

PPR

Dynamique du groupe et de ses activités

Environnement concurrentiel et perspectives stratégiques

Edition – Octobre 2009

Réalisation de l'étude : cette étude a été réalisée par Vincent Desruelles. Les travaux d'analyses et de synthèses ont été effectués à partir de sources documentaires, électroniques et publications recueillies au cours des deux mois précédant la sortie de l'étude.

Cette étude fait partie d'une collection de 55 groupes. Chaque étude comprend des informations et analyses sur :

- ✓ l'évolution conjoncturelle et son positionnement concurrentiel
- ✓ la structure industrielle
- ✓ les perspectives stratégiques

Sommaire de l'étude : plus de 80 pages de données, d'analyses et de synthèses

0. LA SYNTHÈSE & LES CONCLUSIONS STRATÉGIQUES

1. LE PROFIL DU GROUPE

1.1. Vue d'ensemble

- 1.1.1. Fiche d'identité
- 1.1.2. Les activités
- 1.1.3. Revue de détail des activités

1.2. La répartition géographique

La France toujours en tête

1.3. Les comparaisons internationales dans le luxe

- 1.3.1. Les groupes de luxe
- 1.3.2. L'internationalisation des groupes

1.4. Les comparaisons internationales dans la distribution et la vente à distance

Les groupes spécialisés

1.5. Les comparaisons internationales dans le sport

Les groupes spécialisés

1.6. La structure de l'actionariat et le management du groupe

Un groupe familial

1.7. Les données boursières

Fiche d'identité boursière

2. LA DYNAMIQUE DU GROUPE ET DE SES ACTIVITÉS

2.1. L'environnement du luxe

- 2.1.1. Le panorama des principales économies mondiales (2009/2010) et du marché du luxe (2000-2009)
- 2.1.2. Les marchés du luxe (2009)
- 2.1.3. PPR face à ses concurrents

2.2. L'environnement de la distribution

Le panorama de la consommation dans les principales économies mondiales et en France (2009/2010)

2.3. L'activité de PPR

- 2.3.1. Le chiffre d'affaires (2000-2008)
- 2.3.2. Les résultats intermédiaires en 2009
- 2.3.3. La marge opérationnelle et le résultat net (2000-2008)
- 2.3.4. L'activité par zone géographique (2000-2008)
- 2.3.5. L'activité par divisions (2005-2008)

2.4. L'activité de PPR par secteur

- 2.4.1. La distribution : Fnac
- 2.4.2. La distribution : Redcats
- 2.4.3. La distribution : Conforama
- 2.4.4. La distribution : CFAO
- 2.4.5. Puma
- 2.4.6. Le luxe : Gucci Group
- 2.4.7. Le luxe : les marques de Gucci Group

3. LES FAITS MARQUANTS ET AXES DE DÉVELOPPEMENT

3.1. La stratégie de PPR

Vue d'ensemble

3.2. La redéfinition du cœur de métier du groupe

- 3.2.1. L'introduction en bourse de CFAO
- 3.2.2. Les principales cessions des derniers mois

3.3. La stratégie dans la distribution

- 3.3.1. Les plans d'économies
- 3.3.2. Ephéméride

3.4. La stratégie dans le luxe

- 3.4.1. Les axes de développement
- 3.4.2. Ephéméride

4. LES DONNÉES FINANCIÈRES

4.1. Le panorama des éléments financiers

Les chiffres clés

4.2. Les indicateurs économiques & financiers

- 4.2.1. Le compte d'exploitation
- 4.2.2. Le bilan consolidé en valeur
- 4.2.3. La structure du bilan consolidé
- 4.2.4. Les ratios
- 4.2.5. Les définitions

5. LA BASE STATISTIQUE

La table des tableaux & graphiques : la source d'information la plus complète

T1	L'analyse SWOT de PPR	T38	La répartition du chiffre d'affaires de Redcats par zone géographique en 2008
1. Profil du groupe		T39	L'évolution de la marge opérationnelle de Redcats (2000-2008)
T2	Les étapes clés de la constitution du groupe PPR	T40	Le chiffre d'affaires de Conforama (2000-2009)
T3	Les faits marquants (1963-2009)	T41	La répartition du chiffre d'affaires de Conforama par catégorie de produits en 2008
T4	PPR : un conglomérat présent à la fois sur le luxe et le grand public	T42	La répartition du chiffre d'affaires de Conforama par zone géographique en 2008
T5	Revue de détail des activités de PPR	T43	L'évolution de la marge commerciale de Conforama (2004-2008)
T6	La répartition du chiffre d'affaires de PPR par zone géographique (2008)	T44	Le chiffre d'affaires de CFAO (2000-2009)
T7	L'évolution de la répartition du chiffre d'affaires de PPR par zone géographique (2000-2008)	T45	La répartition du chiffre d'affaires de CFAO par secteur d'activité en 2008
T8	Le classement des groupes de luxe par chiffre d'affaires (2008)	T46	La répartition du chiffre d'affaires de CFAO par zone géographique en 2008
T9	Les groupes de luxe dans le monde par chiffre d'affaires et taux de marge opérationnel (2008)	T47	L'évolution de la marge opérationnelle de CFAO (2000-2008)
T10	L'internationalisation des activités des principaux groupes de luxe (2008)	T48	Le chiffre d'affaires de Puma (2007-2009)
T11	Le classement des groupes de distribution de produits non alimentaire et de vente à distance en Europe (2008)	T49	La répartition du chiffre d'affaires de Puma par catégorie de produits en 2008
T12	Les groupes de distribution et de vente à distance en Europe par chiffre d'affaires et taux de marge opérationnelle (2008)	T50	La répartition du chiffre d'affaires de Puma par zone géographique en 2008
T13	Le classement des groupes d'équipement et d'habillement sportif (2008)	T51	Le chiffre d'affaires de Gucci Group (2002-2009)
T14	Les groupes d'équipement et d'habillement sportif dans le monde par chiffre d'affaires et taux de marge opérationnelle (2008)	T52	La répartition du chiffre d'affaires de Gucci Group par marque en 2008
T15	L'actionnariat du groupe PPR au 31/12/2008	T53	La répartition du chiffre d'affaires de Gucci Group par zone géographique en 2008
T16	La fiche d'identité boursière de PPR	T54	Le nombre de magasins du pôle luxe de PPR (2000-2008)
T17	Le calendrier corporate 2009/2010	T55	La répartition du chiffre d'affaires de Gucci par produits en 2008
2. La dynamique du groupe et de ses activités		T56	Le chiffre d'affaires et taux de marge opérationnelle de Gucci (2001-2008)
T18	La croissance mondiale par région en 2009/2010	T57	La répartition du chiffre d'affaires de Bottega Veneta par produits en 2008
T19	Le marché mondial du luxe (2000-2009)	T58	Le chiffre d'affaires et taux de marge opérationnelle de Bottega Veneta (2002-2008)
T20	Le marché mondial du luxe par produits (2009)	T59	La répartition du chiffre d'affaires de Yves Saint Laurent par produits en 2008
T21	La croissance et performances opérationnelles des principaux groupes de luxe (2007/2008)	T60	Le chiffre d'affaires et taux de marge opérationnelle de Yves Saint Laurent (2001-2008)
T22	La consommation des ménages dans les principales économies mondiales (2009/2010)	T61	La répartition du chiffre d'affaires des « autres marques » par produits en 2008
T23	La consommation des ménages en France par poste (2009/2010)	T62	Le chiffre d'affaires et taux de marge opérationnelle des « autres marques » de luxe (2001-2008)
T24	Le chiffre d'affaires consolidé de PPR (2000-2008)	3. Faits marquants et axes de développement	
T25	Le chiffre d'affaires de PPR en 2009 (9 mois)	T63	L'évolution de l'activité de PPR par pôle à l'horizon 2010
T26	Marge opérationnelle courante de PPR (2000-2008)	T64	Les conséquences de l'introduction en bourse de CFAO
T27	Le résultat net part du groupe de PPR (2000-2008)	T65	Les enseignes de distribution de PPR : de nombreux changements à venir
T28	Le chiffre d'affaires de PPR par zone géographique (2000-2008)	T66	Les axes de développement de Gucci Group dans le luxe
T29	Le chiffre d'affaires par division (2005-2008)	4. Données financières	
T30	La marge opérationnelle par division (2005-2008)	T67	Les chiffres clés
T31	Le chiffre d'affaires de la Fnac (2000-2009)	T68	Le compte d'exploitation consolidé
T32	La répartition du chiffre d'affaires du groupe Fnac par catégorie de produits en 2008	T69	Le compte d'exploitation consolidé en % du chiffre d'affaires
T33	La répartition du chiffre d'affaires du groupe Fnac par zone géographique en 2008	T70	L'actif
T34	L'évolution de la marge opérationnelle de la Fnac (2000-2008)	T71	Le passif
T35	Le nombre de magasins Fnac (2004-2008)	T72	L'actif
T36	Le chiffre d'affaires de Redcats (2000-2009)	T73	Le passif
T37	La répartition du chiffre d'affaires de Redcats par format de vente en 2008	T74	L'évolution de l'activité
		T75	L'évolution de la structure financière
		T76	Les définitions des ratios et indicateurs sur le secteur

Liste des principaux groupes cités dans l'étude

ADIDAS
ESTEE LAUDER
IKEA
KESA ELECTRICALS
L'OREAL PRODUITS DE LUXE
LVMH

NIKE
OTTO GROUP
RALPH LAUREN
RICHEMONT
SHISEIDO
SWATCH GROUP