



COMMUNIQUÉ DE PRESSE

25.10.2016

FORTE ACCÉLÉRATION DE LA CROISSANCE ORGANIQUE AU 3ÈME TRIMESTRE

Chiffre d'affaires Groupe : +10,5%

Activités Luxe : +11,3%

Activités Sport & Lifestyle : +9,3%

« L'excellente performance réalisée sur ce troisième trimestre reflète la pertinence de notre stratégie et la qualité de son exécution. Dans un environnement complexe, nous accélérons encore la croissance de notre chiffre d'affaires et continuons de gagner des parts de marché. La créativité de nos Maisons et la qualité de l'expérience client qu'elles proposent nous permettent ainsi d'atteindre une croissance à deux chiffres sur l'ensemble des zones géographiques hors Japon. Gucci et Yves Saint Laurent réalisent des performances remarquables et Puma confirme la solidité de sa trajectoire. Nous avons créé les conditions d'une croissance solide et durable, et sommes très confiants quant à nos performances sur l'ensemble de l'année. »

François-Henri Pinault, Président-Directeur général de Kering

Forte accélération de la croissance organique du Groupe à +10,5%

- Chiffre d'affaires du 3ème trimestre 2016 à 3,185 milliards d'euros, en progression de +10,5% à périmètre et taux de change comparables et de +10% en données publiées.
- Croissance en forte accélération. Progression à deux chiffres du chiffre d'affaires en comparable sur l'ensemble des régions hors Japon.

Très belle performance des activités Luxe

- Chiffre d'affaires en hausse de +11,3% en comparable (+12% en données publiées).
- Croissance remarquable de Gucci (+17%) et d'Yves Saint Laurent (+33,9%) qui continuent de gagner des parts de marché.

Excellente dynamique des activités Sport & Lifestyle

- Chiffre d'affaires en hausse de +9,3% en comparable (+6,5% en données publiées).
- Croissance toujours soutenue chez Puma (+10,8%), portée par le succès de son offre.



ACTIVITÉS LUXE : EXCELLENTE PERFORMANCES

Les activités Luxe réalisent leur meilleur taux de croissance trimestriel en comparable depuis trois ans, avec un chiffre d'affaires en augmentation de +11,3% en comparable et de +12% en données publiées, atteignant 2,115 milliards d'euros sur les trois derniers mois.

Au-delà des performances remarquables de Gucci et d'Yves Saint Laurent, l'évolution du chiffre d'affaires des autres Maisons est en ligne avec celle du deuxième trimestre.

Les ventes en magasins en propre bénéficient d'une croissance à deux chiffres dans toutes les zones géographiques hors Japon, avec notamment une forte croissance de la zone Asie Pacifique (+24%), une très solide augmentation du chiffre d'affaires en Amérique du Nord (+17%) ainsi qu'une très bonne performance en Europe de l'Ouest (+12%).

Gucci : croissance exceptionnelle qui confirme l'influence créative de la Maison

Gucci continue sa trajectoire de croissance et délivre ce trimestre une performance très supérieure à celle du secteur, avec un chiffre d'affaires en hausse de +17% en comparable, soit +17,8% en données publiées. Les ventes sont en très forte augmentation sur toutes les catégories de produits et dans toutes les zones géographiques, en-dehors du Japon où le contexte de marché est défavorable pour l'ensemble du secteur. Les ventes de Gucci en magasins en propre croissent très fortement, à +19% en comparable. Les chaussures et le prêt-à-porter - féminin comme masculin - ainsi que la maroquinerie connaissent un succès considérable. A titre d'exemple, le *GG Marmont*, le *Sylvie* ou encore le *Dionysus* s'affirment comme des piliers de l'offre de sacs à main.

Le dernier défilé présenté par Alessandro Michele, l'un des plus attendus de la *fashion week* milanaise, a reçu un accueil exceptionnel, confirmant une fois encore le succès de la réinvention créative de la Maison. Les collections de Gucci continuent de susciter l'adhésion de la clientèle tout en séduisant un nombre croissant de nouveaux clients.

La stratégie digitale de la marque est particulièrement innovante avec, notamment, des collaborations remarquées avec des artistes (ligne de produits *GucciGhost*, initiative *#24HourAce*) et des collections capsule exclusivement vendues en ligne (*Gucci Garden*). Le site de e-commerce de Gucci a vu ses ventes augmenter de plus de 50% sur le trimestre.

Bottega Veneta : poursuite du plan d'actions engagé

Au troisième trimestre, les ventes de Bottega Veneta restent affectées par le ralentissement des flux touristiques, plus particulièrement sur les marchés matures (Europe de l'Ouest, Japon). La Maison affiche un chiffre d'affaires en recul de -10,9% en comparable, soit -9,3% en données publiées. Sur le trimestre, les magasins en propre enregistrent une performance en retrait, mais dont la tendance s'améliore légèrement par rapport au deuxième trimestre, grâce à une bonne tenue des ventes auprès de la clientèle locale en Europe, et à la croissance de l'activité sur tous les principaux marchés en Asie Pacifique, à l'exception de Hong-Kong.

La Maison poursuit la mise en œuvre du plan d'actions engagé, qui intègre notamment le renouvellement de l'offre en maroquinerie et l'amélioration de la visibilité donnée à l'intégralité des nouveautés en magasins. Bottega Veneta a ainsi introduit de nouveaux modèles déclinant *l'Intrecciato*, emblématique du savoir-faire artisanal de la Maison. Celle-ci continue également de développer la catégorie chaussures, qui confirme son élan au troisième trimestre. La collection anniversaire Printemps/Été 2017, unanimement saluée, illustre l'héritage unique de Bottega Veneta et les fondations solides de la Maison, gages de sa croissance future.

Yves Saint Laurent : forte progression du chiffre d'affaires, croissance équilibrée

Yves Saint Laurent poursuit sa très forte croissance ce trimestre, avec une hausse exceptionnelle de son chiffre d'affaires de +33,9% en comparable, soit +34% en données publiées.

Cette nouvelle augmentation des ventes concerne l'ensemble des zones géographiques et des catégories de produits, qu'il s'agisse du prêt-à-porter féminin ou masculin, des chaussures ou de la maroquinerie. Les nouvelles collections, avec par exemple des modèles de sacs à main comme le *Sunset Monogramme*, continuent de rencontrer un très grand succès auprès de la clientèle, tandis que les lignes permanentes suscitent toujours l'adhésion. Cet enthousiasme se manifeste tant dans les boutiques de la Maison que sur son site de e-commerce, dont le chiffre d'affaires a presque doublé sur le trimestre.

Le défilé de la première collection d'Anthony Vaccarello pour Saint Laurent s'est tenu le 27 septembre à Paris, Rive Gauche, dans le futur siège de la Maison, rue de Bellechasse, et a reçu un excellent accueil.



Autres marques de Luxe : performances en ligne avec le deuxième trimestre

Au troisième trimestre, les autres marques de Luxe enregistrent une croissance de +2,5% de leurs ventes en comparable, soit +2,4% en données publiées. A l'image de l'ensemble des activités Luxe, les ventes dans les magasins en propre affichent une augmentation solide (+7% en comparable), en croissance dans toutes les régions hors Japon. Les ventes des marques de Couture et Maroquinerie continuent de progresser, Balenciaga, Stella McCartney et Alexander McQueen enregistrant chacune environ +10% de croissance ou plus. Chez Brioni, principalement pénalisé par son activité *wholesale*, la dynamique des ventes en magasins en propre est prometteuse, particulièrement en Amérique du Nord. La Maison poursuit les efforts engagés afin de renforcer son positionnement.

En Joaillerie, la croissance à deux chiffres enregistrée chez Boucheron et Pomellato illustre la vitalité de ces Maisons. Grâce à de nouvelles propositions créatives, telles que la collection de haute joaillerie *26 Vendôme* présentée lors de la semaine de la Haute Couture à Paris au mois de juillet, Boucheron affiche une belle performance sur le trimestre, tant en joaillerie qu'en haute joaillerie. Les marques horlogères, bien qu'encore impactées par un contexte de marché défavorable, poursuivent leurs initiatives en matière d'adaptation de leur offre et de leur communication.

ACTIVITÉS SPORT & LIFESTYLE : CROISSANCE TOUJOURS SOUTENUE CHEZ PUMA

L'innovation produit et l'attractivité renouvelée de la marque permettent à Puma d'enregistrer une croissance de +10,8% en comparable au troisième trimestre, soit +8,3% en données publiées. L'augmentation est remarquable sur la catégorie chaussures (+17%), avec notamment le succès des nouveaux modèles comme *Ignite*, *Fierce* et *Fenty*. Le chiffre d'affaires de la catégorie habillement est en forte hausse (+10%). La croissance de Puma est à deux chiffres sur l'ensemble des régions hors Japon, avec un fort succès en Europe et sur l'ensemble du continent américain, et un développement soutenu en Chine continentale. Volcom continue quant à lui d'être affecté par les difficultés des distributeurs de marques d'*action sports* aux Etats-Unis.



FAITS MARQUANTS INTERVENUS DEPUIS LE 1^{ER} JUILLET 2016

Classements & Certifications

Le 20 septembre 2016, le Fonds de dotation Arborus (premier Fonds de soutien à l'égalité professionnelle en Europe et dans le monde) et Bureau Veritas ont décerné à Kering le label international GEEIS (*Gender Equality European & International Standard*), récompensant son engagement en faveur de l'égalité professionnelle.

Le 26 septembre 2016, Kering a été classé parmi les 25 premières entreprises au sein du *Diversity & Inclusion (D&I) Index* publié par Thomson Reuters. Kering est le groupe de Luxe le mieux classé au sein de ce top 25, occupant la 22^{ème} place parmi 4 255 entreprises internationales cotées en Bourse.

Bottega Veneta : nomination de Claus-Dietrich Lahrs

Le 29 septembre 2016, Kering a annoncé la nomination de Claus-Dietrich Lahrs en tant que CEO de Bottega Veneta à compter du 4 octobre 2016. Il est rattaché à François-Henri Pinault et il est membre du Comité Exécutif du Groupe.

Kering : nomination de Carlo Alberto Beretta

Le 29 septembre 2016, Kering a également annoncé la nomination de Carlo Alberto Beretta au poste nouvellement créé de Chief Client & Marketing Officer de Kering à compter du 4 octobre 2016. Carlo Alberto Beretta est rattaché à François-Henri Pinault et demeure membre du Comité Exécutif du Groupe.

Gucci : 1^{ère} marque italienne du classement Interbrand

Le 5 octobre 2016, Gucci a confirmé pour la 17^{ème} année consécutive sa position de marque italienne la plus valorisée au monde, tous secteurs confondus, au sein du classement mondial *Interbrand, Best Global Brands Report 2016*.

Christopher Kane : nomination de Nikolas Talonpoika

Le 11 octobre 2016, Nikolas Talonpoika a été nommé CEO de Christopher Kane. Il est rattaché à Jean-François Palus, Directeur général délégué de Kering.

Balenciaga : nomination de Cédric Charbit

Le 24 octobre 2016, Kering a annoncé la nomination de Cédric Charbit en tant que CEO de la Maison Balenciaga à compter du 28 novembre 2016. Il sera rattaché à François-Henri Pinault.

K E R I N G



AUDIOCAST

Kering tiendra un **audiocast** pour les analystes et les investisseurs à **18h00** (Europe continentale) / 17h00 (Royaume-Uni) / 12h00 (heure de la côte Est américaine) le **mardi 25 octobre 2016**.

Connexion depuis le site www.kering.com (rubrique Finance).

Connexion également possible par téléphone :

Pour la France	+ 33 (0)1 76 77 22 25
Pour le Royaume-Uni	+ 44 (0)20 3427 1918
Pour les États-Unis	+ 1 (646) 254 3360

Code d'accès : 1058603

Réécoute possible depuis le site internet www.kering.com (rubrique Finance).

PRESENTATION

Les visuels de présentation (PDF) seront disponibles avant l'audiocast sur le site www.kering.com

A propos de Kering

Groupe mondial de Luxe, Kering développe un ensemble de maisons de luxe dans la mode, la maroquinerie, la joaillerie et l'horlogerie : Gucci, Bottega Veneta, Saint Laurent, Alexander McQueen, Balenciaga, Brioni, Christopher Kane, McQ, Stella McCartney, Tomas Maier, Boucheron, Dodo, Girard-Perregaux, Pomellato, Qeelin et Ulysse Nardin. Kering développe également les marques de Sport & Lifestyle Puma, Volcom et Cobra. En encourageant l'imagination sous toutes ses formes, Kering permet à ses marques de réaliser leur potentiel de croissance et ouvre la voie à des méthodes plus durables.

Kering a réalisé en 2015 un chiffre d'affaires de plus de 11,5 milliards d'euros et rassemblait plus de 38 000 collaborateurs au 31 décembre. L'action Kering est cotée à Euronext Paris (FR 0000121485, KER.PA, KER.FP).

Contacts

Presse

Emilie Gargatte	+33 (0)1 45 64 61 20
Floriane Geroudet	+33 (0)1 45 64 66 00

emilie.gargatte@kering.com
floriane.geroudet@kering.com

Analystes/investisseurs

Claire Roblet	+ 33 (0)1 45 64 61 49
Andrea Beneventi	+ 33 (0)1 45 64 63 28

claire.roblet@kering.com
andrea.beneventi@kering.com

www.kering.com
Twitter: @KeringGroup
LinkedIn: Kering
Instagram: @kering_official
YouTube: KeringGroup

K E R I N G



ANNEXE 1 : CHIFFRE D'AFFAIRES DU 3ème TRIMESTRE 2016 ET DES NEUF PREMIERS MOIS DE L'ANNEE

(en millions d'euros)

	T3 2016	T3 2015	Variation en réel	Variation en comparable⁽¹⁾	9 premiers mois 2016	9 premiers mois 2015	Variation en réel	Variation en comparable⁽¹⁾
Activités Luxe	2 114,9	1 888,5	+12,0%	+11,3%	5 992,8	5 650,5	+6,1%	+6,5%
Gucci	1 088,3	924,1	+17,8%	+17,0%	3 035,8	2 798,3	+8,5%	+9,3%
Bottega Veneta	293,8	324,0	-9,3%	-10,9%	865,0	953,2	-9,3%	-9,7%
Yves Saint Laurent	326,1	243,4	+34,0%	+33,9%	874,0	686,5	+27,3%	+27,7%
Autres marques de luxe	406,7	397,0	+2,4%	+2,5%	1 218,0	1 212,5	+0,5%	+0,8%
Activités Sport & Lifestyle	1 064,4	999,6	+6,5%	+9,3%	2 861,2	2 730,6	+4,8%	+9,2%
Puma	994,1	918,2	+8,3%	+10,8%	2 680,5	2 519,4	+6,4%	+10,6%
Autres marques de Sport & Lifestyle	70,3	81,4	-13,6%	-7,7%	180,7	211,2	-14,4%	-8,5%
Corporate et autres	5,4	7,1	-23,9%	-22,9%	23,6	26,6	-11,3%	-10,9%
KERING - Activités poursuivies	3 184,7	2 895,2	+10,0%	+10,5%	8 877,6	8 407,7	+5,6%	+7,3%

⁽¹⁾ A périmètre et taux de change comparables.

K E R I N G



ANNEXE 2 : CHIFFRE D'AFFAIRES DU PREMIER SEMESTRE, DU DEUXIEME TRIMESTRE ET DU PREMIER TRIMESTRE 2016

(en millions d'euros)

	S1 2016	S1 2015	Variation en réel	Variation en comparable ⁽¹⁾	T2 2016	T2 2015	Variation en réel	Variation en comparable ⁽¹⁾	T1 2016	T1 2015	Variation en réel	Variation en comparable ⁽¹⁾
Activités Luxe	3 877,9	3 762,0	+3,1%	+4,0%	2 074,2	2 008,0	+3,3%	+5,2%	1 803,7	1 754,0	+2,8%	+2,6%
Gucci	1 947,5	1 874,2	+3,9%	+5,4%	1 053,3	1 005,2	+4,8%	+7,4%	894,2	869,0	+2,9%	+3,1%
Bottega Veneta	571,2	629,2	-9,2%	-9,1%	303,3	339,2	-10,6%	-9,8%	267,9	290,0	-7,6%	-8,3%
Yves Saint Laurent	547,9	443,1	+23,7%	+24,2%	278,7	231,7	+20,3%	+22,1%	269,2	211,4	+27,3%	+26,5%
Autres marques de luxe	811,3	815,5	-0,5%	-0,0%	438,9	431,9	+1,6%	+2,9%	372,4	383,6	-2,9%	-3,3%
Activités Sport & Lifestyle	1 796,8	1 731,0	+3,8%	+9,1%	883,7	841,0	+5,1%	+11,4%	913,1	890,0	+2,6%	+7,0%
Puma	1 686,4	1 601,2	+5,3%	+10,6%	830,5	776,2	+7,0%	+13,2%	855,9	825,0	+3,7%	+8,1%
Autres marques de Sport & Lifestyle	110,4	129,8	-14,9%	-8,9%	53,2	64,8	-17,9%	-10,7%	57,2	65,0	-12,0%	-7,1%
Corporate et autres	18,2	19,5	-6,7%	-6,7%	11,2	12,3	-8,9%	-8,2%	7,0	7,2	-2,8%	-4,1%
KERING – Activités poursuivies	5 692,9	5 512,5	+3,3%	+5,5%	2 969,1	2 861,3	+3,8%	+6,9%	2 723,8	2 651,2	+2,7%	+4,0%

⁽¹⁾ A périmètre et taux de change comparables.