



## **Activité en ligne avec les anticipations du Groupe** **Progression du taux de marge brute** **Poursuite du désendettement** **Confirmation de l'objectif annuel 2009/10**

- **Chiffre d'affaires : 3 789 M€ (-3%\*)**
- **Résultat opérationnel courant : 1 062 M€ (stable\*)**
- **Résultat net courant part du Groupe : 648 M€**  
**(-5% en facial et +6% à change constant)**
- **Résultat net part du Groupe : 604 M€ (-2%)**
- **Nouvelle forte génération de cash flow et**  
**ratio Dette Nette / EBITDA en dessous de 5,5 au 31/12/2009**

\* Croissance interne

### **Communiqué - Paris, 18 février 2010**

Le Conseil d'Administration de Pernod Ricard, réuni le 17 février 2010 sous la présidence de Patrick Ricard, a arrêté les comptes du premier semestre et précisé les perspectives pour l'ensemble de l'exercice 2009/10.

Au cours du premier semestre de son exercice 2009/10 (1<sup>er</sup> juillet au 31 décembre 2009), Pernod Ricard a réalisé une performance conforme à ses anticipations :

- ✓ Résistance de l'activité, avec un chiffre d'affaires en croissance interne de -3% sur une base de comparaison 2008/09 défavorable et dans un environnement économique et de marché hétérogène.
- ✓ Progression du taux de marge brute à 59,7% reflétant un effet mix / prix favorable.
- ✓ Marge opérationnelle (résultat opérationnel courant / chiffre d'affaires) qui s'établit à 28,0%, avec une progression de +90 pbs à taux de change constants.
- ✓ Résultat net courant part du Groupe en croissance de 6% à taux de change constants, reflétant les deux éléments précédents ainsi qu'une forte baisse des frais financiers. A taux de change courants, il baisse de -5%, impacté par l'évolution défavorable du cours des devises par rapport au premier semestre 2008/09.
- ✓ Poursuite de la réduction de la dette nette qui atteint 10 323 M€ au 31 décembre 2009.



## Chiffre d'affaires

**Le chiffre d'affaires** consolidé (hors droits et taxes) de Pernod Ricard au **1<sup>er</sup> semestre 2009/10** s'élève à **3 789 M€** contre 4 212 M€ au 1<sup>er</sup> semestre 2008/09, soit un recul de -10%. Cette évolution résulte :

- ✓ d'une **croissance interne de -3%**, sur une base de comparaison élevée et dans un environnement économique et de marché hétérogène. L'activité reste en effet dynamique sur les marchés émergents, notamment en Chine et en Inde ; la France résiste bien mais la situation reste globalement difficile en Europe de l'Ouest et aux Etats-Unis.
- ✓ d'un effet devises de -4% essentiellement lié à la dévalorisation du bolivar vénézuélien et du dollar américain.
- ✓ d'un effet périmètre de -3%, principalement lié aux cessions de Wild Turkey et Tia Maria ainsi qu'à l'arrêt de la distribution de Stolichnaya.

**Les 15 marques stratégiques** reculent de -5% en volume et de **-3% en valeur\***, reflétant les conditions de marché mais aussi l'effet mix/prix favorable. Ces 15 marques stratégiques ont représenté 58% du chiffre d'affaires du Groupe sur le premier semestre 2009/10. Certaines d'entre elles ont maintenu une croissance\* en valeur dont Jameson (+7%), Absolut (+5%), Martell (+3%) et Ricard (+2%). D'autres ont démontré une bonne résistance : The Glenlivet (stable), Havana Club (-1%) et Beefeater (-2%). Les marques de champagne, Mumm (-11%) et Perrier Jouët (-16%) reflètent l'évolution de la catégorie, et la baisse des vins tranquilles Jacob's Creek (-6%) et Montana (-4%) s'inscrit dans le cadre de la poursuite de la mise en œuvre de la stratégie valeur.

Par ailleurs, **les 30 marques-clé locales**, qui ont représenté 22% du chiffre d'affaires du Groupe, sur le premier semestre 2009/10, ont confirmé leur capacité de résistance en période de crise, avec un volume global et un chiffre d'affaires stables\*. Cette performance est en grande partie due au dynamisme des marques locales de whisky en Inde, dont Royal Stag et Blender's Pride.

Au deuxième trimestre 2009/10, le chiffre d'affaires consolidé s'établit à 2 143 M€, en recul de -13%, soit une croissance interne de -2%, un effet devises de -7% et un effet périmètre de -4%. L'amélioration de la tendance de la croissance interne au deuxième trimestre, de -2% contre -4% au premier trimestre, résulte d'une base de comparaison moins élevée, mais aussi du redressement de certains marchés comme le Duty Free, la Corée du Sud et la Russie.

## Marge contributive du portefeuille

**La marge brute atteint 2 263 M€**, en recul de -10%, soit une croissance interne de -2%, un effet périmètre de -2% et un effet devises de -6%. **L'amélioration du taux de marge brute, qui passe de 59,4% à 59,7% du chiffre d'affaires**, soit une hausse de 30 pdb, résulte d'un effet mix/prix favorable et d'une bonne maîtrise du coût des marchandises vendues.

Les **investissements publi-promotionnels** sont maintenus à un niveau élevé et atteignent un montant de **642 M€**, en ligne avec la volonté du Groupe de développer ses marques stratégiques sur le long terme. Ils représentent 23% du chiffre d'affaires sur les 15 marques stratégiques, avec un ciblage sur les couples marques / marchés les plus prometteurs. Certains investissements ont été décalés sur le second semestre (Asie en raison du décalage du Nouvel An Chinois). Au total, le ratio investissements publi-promotionnels / chiffre d'affaires atteint 17,0% sur le premier semestre 2009/10, en léger recul par rapport aux 17,3% investis sur la même période de l'exercice précédent. Sur l'ensemble de l'exercice 2009/10, le Groupe a pour objectif de faire progresser ce ratio.

Au total, la **contribution après frais publi-promotionnels** recule de -9% à **1 621 M€**, mais reste stable en croissance interne. Elle représente 42,8% du chiffre d'affaires, en hausse de +70 pdb, par rapport à l'exercice précédent, sous le double effet de l'amélioration du mix et des hausses de prix, et de la légère réduction du ratio d'investissements publi-promotionnels.



## Frais de structure

**Les frais de structure** enregistrent une baisse de -3%, à 559 M€. Cette évolution représente une croissance interne limitée de +1% après la stabilité observée sur l'ensemble de l'exercice 2008/09. Cette maîtrise résulte de la poursuite de la réduction des structures dans de nombreux pays matures et de l'application d'une politique de modération salariale dans l'ensemble du Groupe. Le renforcement du réseau commercial sur les marchés émergents se poursuit pour optimiser leur potentiel de développement.

## Résultat opérationnel courant

**Le résultat opérationnel courant** recule de -11% à **1 062 M€** soit une **croissance interne stable**, avec un effet devises de -8% et un effet périmètre de -2%. **Le taux de marge opérationnelle s'élève à 28,0%**, en léger recul de 40 pdb par rapport à l'exercice précédent, compte tenu de l'évolution défavorable des cours des devises. A taux de change constants, la marge opérationnelle aurait progressé de 90 pdb à 29,3%.

### Résultat opérationnel courant par région :

- ✓ Croissance remarquable de +6% en **Asie/Reste du Monde** (croissance interne de +8%) qui résulte notamment du dynamisme de Martell en Chine (malgré le décalage du Nouvel An Chinois) et des marques locales en Inde. Le développement d'Absolut sur la région et la croissance de certains marchés émergents comme le Vietnam, la Turquie ou l'Afrique du Sud ont également contribué à ce succès.
- ✓ Le résultat opérationnel courant de la région **Amériques** est en revanche en recul de -22%, principalement du fait de l'effet devises de -18% qui résulte de la dévalorisation du dollar américain et de la situation au Venezuela. La croissance interne du résultat opérationnel courant de la région s'établit à -2% et reflète les conditions de marchés aux Etats-Unis, partiellement compensées par un bon semestre en Amérique Latine, au Mexique et au Canada.
- ✓ **En Europe**, le résultat opérationnel courant recule de -18%, soit -5% en croissance interne, ce qui traduit une situation globale difficile, notamment en Espagne, au Royaume-Uni et en Irlande. La baisse de la part du vin dans le chiffre d'affaires de la région a entraîné une forte amélioration du taux de marge brute. L'activité s'est redressée au deuxième trimestre en Russie et en Ukraine.
- ✓ **En France**, le résultat opérationnel courant progresse de +5%, soit +4% en croissance interne, grâce aux performances commerciales de Ricard, Absolut, Chivas et Havana Club. L'amélioration du mix produit combinée à la bonne maîtrise des coûts de structure a permis une forte hausse de la marge opérationnelle qui atteint 29,3% contre 27,4% sur le premier semestre de l'exercice précédent.

Sur le premier semestre 2008/09, l'effet devises sur le résultat opérationnel courant s'établit à **(101) M€**. Pour l'ensemble de l'exercice fiscal 2009/10, et sur la base des taux de change au 12 février 2010, l'effet devises sur le résultat opérationnel courant est estimé entre **(100) M€** et **(120) M€**.



## Résultat net courant

**Le résultat financier** courant est une charge de (246) M€ : (219) M€ correspondent aux frais financiers payés sur la dette, en diminution de 101 M€ par rapport à la même période de l'exercice précédent, sous le double effet positif de la baisse de la dette et de celui de la réduction du coût moyen de l'endettement. (6) M€ sont par ailleurs dus aux frais de structuration du financement et (21) M€ à d'autres charges financières, principalement liées aux engagements de retraites.

L'**impôt** sur les éléments courants est une charge de (157) M€, soit un taux de 19,3% en ligne avec les anticipations du Groupe. Enfin, **la part des minoritaires et divers** s'établit à (10) M€.

Au total, **le résultat net courant part du Groupe atteint 648 M€**, soit un recul de -5% par rapport au premier semestre 2008/2009. A taux de change constants, le résultat net aurait progressé de +6% sur la période.

## Résultat net

Les **autres produits et charges opérationnels s'établissent à (93) M€** et sont principalement liés à des plus ou moins values nettes sur cessions et évaluations d'actifs pour (51) M€. Les éléments financiers non courants constituent un produit net de +18 M€. Enfin, **le résultat non courant génère un produit d'impôt de +31 M€**, correspondant à la déduction des charges non courantes et à l'impact favorable lié à la reprise d'impôts différés sur cession d'actifs.

En conséquence, **le résultat net part du Groupe atteint 604 M€, en recul de -2%** par rapport au premier semestre de l'exercice 2008/2009.

## Endettement et coût de la dette

**La dette nette au 31 décembre 2009 s'établit à 10 323 M€** Sur le semestre, la dette a été réduite à hauteur de (565) M€, avec notamment :

- ✓ la forte génération de free cash flow de la période (+526 M€), renforcée par la poursuite du programme de cession de créances commerciales.
- ✓ la cession de la marque Tia Maria.

Le coût moyen de l'endettement s'établit à 4,15% sur le premier semestre 2009/10. Sur la base des taux d'intérêt et des couvertures actuelles, le **coût moyen de la dette devrait être inférieur à 4,5% sur l'ensemble de l'exercice 2009/10.**



## **Conclusion et perspectives**

L'activité du **premier semestre 2009/10** a été conforme aux anticipations du Groupe, avec :

- ✓ Une croissance interne du chiffre d'affaires de -3% sur une base de comparaison défavorable
- ✓ La défense des prix et le maintien d'un fort investissement publi-promotionnel sur les marques-clé
- ✓ Une marge opérationnelle de 28% avec un effet mix / prix qui reste favorable malgré la crise et une bonne maîtrise des frais de structure
- ✓ Une forte réduction des frais financiers liée aux baisses conjointes de la dette et du coût moyen de l'endettement
- ✓ La poursuite de la baisse de la dette

Sur le **second semestre 2009/10**, Pernod Ricard constate et anticipe :

- ✓ Un démarrage du troisième trimestre en forte croissance sur une base de comparaison désormais favorable
- ✓ Une situation toujours difficile en Europe de l'Ouest
- ✓ Une bonne résistance du marché français
- ✓ Une visibilité toujours faible aux Etats-Unis
- ✓ Une tendance au redressement sur certains marchés : Duty Free, Corée du Sud, Europe de l'Est, ...
- ✓ Une poursuite du dynamisme des marchés émergents

Par ailleurs, le renforcement des investissements sur les marques et les marchés stratégiques, demeure une priorité, notamment sur les Etats-Unis et les marchés émergents où le Groupe bénéficie d'une position privilégiée.

Pour Pierre Pringuet, Directeur Général de Pernod Ricard : « **Ces éléments nous permettent de confirmer pour l'ensemble de l'exercice 2009/10, l'objectif d'une croissance interne de +1% à +3% de notre résultat opérationnel courant, avec un renforcement des investissements sur les marques et marchés stratégiques.** »

\* Croissance interne



## **A propos de Pernod Ricard**

Né du rapprochement de Ricard et Pernod en 1975, Pernod Ricard s'est développé tant par croissance interne qu'externe. Les acquisitions de Seagram (2001), d'Allied Domecq (2005) et celle récente de Vin&Sprit (2008) ont fait du Groupe le co-leader mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 7 203 millions d'euros en 2008/09. Pernod Ricard possède l'un des portefeuilles de marques les plus prestigieux du secteur : la vodka Premium Absolut, le pastis Ricard, les scotch whiskies Ballantine's, Chivas Regal et The Glenlivet, l'Irish Whiskey Jameson, le cognac Martell, le rhum Havana Club, le gin Beefeater, les liqueurs Kahlúa et Malibu, les champagnes Mumm et Perrier-Jouët ainsi que les vins Jacob's Creek et Montana. Pernod Ricard s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 filiales «Propriétaires de Marques» et de 70 filiales de «Distribution» présentes sur chaque marché-clé, représentant près de 19 000 collaborateurs. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable de ses produits. Pernod Ricard est coté sur NYSE Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40.

**Prochain rendez-vous** : Chiffre d'affaires 3<sup>ème</sup> trimestre 2009/10 – jeudi 29 avril 2010

Retrouver le diaporama sur le 1<sup>er</sup> semestre 2009/10 et le rapport financier semestriel 2009/10 sur [www.pernod-ricard.com](http://www.pernod-ricard.com)

## *Contacts Pernod Ricard*

Olivier CAVIL / Directeur de la Communication

T : +33 (0)1 41 00 40 96

Denis FIEVET / Directeur, Communication Financière & Relations Investisseurs

T : +33 (0)1 41 00 41 71

Florence TARON / Responsable Relations Presse

T : +33 (0)1 41 00 40 88



**CROISSANCE INTERNE DES MARQUES STRATEGIQUES**

	<b>Croissance interne des volumes (*)</b>	<b>Croissance interne du chiffre d'affaires (*)</b>
Absolut	3%	5%
Chivas Regal	-13%	-6%
Ballantine's	-11%	-13%
Ricard	0%	2%
Martell	-3%	3%
Malibu	-8%	-7%
Kahlua	-7%	-8%
Jameson	4%	7%
Beefeater	-5%	-2%
Havana Club	-6%	-1%
The Glenlivet	-1%	0%
Jacob's Creek	-10%	-6%
Mumm	-13%	-11%
Perrier Jouet	-12%	-16%
Montana	-4%	-4%
<b>15 marques stratégiques</b>	<b>-5%</b>	<b>-3%</b>

(\*) Croissance interne sur Absolut : d'août à décembre



**COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE SEMESTRIEL**

(En millions d'euros)	31/12/2008	31/12/2009	Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>4 212</b>	<b>3 789</b>	<b>-10%</b>
<b>Marge brute après coûts logistiques</b>	<b>2 503</b>	<b>2 263</b>	<b>-10%</b>
Frais publi-promotionnels	-731	-642	-12%
<b>Contribution après frais publi- promotionnels</b>	<b>1 772</b>	<b>1 621</b>	<b>-9%</b>
Frais commerciaux et généraux	-576	-559	-3%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1 196</b>	<b>1 062</b>	<b>-11%</b>
Résultat financier courant	-339	-246	-27%
Impôt sur les bénéfices courant	-169	-157	-7%
Résultat net des activités abandonnées, intérêts des minoritaires et quote-part dans le résultat des MEE	-3	-10	201%
<b>Résultat net courant part du Groupe</b>	<b>685</b>	<b>648</b>	<b>-5%</b>
Autres produits et charges opérationnels	-133	-93	-30%
Eléments financiers non courants	-46	18	-140%
Impôt sur les bénéfices non courant	109	31	-72%
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>615</b>	<b>604</b>	<b>-2%</b>
Résultat net part des minoritaires	11	11	4%
<b>Résultat net</b>	<b>625</b>	<b>615</b>	<b>-2%</b>





**EFFET DEVICES**

Effet devises à fin décembre 2009/10 (en millions d'euros)		Evolution des taux moyens			Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC	
		2008/09	2009/10	%			
Bolivar vénézuélien	VEF	3,03	8,56	182,9%	(74,6)	(41,6)	
Dollar américain	USD	1,41	1,45	3,1%	(21,5)	(13,4)	
Rouble russe	RUB	36,22	44,18	21,9%	(17,5)	(10,1)	
Peso mexicain	MXN	16,35	19,13	17,0%	(20,5)	(5,1)	
Yuan chinois	CNY	9,65	9,93	2,9%	(7,3)	(3,9)	
Hryvnia ukrainien	UAH	7,87	11,89	51,1%	(6,4)	(3,1)	
Roupie indienne	INR	64,82	69,06	6,5%	(9,3)	(2,8)	
Zloty polonais	PLN	3,54	4,18	18,2%	(9,7)	(2,2)	
Dollar australien	AUD	1,83	1,67	-8,6%	11,9	(1,9)	
Won coréen	KRW	1,70	1,75	3,0%	(3,4)	(1,2)	
Baht thaïlandais	THB	48,41	48,91	1,0%	(0,8)	(0,2)	
Dollar néo-zélandais	NZD	2,20	2,08	-5,5%	3,8	0,1	
Dollar canadien	CAD	1,58	1,57	-0,8%	0,9	0,3	
Real brésilien	BRL	2,75	2,62	-4,9%	3,8	0,8	
Rand sud-africain	ZAR	12,39	11,12	-10,2%	3,6	1,9	
Couronne suédoise	SEK	9,86	10,38	5,3%	(4,0)	3,2	
Livre sterling	GBP	0,82	0,89	8,6%	(17,7)	6,3	
Ecart de conversion / couvertures de change						(29,4)	
Autres devises						(15,4)	1,5
<b>Total</b>						<b>(184,0)</b>	<b>(100,6)</b>



## BILAN CONSOLIDE SEMESTRIEL

Actif (En millions d'euros)	30/06/2009	31/12/2009
<b>En valeurs nettes</b>		
<b>Actifs non courants</b>		
Immobilisations incorporelles et goodwill	16 199	16 168
Immobilisations corporelles et autres actifs	1 940	1 922
Actifs d'impôt différé	1 115	1 105
<b>Actifs non courants</b>	<b>19 253</b>	<b>19 196</b>
<b>Actifs courants</b>		
Stocks et créances (*)	4 916	5 286
Trésorerie et équivalents de trésorerie	520	768
<b>Actifs courants</b>	<b>5 435</b>	<b>6 054</b>
Actifs destinés à être cédés	178	32
<b>Total actifs</b>	<b>24 867</b>	<b>25 282</b>

(\*) après cessions de créances de :

351	616
-----	-----

Passif (En millions d'euros)	30/06/2009	31/12/2009
<b>Capitaux propres Groupe</b>	7 423	8 094
Intérêts minoritaires	185	200
Dont résultat tiers	21	11
<b>Capitaux propres</b>	<b>7 608</b>	<b>8 294</b>
Provisions non courantes et passifs d'impôt différé	3 142	3 201
Emprunts obligataires	2 540	2 530
Dette financière et dérivés non courants	8 742	8 110
<b>Total passifs non courants</b>	<b>14 425</b>	<b>13 842</b>
Provisions courantes	312	258
Dettes d'exploitation et dérivés	2 096	2 229
Dette financière	366	659
<b>Total passifs courants</b>	<b>2 774</b>	<b>3 147</b>
Passifs destinés à être cédés	60	0
<b>Total passifs et capitaux propres</b>	<b>24 867</b>	<b>25 282</b>



**VARIATION DE LA DETTE NETTE**

(En millions d'euros)	31/12/2008 6 mois	31/12/2009 6 mois
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>1 185</b>	<b>1 099</b>
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	-166	-202
Résultat Financier et impôts cash	-397	-312
Acquisitions nettes d'immobilisations non financières	-92	-59
<b>Free Cash Flow</b>	<b>530</b>	<b>526</b>
Cessions/acquisitions actifs financiers et divers	-27	57
Incidence des variations du périmètre de consolidation	-5 994	2
Dividendes, acquisition titres auto-contrôle et autres	-292	-126
<b>Diminution (augmentation) de l'endettement (avant effet devises)</b>	<b>-5 784</b>	<b>458</b>
Incidence des écarts de conversion	-1 030	107
<b>Diminution (augmentation) de l'endettement (après effet devises)</b>	<b>-6 813</b>	<b>566</b>
Endettement net à l'ouverture de l'exercice	-6 143	-10 888
Endettement net à la clôture de l'exercice	-12 956	-10 323

**RESULTAT NET COURANT PART DU GROUPE PAR ACTION**

	31/12/2008 6 mois	31/12/2009 <sup>(1)</sup> 6 mois	31/12/2009 6 mois	Variation	Variation <sup>(2)</sup>
<b>En milliers d'actions</b>					
Nombre moyen d'actions pondéré (prorata)	219 716	237 616	263 874		
Nombre d'actions auto-détenues	-1 460	-1 579	-1 258		
Effet dilutif des stock options	1 784	1 927	2 053		
<b>Nombre d'actions pour le calcul du BPA</b>	<b>220 039</b>	<b>237 963</b>	<b>264 669</b>	<b>11%</b>	<b>11%</b>
<b>En millions d'euros</b>					
Résultat net courant	685	685	648	-5%	6%
<b>En euros par action</b>					
<b>Résultat net courant par action dilué</b>	<b>3,11</b>	<b>2,88</b>	<b>2,45</b>	<b>-15%</b>	<b>-5%</b>

(1) : le calcul pour S1 08/09 a été rendu comparable en intégrant l'impact de l'augmentation de capital de mai 2009 et de l'attribution d'actions gratuites de novembre 2009

(2): à taux de change constants



## RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR ZONE GEOGRAPHIQUE

### Monde

(en millions d'euros)	Semestre 1 2008/09	Semestre 1 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	4 212 100,0%	3 789 100,0%	(423) -10%	(121) -3%	(119) -3%	(184) -4%
Marge brute après coûts logistiques	2 503 59,4%	2 263 59,7%	(240) -10%	(41) -2%	(47) -2%	(152) -6%
Frais publi-promotionnels	(731) 17,3%	(642) 17,0%	88 -12%	44 -6%	14 -2%	30 -4%
Contribution après PP	1 772 42,1%	1 621 42,8%	(151) -9%	3 0%	(33) -2%	(121) -7%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1 196 28,4%</b>	<b>1 062 28,0%</b>	<b>(134) -11%</b>	<b>(4) 0%</b>	<b>(30) -2%</b>	<b>(101) -8%</b>

### Asie / Reste du monde

(en millions d'euros)	Semestre 1 2008/09	Semestre 1 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 130 100,0%	1 145 100,0%	15 1%	28 3%	(4) 0%	(9) -1%
Marge brute après coûts logistiques	641 56,7%	635 55,4%	(7) -1%	2 0%	(5) -1%	(4) -1%
Frais publi-promotionnels	(229) 20,3%	(209) 18,2%	21 -9%	17 -7%	0 0%	4 -2%
Contribution après PP	412 36,4%	426 37,2%	14 3%	19 5%	(5) -1%	0 0%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>288 25,4%</b>	<b>305 26,7%</b>	<b>18 6%</b>	<b>21 8%</b>	<b>(3) -1%</b>	<b>(1) 0%</b>

### Amériques

(en millions d'euros)	Semestre 1 2008/09	Semestre 1 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 181 100,0%	1 000 100,0%	(181) -15%	(7) -1%	(57) -5%	(117) -10%
Marge brute après coûts logistiques	736 62,3%	621 62,1%	(114) -16%	5 1%	(19) -3%	(101) -14%
Frais publi-promotionnels	(199) 16,8%	(172) 17,2%	26 -13%	(5) 3%	12 -6%	19 -10%
Contribution après PP	537 45,5%	449 44,9%	(88) -16%	0 0%	(7) -1%	(82) -15%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>387 32,7%</b>	<b>302 30,2%</b>	<b>(84) -22%</b>	<b>(8) -2%</b>	<b>(6) -1%</b>	<b>(70) -18%</b>

### Europe hors France

(en millions d'euros)	Semestre 1 2008/09	Semestre 1 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	1 497 100,0%	1 247 100,0%	(250) -17%	(134) -10%	(58) -4%	(58) -4%
Marge brute après coûts logistiques	837 55,9%	715 57,4%	(122) -15%	(49) -6%	(23) -3%	(49) -6%
Frais publi-promotionnels	(209) 14,0%	(172) 13,8%	37 -18%	28 -14%	2 -1%	7 -3%
Contribution après PP	628 42,0%	543 43,6%	(85) -14%	(21) -4%	(21) -3%	(42) -7%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>411 27,5%</b>	<b>338 27,1%</b>	<b>(73) -18%</b>	<b>(21) -5%</b>	<b>(20) -5%</b>	<b>(32) -8%</b>

### France

(en millions d'euros)	Semestre 1 2008/09	Semestre 1 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	404 100,0%	397 100,0%	(7) -2%	(7) -2%	(0) 0%	0 0%
Marge brute après coûts logistiques	288 71,3%	291 73,3%	3 1%	1 0%	(0) 0%	2 1%
Frais publi-promotionnels	(94) 23,1%	(89) 22,4%	5 -5%	4 -5%	(0) 0%	0 0%
Contribution après PP	195 48,2%	202 50,9%	8 4%	5 3%	(0) 0%	3 1%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>111 27,4%</b>	<b>116 29,3%</b>	<b>6 5%</b>	<b>4 4%</b>	<b>(1) -1%</b>	<b>3 3%</b>



**DETAIL DU CHIFFRE D'AFFAIRES AU 31 DECEMBRE 2009**

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Semestre 1 2008/09	Semestre 1 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
France	404 9,6%	397 10,5%	(7) -2%	(7) -2%	(0) 0%	(0) 0%
Europe hors France	1 497 35,5%	1 247 32,9%	(250) -17%	(134) -10%	(58) -4%	(58) -4%
Amériques	1 181 28,0%	1 000 26,4%	(181) -15%	(7) -1%	(57) -5%	(117) -10%
Asie / Reste du Monde	1 130 26,8%	1 145 30,2%	15 1%	28 3%	(4) 0%	(9) -1%
<b>Monde</b>	<b>4 212 100,0%</b>	<b>3 789 100,0%</b>	<b>(423) -10%</b>	<b>(121) -3%</b>	<b>(119) -3%</b>	<b>(184) -4%</b>

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 1 2008/09	Trimestre 1 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
France	161 9,1%	157 9,5%	(4) -2%	(4) -3%	0 0%	0 0%
Europe hors France	630 35,9%	520 31,6%	(111) -18%	(66) -11%	(18) -3%	(27) -4%
Amériques	467 26,6%	456 27,7%	(11) -2%	(10) -2%	(2) -1%	2 0%
Asie / Reste du Monde	498 28,4%	514 31,2%	16 3%	15 3%	0 0%	0 0%
<b>Monde</b>	<b>1 756 100,0%</b>	<b>1 646 100,0%</b>	<b>(110) -6%</b>	<b>(65) -4%</b>	<b>(20) -1%</b>	<b>(24) -1%</b>

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 2 2008/09	Trimestre 2 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
France	244 9,9%	240 11,2%	(3) -1%	(3) -1%	(1) 0%	(0) 0%
Europe hors France	867 35,3%	727 33,9%	(140) -16%	(69) -8%	(40) -5%	(31) -4%
Amériques	714 29,1%	544 25,4%	(170) -24%	3 0%	(54) -8%	(119) -17%
Asie / Reste du Monde	632 25,7%	631 29,5%	(1) 0%	13 2%	(4) -1%	(10) -2%
<b>Monde</b>	<b>2 456 100,0%</b>	<b>2 143 100,0%</b>	<b>(314) -13%</b>	<b>(55) -2%</b>	<b>(99) -4%</b>	<b>(160) -7%</b>