix moyen pondéré	Plans PPR	Plan Rexel	Plans Gucci
Options consenties, durant l'exercice, par PPR et par toute société comprise dans le périmètre d'attribution des options, aux dix salariés de PPR et de toute société comprise dans ce périmètre, dont le nombre d'options ainsi consenties est le plus élevé	285 500	95 €	15 000	-	270 500
Options détenues sur PPR et les sociétés visées précédemment, levées, durant l'exercice, par les dix salariés de PPR et de ces sociétés, dont le nombre d'options ainsi achetées ou souscrites est le plus élevé	1 611 848	103,30 €	-	6 000	1 605 848

## Intéressement du personnel (société mère)

(Contrats d'intéressement et de participation)

### 1. Contrat de participation aux résultats de l'entreprise

Le contrat de participation, signé le 2 décembre 1988, se renouvelle par tacite reconduction.

Le montant de la réserve de participation de l'exercice, qui est égal à 0,8 % des dividendes distribués par la Société après clôture de cet exercice et plafonné en fonction de la progression du dividende, est réparti entre les salariés comptant au moins 3 mois d'ancienneté dans le Groupe proportionnellement aux salaires perçus par chaque salarié au cours de l'exercice de référence.

Les montants distribués au titre de ce contrat au cours des cinq dernières années ont été les suivants : 534 622 euros en 1998, 641 992 euros en 1999, 805 601 euros en 2000, 985 395 euros en 2001 et 1 081 057 euros en 2002.

### 2. Contrat d'intéressement : néant

## Décisions soumises à l'Assemblée générale des actionnaires

L'Assemblée générale des actionnaires du 22 mai 2003 délibèrera sur l'approbation des comptes sociaux et consolidés, l'affectation des résultats et la fixation du dividende, l'approbation du rapport spécial des Commissaires aux comptes sur les conventions réglementées, l'autorisation de réaliser un nouveau programme de rachat d'actions, la modification statutaire concernant les attributions et pouvoirs du Conseil de surveillance (comités, règlement intérieur) et l'autorisation d'émission d'actions réservées aux salariés (cf. Résumé des résolutions).

# Statistiques boursières

## Action Pinault-Printemps-Redoute

Mois	Cours (euros)			Variation mensuelle	Volume		
	moyen	+ haut	+ bas		Nombre de titres moyen par séance	Titres échangés (M€)	(nbre de titres)
<b>2001</b>							
Janvier	227,3	235,3	216,5	-1,7 %	270 271	1 349,0	5 945 969
Février	225,5	231,9	216,6	-2,7 %	269 450	1 205,6	5 389 001
Mars	201,7	219,0	183,3	-11,0 %	336 591	1 491,9	7 405 002
Avril	195,2	204,8	185,2	-0,5 %	386 408	1 426,6	7 341 760
Mai	203,0	213,8	191,0	5,6 %	485 505	2 094,4	10 681 099
Juin	187,2	208,7	166,2	-16,6 %	547 451	1 978,8	10 949 011
Juillet	166,6	176,8	157,0	-1,2 %	344 516	1 256,6	7 579 358
Août	159,8	172,0	148,2	-12,3 %	255 501	938,9	5 876 518
Septembre	124,5	149,6	97,1	-18,3 %	558 047	1 366,7	11 160 948
Octobre	127,9	139,2	111,2	5,6 %	598 619	1 768,8	13 768 233
Novembre	140,3	153,3	126,5	14,9 %	577 549	1 791,6	12 706 077
Décembre	147,6	156,9	139,2	-1,6 %	538 885	1 467,1	9 699 933
<b>Moyenne 2001</b>	<b>175,6</b>	<b>188,4</b>	<b>161,5</b>	<b>-3,3 %</b>	<b>430 733</b>	<b>1 511,3</b>	<b>9 041 909</b>
<b>2002</b>							
Janvier	135,1	154,7	117,5	-17,2 %	552 170	1 613,3	12 147 748
Février	117,1	123,7	109,5	1,0 %	660 024	1 533,4	13 200 486
Mars	130,9	137,3	120,5	12,3 %	466 249	1 224,1	9 324 970
Avril	128,5	136,6	123,8	-7,2 %	457 529	1 235,4	9 608 105
Mai	127,3	135,5	120,8	5,0 %	426 346	1 202,4	9 379 620
Juin	124,6	136,0	115,3	-9,2 %	678 125	1 687,8	13 562 494
Juillet	92,8	123,8	75,0	-25,9 %	1 053 283	2 209,4	24 225 509
Août	80,7	94,0	68,0	-6,2 %	834 767	1 529,2	18 364 867
Septembre	75,8	87,9	61,0	-23,4 %	727 521	1 167,9	15 277 943
Octobre	65,8	83,8	53,9	26,3 %	798 230	1 228,5	18 359 279
Novembre	82,8	92,6	73,1	10,1 %	575 712	1 025,6	12 089 951
Décembre	77,1	94,1	66,1	-21,2 %	513 404	791,4	10 268 083
<b>Moyenne 2002</b>	<b>103,2</b>	<b>116,7</b>	<b>92,0</b>	<b>-4,6 %</b>	<b>645 280</b>	<b>1 370,7</b>	<b>13 817 421</b>
<b>2003</b>							
Janvier	67,3	74,6	61,4	0,0 %	549 997	808,9	12 099 936

Source : Euronext.

## OCEANE Pinault-Printemps-Redoute, coupon 1,5 % juin 99

Mois	Cours (euros)			Volume		
	moyen	+ haut	+ bas	Nombre de titres moyen par séance	Titres échangés (M€) (nbre de titres)	
Juin - Septembre 1999	213,0	219,0	205,5	6 181	93,2	438 823
Septembre - Décembre 1999	231,6	285,0	206,7	10 804	157,2	669 841
Janvier - Mars 2000	239,0	272,0	224,0	5 609	85,2	358 960
Avril - Juin 2000	244,4	255,0	221,0	3 183	47,4	194 154
Juillet - Septembre 2000	239,9	254,0	225,0	814	12,5	52 110
Octobre - Décembre 2000	235,0	251,0	215,0	1 773	26,3	111 724
Janvier - Mars 2001	238,9	250,0	213,2	2 444	37,8	156 437
Avril - Juin 2001	226,8	236,0	207,0	2 145	29,1	130 870
Juillet - Septembre 2001	214,2	232,6	201,0	1 887	26,0	122 633
Octobre - Décembre 2001	213,3	219,0	205,1	4 154	55,5	261 675
Janvier - Mars 2002	211,5	215,9	209,0	5 233	68,3	324 420
Avril - Juin 2002	213,7	215,4	211,8	1 510	20,3	95 099
Juillet - Septembre 2002	214,1	216,8	207,0	3 266	46,2	215 581
Octobre - Décembre 2002	218,1	225,0	214,0	2 528	34,7	159 277

Source : Fininfo.

## OCEANE Pinault-Printemps-Redoute, coupon 1,5 % décembre 2001

Mois	Cours (euros)			Volume		
	moyen	+ haut	+ bas	Nombre de titres moyen par séance	Titres échangés (M€) (nbre de titres)	
Nov - Décembre 2001	177,1	184,0	165,7	3 940	28,0	157 582
Janvier - Mars 2002	167,1	180,0	155,1	3 100	32,8	192 194
Avril - Juin 2002	165,1	172,0	155,1	523	5,3	31 916
Juillet - Septembre 2002	156,6	166,0	150,0	3 792	38,5	246 467
Octobre - Décembre 2002	161,9	169,7	157,0	4 805	49,9	307 533

Source : Fininfo.

## Titres cotés du Groupe au 31/12/02

Actions	Code	Obligations	Code	Obligations convertibles	Code	Obligations à option de conversion	Code
<b>Bourse de Paris (SRD)</b>		PPR indexé janv. 2005	20 870	Rexel Coupon zéro déc. 97	8 540	OCEANE PPR Coupon 1,5% juin 99	49 494
Pinault-Printemps-Redoute	12 148	PPR 5,20 % mai 2005	20 918			OCEANE PPR Coupon 1,5% décembre 2001	18 804
Rexel	12 595	Rexel 4,80 % août 2004	20 974				
<b>Bourse de New York</b>		Rexel indexé mai 2008	20 900				
Gucci NY	GUC	PPR EURIBOR déc. 2003	48 490				
<b>Bourse d'Amsterdam</b>		PPR EURIBOR juillet 2004	48 661				
Gucci	GCCI						

OCEANE : Obligations à option de conversion en actions nouvelles et/ou d'échange en actions existantes.

## Responsable du document et responsables du contrôle des comptes

### Responsable du document de référence

Serge Weinberg  
Président du Directoire de Pinault-Printemps-Redoute

### Attestation du responsable du document de référence

A notre connaissance, les données du présent document sont conformes à la réalité ; elles comprennent toutes les informations nécessaires aux investisseurs pour fonder leur jugement sur le patrimoine, l'activité, la situation financière, les résultats et les perspectives de l'émetteur ; elles ne comportent pas d'omission de nature à en altérer la portée.

### Le Président du Directoire

Serge Weinberg

### Responsables du contrôle des comptes

#### Commissaires aux comptes titulaires

KPMG Audit Département de KPMG SA  
1, cours Valmy - 92923 Paris La Défense  
Gérard Rivière

Deloitte Touche Tohmatsu  
185, avenue Charles-de-Gaulle - 92200 Neuilly-sur-Seine  
Didier Taupin

#### Date de début du premier mandat

AGO du 18 juin 1992

AGO du 18 mai 1994

#### Durée et date d'expiration des mandats

du 5 juin 1998 jusqu'à l'Assemblée générale  
statuant sur les comptes de l'exercice 2003

du 21 mai 2002 jusqu'à l'Assemblée générale  
statuant sur les comptes de l'exercice 2007

#### Commissaires aux comptes suppléants

Jean-Marc Decléty  
1, cours Valmy - 92923 Paris La Défense

Deloitte Touche Tohmatsu-Audit  
185, avenue Charles-de-Gaulle - 92200 Neuilly-sur-Seine

#### Date de début du premier mandat

AGO du 18 juin 1992

AGO du 18 mai 1994

#### Durée et date d'expiration des mandats

du 5 juin 1998 jusqu'à l'Assemblée générale  
statuant sur les comptes de l'exercice 2003

du 21 mai 2002 jusqu'à l'Assemblée générale  
statuant sur les comptes de l'exercice 2007

## Avis des Commissaires aux comptes sur le document de référence

En notre qualité de Commissaires aux comptes de la société Pinault-Printemps-Redoute S.A. et en application du règlement COB 98-01, nous avons procédé, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à la vérification des informations portant sur la situation financière et les comptes historiques données dans le présent document de référence.

Ce document de référence a été établi sous la responsabilité du Président du Directoire. Il nous appartient d'émettre un avis sur la sincérité des informations qu'il contient portant sur la situation financière et les comptes.

Nos diligences ont consisté, conformément aux normes professionnelles applicables en France, à apprécier la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes et à vérifier leur concordance avec les comptes ayant fait l'objet d'un rapport. Elles ont également consisté à lire les autres informations contenues dans le document de référence, afin d'identifier le cas échéant les incohérences significatives avec les informations portant sur la situation financière et les comptes, et

de signaler les informations manifestement erronées que nous aurions relevées sur la base de notre connaissance générale de la société acquise dans le cadre de notre mission, étant précisé que le document de référence ne comporte pas de données prévisionnelles isolées.

Les comptes annuels et les comptes consolidés des exercices 2000, 2001 et 2002 établis selon les règles et principes comptables français et arrêtés par le Directoire, ont fait l'objet d'un audit par nos soins, selon les normes professionnelles applicables en France. Les comptes annuels et consolidés des exercices 2001 et 2002 et les comptes annuels de l'exercice 2000 ont été certifiés sans réserve ni observation. Les comptes consolidés de l'exercice 2000 ont été certifiés sans réserve avec une observation signalant les changements comptables résultant de l'application, à compter du 1<sup>er</sup> janvier 2000, du nouveau règlement du Comité de la Réglementation Comptable relatif aux comptes consolidés.

Sur la base de ces diligences, nous n'avons pas d'observation à formuler sur la sincérité des informations portant sur la situation financière et les comptes, présentées dans ce document de référence.

Paris, le 13 mars 2003

Les Commissaires aux comptes

KPMG Audit  
Département de KPMG SA  
Gérard Rivière

Deloitte Touche Tohmatsu

Didier Taupin

*Directeur de la Communication financière*

David Newhouse - Tél. : 01 44 90 63 23

**COB**

Le présent document de référence a été déposé auprès de la Commission des Opérations de Bourse le 17 mars 2003, conformément au règlement n° 98-01. Il pourra être utilisé à l'appui d'une opération financière s'il est complété par une note d'opération visée par la Commission des Opérations de Bourse.

# Tableau de concordance du document de référence

(en application du règlement 98-01 de la Commission des Opérations de Bourse)

Sections	Rubriques	Pages
1.1	Noms et fonctions des responsables du document	164
1.2	Attestation des responsables	164
1.3	Noms et adresses des contrôleurs légaux	164
3.1	Renseignements de caractère général concernant l'émetteur	155
3.2	Renseignements de caractère général concernant le capital	156
3.3	Répartition du capital et des droits de vote	157
3.4	Marché des titres de l'émetteur	45 à 47 et 162-163
3.5	Dividendes	149
4.1	Présentation de la Société et du Groupe	10 à 94 et 149 à 152
4.2	Dépendance à l'égard des brevets, licences ou contrats d'approvisionnement	126
4.3	Effectifs	40 à 44 et 122
4.4	Politique d'investissement	89-90
4.7	Risques de l'émetteur	91 à 93 et 123-124
5.1	Comptes de l'émetteur et du Groupe	97 à 135 et 141 à 148
6.1	Composition et fonctionnement des organes d'administration, de direction et de surveillance	21 à 33
6.2	Intérêts des dirigeants dans le capital	157
6.3	Intéressement du personnel et plans d'options	159 à 161
7.1	Evolution récente	94
7.2	Perspectives d'avenir	9
	Programme de rachat d'actions	150

Ce document a été réalisé par la Direction de la Communication du groupe Pinault-Printemps-Redoute.

Conception et réalisation : **w** printel.

PINAULT-PRINTEMPS-REDOUTE

Société anonyme à Directoire et Conseil de Surveillance au capital de 489 577 920 €

Siège social : 18, place Henri Bergson - 75381 Paris cedex 08

Tél. : 01 44 90 61 24 - Fax : 01 44 90 62 25

552 075 020 RCS Paris

# CONTACTS

## GRAND PUBLIC

### PRINTEMPS

**Laurence Danon**

*Président du Directoire*

102, rue de Provence

75009 Paris

Tél. 01 42 82 50 00

[www.printemps.com](http://www.printemps.com)

### CONFORAMA

**Per Kaufmann**

*Président du Directoire*

80, boulevard du Mandinet

Lognes

77432 Marne-la-Vallée cedex 2

Tél. 01 60 95 28 00

[www.conforama.fr](http://www.conforama.fr)

### REDCATS

**Thierry Falque-Pierrotin**

*Président du Directoire*

5/7, rue du Delta

75009 Paris

Tél. 01 56 92 98 00

[www.redcats.com](http://www.redcats.com)

### FNAC

**Jean-Paul Giraud**

*Président-directeur général*

67, boulevard du Général Leclerc

92612 Clichy cedex

Tél. 01 55 21 57 93

[www.fnac.com](http://www.fnac.com)

## CREDIT ET SERVICES FINANCIERS

### FINAREF

**Alain van Groenendael**

*Président-directeur général*

36, rue Marbeuf

75008 Paris

Tél. 01 58 36 19 50

[www.finaref.fr](http://www.finaref.fr)

## PINAULT-PRINTEMPS-REDOUTE

**Serge Weinberg**, *Président du Directoire*

**Thomas Kamm**, *Directeur des Relations institutionnelles et des Partenariats*

**Philippe Klocanas**, *Directeur du Développement externe*

**Vincent de La Vaissière**, *Directeur de la Communication*

**Patrice Marteau**, *Secrétaire général*

**Frédéric Obala**, *Directeur du Plan et des Etudes stratégiques*

**Denis Olivennes**, *Directeur général en charge de la Distribution*

**François Potier**, *Directeur des Ressources humaines*

**Alessandro Reitelli**, *Directeur de l'Audit*

**Bertrand de Talhouët**, *Directeur général adjoint, Ressources transversales*

*Directeur de la Communication financière*

**David Newhouse**

Tél. 01 44 90 63 23

## LUXE

### GUCCI GROUP N.V.

**Domenico De Sole**

*Président-directeur général*

Rembrandt Tower

1 Amstelplein

1096 HA Amsterdam

PAYS-BAS

Tél. 00 31 20 46 21 700

[www.guccigroup.com](http://www.guccigroup.com)

## PROFESSIONNEL

### REXEL

**Jean-Charles Pauze**

*Président-directeur général*

25, rue de Clichy

75009 Paris

Tél. : 01 42 85 85 00

[www.rexelgroup.com](http://www.rexelgroup.com)

### PINAULT BOIS & MATERIAUX

**Patrick Bérard**

*Président-directeur général*

176, avenue Charles de Gaulle

92522 Neuilly-sur-Seine

Tél. 01 41 92 50 70

[www.pbmgroup.com](http://www.pbmgroup.com)

### GUILBERT

**Pascal Martin**

*Président du Directoire*

Avenue du Poteau

60451 Senlis cedex

Tél. 03 44 54 54 54

[www.guilbert.com](http://www.guilbert.com)

### CFAO

**Alain Viry**

*Président-directeur général*

18, rue Troyon

92316 Sèvres cedex

Tél. 01 46 23 56 56

[www.cfaogroup.com](http://www.cfaogroup.com)

**PINAULT**  
**PRINTEMPS-REDOUTE**

---

Direction de la Communication  
18, place Henri Bergson - 75381 Paris cedex 08  
Tél. : 01 44 90 61 24 - Fax : 01 44 90 62 25  
[www.pprgroup.com](http://www.pprgroup.com)