



**Croissance interne du chiffre d'affaires (+2%)  
et du résultat opérationnel courant (+4%)  
Réinvestissement marketing significatif  
Nouvelle étape clé dans le désendettement**

- **Chiffre d'affaires : 7 081 M€ (-2%, croissance interne +2%)**
- **Progression des investissements marketing : 1 262 M€ (+2%, croissance interne +5%)**
- **Résultat opérationnel courant : 1 795 M€ (-3%, croissance interne +4%)**
- **Résultat net courant part du Groupe : 1 001 M€ (-1% soit +7% hors effet devises)**
- **Résultat net part du Groupe : 951 M€ (+1%)**
- **Forte génération de cash : Free Cash Flow courant à 1 160 M€**
- **Nette amélioration du ratio Dette Nette<sup>(1)</sup> / EBITDA (taux de change moyens) : 4,9<sup>(2)</sup> au 30/06/10 vs 5,4<sup>(2)</sup> au 30/06/09**

**Communiqué - Paris, 2 septembre 2010**

Le Conseil d'Administration de Pernod Ricard, réuni le 1<sup>er</sup> septembre 2010 sous la présidence de Patrick Ricard, a arrêté les comptes de l'exercice 2009/10, clos au 30 juin 2010.

Pernod Ricard a réalisé une bonne performance sur l'exercice 2009/10, avec :

- ✓ Un retour à la croissance<sup>(3)</sup> de son chiffre d'affaires, après un exercice 2008/09 stable<sup>(3)</sup>
- ✓ Une progression satisfaisante de ses résultats tout en renforçant l'investissement publicitaire derrière ses marques stratégiques
- ✓ Une réduction significative de sa dette de 1 090 millions d'euros, hors écart de conversion

Dans un environnement économique contrasté mais en amélioration globale au second semestre, avec :

- ✓ Une forte croissance dans la plupart des nouvelles économies
- ✓ Une reprise très progressive de la consommation dans un contexte toujours incertain aux Etats-Unis
- ✓ Une situation contrastée en Europe avec quelques signes de reprise mais également l'impact des plans de rigueur
- ✓ Une forte volatilité des devises (en particulier le taux EUR/USD) et des niveaux historiquement bas des taux d'intérêt sur l'EUR et l'USD



## Chiffre d'affaires

Le chiffre d'affaires annuel s'élève à **7 081 M€** (hors droits et taxes), soit un **léger recul de -2%**, qui résulte :

- d'une **croissance interne de +2%**, avec un **fort rebond au second semestre à +9%**,
- d'un **effet devises limité à (50) M€**, soit **-1%** sur l'ensemble de l'exercice alors qu'il atteignait (184) M€ à l'issue du premier semestre,
- et d'un **effet périmètre de -3%**, principalement lié aux cessions de Wild Turkey, Tia Maria et Bisquit et à l'impact de l'arrêt de la distribution de Stolichnaya.

Les **marques du Top 14** (55% du chiffre d'affaires du Groupe), progressent de +2% en volume et de **+4% en valeur<sup>(3)</sup>**. Deux d'entre elles enregistrent une progression<sup>(3)</sup> à deux chiffres, **Martell (+12%)** et **Jameson (+12%)** et sept autres continuent leur croissance<sup>(3)</sup> avec notamment : **The Glenlivet (+7%)**, **Absolut (+6%)**, **Chivas (+5%)** et **Havana Club (+5%)**. En revanche, **Mumm (-7%)** est en recul<sup>(3)</sup> du fait du marché français du champagne particulièrement difficile en CHR.

Parmi les **marques de vins premium prioritaires**, la baisse des ventes de **Jacob's Creek (-5%)<sup>(3)</sup>** reflète notre stratégie de premiumisation sur la marque.

Les **18 marques-clé locales de spiritueux** progressent globalement de **+4% en valeur<sup>(3)</sup>**, avec notamment la poursuite du très fort développement des marques locales de whisky **en Inde** (Royal Stag à +30% et Blender's Pride à +22%), mais aussi le retour à la croissance du scotch premium **Imperial en Corée du Sud (+12%)**.

Les **marques premium<sup>(4)</sup>** représentent **69%** du chiffre d'affaires du Groupe sur l'exercice 2009/10, en hausse de un point par rapport à l'exercice précédent.

Au **4<sup>ème</sup> trimestre 2009/10**, le **chiffre d'affaires** consolidé s'établit à **1 755 M€**, en augmentation de +7%, soit une croissance interne de +3%, un effet devises de +6% et un effet périmètre de -2%. Ce 4<sup>ème</sup> trimestre confirme les tendances observées depuis le début de l'année civile 2010 avec : une forte croissance sur les marchés émergents, un rebond sur certains marchés (Russie, Corée du Sud, Duty Free), une reprise progressive aux Etats-Unis, mais des difficultés persistantes en Europe Occidentale, notamment en Espagne, au RU, en Irlande et plus récemment en Grèce. Les ventes du Groupe sur ce trimestre ont été par ailleurs impactées par les anticipations d'expéditions au 3<sup>ème</sup> trimestre liées aux fêtes de Pâques plus précoces en 2010 qu'en 2009 et à des ventes avant hausses de tarifs ou de droits.

## Marge contributive du portefeuille

La **marge brute (après coûts logistiques)** atteint **4 218 M€**, en **progression de +4%<sup>(3)</sup>**, soit une croissance deux fois plus élevée que celle du chiffre d'affaires. Le **ratio marge brute / chiffre d'affaires** s'améliore très fortement à **59,6% en 2009/10** contre 58,4% sur l'exercice précédent (+115 pdb). Ceci résulte d'un effet mix favorable, des hausses tarifaires (en moyenne +1,8% sur le Top 14) et de la stabilité des coûts.

Les **investissements publi-promotionnels** sont en **hausse de +5%<sup>(3)</sup>** à 1 262 M€. Comme annoncé, Pernod Ricard a accru significativement les investissements derrière ses marques avec un **ratio investissements publi-promotionnels / chiffre d'affaires de 17,8%** à comparer avec 17,2% en 2008/09 et 17,9% avant la crise en 2007/08. Les 3/4 des investissements sont concentrés sur le **Top 14, qui bénéficie d'un ratio investissements publi-promotionnels / chiffre d'affaires de 24%** en 2009/10. Le mix des investissements publi-promotionnels s'est également amélioré en 2009/10, avec une **croissance des médias de +11%<sup>(3)</sup>**.

Au total, la **contribution après frais publi-promotionnels progresse de +4%<sup>(3)</sup>** à 2 956 M€ et représente 41,7% du chiffre d'affaires, en hausse de +50 pdb, par rapport à l'exercice précédent.



## Frais de structure

**Les frais de structure** enregistrent une progression de +3%<sup>(3)</sup>, à 1 160 M€. Hors autres produits et charges, la hausse des frais de structure est limitée à +1%<sup>(3)</sup>, ce qui témoigne des efforts de modération de ses coûts par le Groupe. Par ailleurs, des renforcements du réseau commercial sur les marchés émergents à fort potentiel ont été réalisés. Au total, le **ratio frais de structure / chiffre d'affaires s'établit à 16,4%**, sur l'exercice 2009/10.

## Résultat opérationnel courant

**Le résultat opérationnel courant progresse de +4%<sup>(3)</sup> à 1 795 M€** et le **taux de marge opérationnelle s'élève à 25,4%**, contre 25,6% sur l'exercice précédent.

### Résultat opérationnel courant par région :

- ✓ Croissance interne remarquable de +14% en **Asie/Reste du Monde** qui résulte notamment du dynamisme de Martell en Chine et des marques locales en Inde, de la reprise de l'activité en Corée du Sud et sur les marchés Duty Free et de la forte croissance en Afrique et au Moyen-Orient.
- ✓ Légère progression (+1%<sup>(3)</sup>) de la région **Amériques**, avec une activité globalement stable aux Etats-Unis mais en forte amélioration sur le second semestre. L'Amérique Latine enregistre une bonne progression grâce à Chivas, Absolut et Something Special. La région Amériques est en revanche fortement pénalisée par un effet devises, principalement sur le bolivar vénézuélien.
- ✓ L'**Europe hors France** a été la région la plus touchée par la crise avec un recul de son résultat opérationnel courant de -3%<sup>(3)</sup>. En Europe de l'Ouest, la situation reste difficile (Espagne, Royaume-Uni) même si certains pays progressent comme l'Allemagne ou la Suède, et si les marchés Duty Free sont en reprise. En Europe de l'Est, la Russie et l'Ukraine enregistrent un bon redressement au second semestre mais la situation est plus difficile sur les marques de vodka locales en Pologne.
- ✓ Bonne progression de +7%<sup>(3)</sup> en **France**, grâce aux fortes croissances d'Absolut et d'Havana Club et aux bonnes performances de Ricard et des whiskies (Chivas, Ballantine's, Jameson, Clan Campbell). L'augmentation de la part des marques à fort taux de marge brute et la maîtrise des frais de structure entraînent une hausse significative du résultat opérationnel courant et de la marge opérationnelle.

**Sur l'ensemble de l'exercice 2009/10, l'effet devises sur le résultat opérationnel courant s'établit à (58) M€.** Il résulte exclusivement de la dévalorisation du bolivar vénézuélien.

**L'effet périmètre de (63) M€ sur le résultat opérationnel courant 2009/10** est principalement lié aux cessions de **Wild Turkey** et de **Tia Maria**.

## Résultat net courant

**Le résultat financier** courant est une charge de (497) M€ : (446) M€ correspondent aux frais financiers payés sur la dette auxquels s'ajoutent (11) M€ liés aux frais de structuration du financement et (40) M€ à d'autres charges financières, principalement liées aux engagements de retraite.

**L'impôt** sur les éléments courants est une charge de (271) M€, soit un taux de 20,9% en ligne avec nos anticipations. Enfin, **la part des minoritaires et divers** s'établit à (26) M€.

Au total, **le résultat net courant part du Groupe atteint 1 001 M€**, soit un léger recul de -1% par rapport à l'exercice 2008/09. A taux de change constants, il progresse de +7%.



## Résultat net

Les **autres produits et charges opérationnels non courants s'établissent à (88) M€** avec des moins values nettes sur cessions de (16) M€ (principalement liées aux ventes de Tia Maria et de certains actifs scandinaves et espagnols), des dépréciations d'actifs incorporels de (116) M€ (essentiellement relatives à la marque Kahlua pour -100 M€), des charges de restructuration pour (44) M€ et des autres produits et charges non récurrents pour un montant net global de +88 M€. Les **éléments financiers non courants** constituent une charge de **(10) M€**. Enfin, **l'impôt non courant est un produit de +48 M€**, principalement lié à la déduction des charges non courantes et à l'impact favorable des évolutions des taux des devises (pertes de changes déductibles).

En conséquence, **le résultat net part du Groupe atteint 951 M€, en progression de +1%** par rapport à l'exercice 2008/09.

## Endettement et coût de la dette

**La dette nette au 30 juin 2010 s'établit à 10 584 M€**, soit une baisse faciale limitée à (304) M€ en raison d'un écart de conversion très négatif (taux EUR/USD à 1,23 au 30 juin 2010 vs 1,41 au 30 juin 2009).

**Hors écart de conversion, la baisse de la dette en 2009/10 est très significative (-1 090 M€)** avec :

- une forte génération de Free Cash Flow à 1 110 M€
- des éléments non récurrents d'optimisation du cash :
  - les cessions (Tia Maria, actifs scandinaves ...) pour environ 200 M€
  - un dividende réduit à 0,50 € / action au titre de l'exercice 2008/09

L'évolution du **ratio Dette nette / EBITDA** montre également que l'exercice 2009/10 a constitué une nouvelle étape importante dans le désendettement du Groupe. Ce ratio, calculé en convertissant la dette en autres devises que l'Euro aux cours moyens de l'exercice (notamment taux EUR/USD à 1,39), est en effet passé de **5,4 au 30 juin 2009 à 4,9 au 30 juin 2010**.

Le **coût moyen de la dette** s'est établi à **4,3% sur l'ensemble de l'exercice 2009/10** en nette amélioration par rapport aux 4,8% constatés sur l'exercice précédent. Sur la base des taux d'intérêts actuels, **l'objectif pour l'exercice 2010/11** est de maintenir le coût moyen de la dette à un niveau **inférieur à 5%**.

Pour rappel, le Groupe a lancé avec succès en mars 2010 un **emprunt obligataire de 1 200 M€**

## Dividende : 1,34 € / action

Un dividende de 1,34 € / action au titre de l'exercice 2009/10 sera soumis au vote de l'Assemblée Générale du 10 novembre 2010. Compte tenu de l'acompte de 0,61 € / action versé le 7 juillet 2010, cela correspond à un solde de 0,73 € / action.

Comme annoncé, ce dividende correspond au retour à la politique habituelle de distribution en numéraire d'environ 1/3 du résultat net.



## Conclusion et perspectives

**Pernod Ricard a démontré sa capacité de résistance face à la crise et a poursuivi sa croissance dans les nouvelles économies, tout en restant fidèle à sa stratégie de premiumisation et en privilégiant les investissements à long terme, avec :**

- ✓ Une croissance du résultat opérationnel courant supérieure aux objectifs initiaux et un désendettement significatif
- ✓ Une forte croissance de l'activité (+8%<sup>(3)</sup>) sur les marchés des nouvelles économies
- ✓ Une progression sensible de la marge brute grâce au Top 14, avec un effet prix / mix favorable sur la quasi-totalité des marques-clé
- ✓ Un renforcement des investissements publi-promotionnels derrière les marques stratégiques

Pour Pierre Pringuet, Directeur Général du Groupe : « **Notre performance sur l'exercice 2009/10 a été solide et saine. Pour l'exercice 2010/11, nos priorités restent le développement des marques stratégiques premium, la poursuite d'un niveau d'investissement marketing soutenu et le désendettement du Groupe.** »

Pernod Ricard, conformément à sa pratique, communiquera ses **objectifs de résultats pour l'exercice en cours lors de l'Assemblée Générale Annuelle qui se tiendra le 10 novembre prochain.**

(1) Dette Nette calculée en convertissant la part non libellée en EUR aux taux moyens de l'exercice

(2) Selon méthode Crédit Syndiqué

(3) Croissance interne

(4) Prix de vente consommateur > 17 USD pour le spiritueux et > 5 USD pour le vin



## **A propos de Pernod Ricard**

*Pernod Ricard est le co-leader mondial des Vins et Spiritueux, avec un chiffre d'affaires consolidé de 7 081 millions d'euros en 2009/10. Né en 1975 du rapprochement de Ricard et Pernod, le Groupe s'est développé tant par croissance interne que par acquisitions : Seagram (2001), Allied Domecq (2005) et Vin&Sprit (2008).*

*Pernod Ricard possède l'un des portefeuilles de marques les plus prestigieux du secteur : la vodka Absolut, le pastis Ricard, les Scotch Whiskies Ballantine's, Chivas Regal, Royal Salute 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, Brancott Estate (ex-Montana), Campo Viejo et Graffigna.*

*Le Groupe compte près de 18 000 collaborateurs et s'appuie sur une organisation décentralisée, composée de 6 « Propriétaires de marques » et 70 « Filiales de distribution » présentes sur chaque marché clé. Le Groupe est fortement impliqué dans une politique de développement durable et encourage à ce titre une consommation responsable de ses produits.*

*La stratégie et les ambitions de Pernod Ricard sont fondées sur 3 valeurs clés qui guident son développement : esprit entrepreneur, confiance mutuelle et fort sens éthique.*

*Pernod Ricard est coté sur NYSE Euronext (Mnémo : RI ; Code ISIN : FR0000120693) et fait partie de l'indice CAC 40.*

*Les procédures d'audit ont été effectuées et le rapport de certification est en cours d'émission. L'information réglementée liée à ce communiqué est disponible sur le site web [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 et Communication Externe

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



**CROISSANCE INTERNE DES MARQUES**

	<b>Volumes à fin juin 2008/09</b> (en millions de caisses de 9 litres)	<b>Volumes à fin juin 2009/10</b> (en millions de caisses de 9 litres)	<b>Croissance interne des volumes (*)</b>	<b>Croissance interne du chiffre d'affaires (*)</b>
Absolut	10,2	10,4	6%	6%
Chivas Regal	4,2	4,2	1%	5%
Ballantine's	6,1	5,9	-4%	-4%
Ricard	5,4	5,4	0%	1%
Jameson	2,7	2,9	9%	12%
Malibu	3,4	3,3	-1%	-1%
Beefeater	2,3	2,3	-1%	1%
Kahlua	1,8	1,8	-1%	-1%
Havana Club	3,4	3,5	3%	5%
Martell	1,5	1,6	6%	12%
The Glenlivet	0,6	0,6	5%	7%
Royal Salute	0,1	0,1	6%	1%
Mumm	0,7	0,6	-9%	-7%
Perrier Jouet	0,2	0,2	-2%	0%
<b>Top 14</b>	<b>42,6</b>	<b>42,9</b>	<b>2%</b>	<b>4%</b>
Jacob's Creek	7,8	7,1	-10%	-5%
Brancott Estate	1,2	1,3	7%	6%
Campo Viejo	1,5	1,5	2%	1%
Graffigna	0,3	0,3	7%	37%
<b>Vins premium prioritaires</b>	<b>10,8</b>	<b>10,2</b>	<b>-6%</b>	<b>-2%</b>

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



**COMPTE DE RESULTAT CONSOLIDE SYNTHETIQUE**

(En millions d'euros)	30/06/2009	30/06/2010	Variation
<b>Chiffre d'affaires</b>	<b>7 203</b>	<b>7 081</b>	<b>-2%</b>
<b>Marge brute après coûts logistiques</b>	<b>4 208</b>	<b>4 218</b>	<b>0%</b>
Frais publi-promotionnels	(1 237)	(1 262)	2%
<b>Contribution après frais publi- promotionnels</b>	<b>2 971</b>	<b>2 956</b>	<b>-1%</b>
Frais commerciaux et généraux	(1 125)	(1 160)	3%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1 846</b>	<b>1 795</b>	<b>-3%</b>
Résultat financier courant	(619)	(497)	-20%
Impôt sur les bénéfices courant	(204)	(271)	33%
Résultat net des activités abandonnées, intérêts des minoritaires et quote-part dans le résultat des MEE	(13)	(26)	NA
<b>Résultat net courant part du Groupe</b>	<b>1 010</b>	<b>1 001</b>	<b>-1%</b>
Autres produits et charges opérationnels	(89)	(88)	-1%
Eléments financiers non courants	(71)	(10)	-86%
Impôt sur les bénéfices non courant	96	48	-50%
<b>Résultat net part du Groupe</b>	<b>945</b>	<b>951</b>	<b>1%</b>
Résultat net part des minoritaires	21	27	25%
<b>Résultat net</b>	<b>966</b>	<b>978</b>	<b>1%</b>





**EFFET DEVISES**

Effet devises à fin juin 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	2,95	8,93	203,0%	(112)	(58)	
Dollar américain	USD	1,37	1,39	1,5%	(20)	(19)	
Rouble russe	RUB	40,16	42,05	4,7%	(7)	(4)	
Peso mexicain	MXN	17,39	17,98	3,4%	(7)	(2)	
Yuan chinois	CNY	9,38	9,50	1,3%	(7)	(4)	
Hryvnia ukrainien	UAH	9,23	11,27	22,1%	(5)	(2)	
Roupie indienne	INR	65,19	64,93	-0,4%	1	0	
Zloty polonais	PLN	4,01	4,09	2,2%	(2)	1	
Dollar australien	AUD	1,85	1,58	-14,9%	37	(9)	
Won coréen	KRW	1,75	1,64	-6,1%	15	6	
Baht thaïlandais	THB	47,52	46,14	-2,9%	4	1	
Dollar néo-zélandais	NZD	2,28	1,98	-13,0%	16	0	
Dollar canadien	CAD	1,59	1,47	-7,7%	16	4	
Real brésilien	BRL	2,84	2,50	-11,8%	18	4	
Rand sud-africain	ZAR	12,32	10,56	-14,3%	8	3	
Couronne suédoise	SEK	10,36	10,09	-2,6%	3	(3)	
Livre sterling	GBP	0,86	0,88	2,7%	(10)	5	
Ecart de conversion / couvertures de change						11	
Autres devises						(0)	9
<b>Total</b>					<b>(50)</b>	<b>(58)</b>	

**EFFET PERIMETRE**

Effet périmètre à fin juin 2009/10 (en millions d'euros)	Sur le chiffre d'affaires	Sur le ROC
<b>Total effet périmètre</b>	<b>(201)</b>	<b>(63)</b>



## BILAN CONSOLIDE

<b>Actif</b> (En millions d'euros)	<b>30/06/2009</b>	<b>30/06/2010</b>
<b>(En valeurs nettes)</b>		
<b>Actifs non courants</b>		
Immobilisations incorporelles et goodwill	16 199	17 757
Immobilisations corporelles et autres actifs	1 940	2 083
Actifs d'impôt différé	1 115	1 307
<b>Actifs non courants</b>	<b>19 253</b>	<b>21 148</b>
<b>Actifs courants</b>		
Stocks et créances (*)	4 916	5 217
Trésorerie et équivalents de trésorerie	520	701
<b>Actifs courants</b>	<b>5 435</b>	<b>5 918</b>
Actifs destinés à être cédés	178	42
<b>Total actifs</b>	<b>24 867</b>	<b>27 107</b>

(\*) après cessions de créances de :

351	435
-----	-----

<b>Passif</b> (En millions d'euros)	<b>30/06/2009</b>	<b>30/06/2010</b>
<b>Capitaux propres Groupe</b>	7 423	9 122
Intérêts minoritaires	185	216
Dont résultat tiers	21	27
<b>Capitaux propres</b>	<b>7 608</b>	<b>9 337</b>
Provisions non courantes et passifs d'impôt différé	3 142	3 599
Emprunts obligataires	2 523	2 893
Dette financière et dérivés non courants	8 724	7 300
<b>Total passifs non courants</b>	<b>14 390</b>	<b>13 792</b>
Provisions courantes	312	312
Dettes d'exploitation et dérivés	2 114	3 346
Dette financière	383	317
<b>Total passifs courants</b>	<b>2 809</b>	<b>3 975</b>
Passifs destinés à être cédés	60	2
<b>Total passifs et capitaux propres</b>	<b>24 867</b>	<b>27 107</b>



**VARIATION DE LA DETTE NETTE**

<b>(En millions d'euros)</b>	<b>30/06/2009</b>	<b>30/06/2010</b>
<b>Capacité d'autofinancement</b>	<b>1 782</b>	<b>1 893</b>
Diminution (augmentation) du besoin en fonds de roulement	246	(48)
Résultat Financier et impôts cash	(794)	(573)
Acquisitions nettes d'immobilisations non financières et divers	(197)	(163)
<b>Free Cash Flow</b>	<b>1 037</b>	<b>1 110</b>
Incidence des variations du périmètre de consolidation	(5 933)	12
Cessions/acquisitions actifs et divers	373	91
Dividendes, acquisition titres auto-contrôle et autres	701	(123)
<b>Diminution (augmentation) de l'endettement (avant effet devises)</b>	<b>(3 823)</b>	<b>1 090</b>
Incidence des écarts de conversion	(922)	(786)
<b>Diminution (augmentation) de l'endettement (après effet devises)</b>	<b>(4 746)</b>	<b>304</b>
Endettement net à l'ouverture de l'exercice	(6 143)	(10 888)
Endettement net à la clôture de l'exercice	(10 888)	(10 584)



DETAIL DU CHIFFRE D'AFFAIRES PAR REGION

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Fin juin 2008/09		Fin juin 2009/10		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	735	10,2%	721	10,2%	(14)	-2%	(2)	0%	(12)	-2%	0	0%
Europe hors France	2 417	33,6%	2 176	30,7%	(241)	-10%	(123)	-5%	(99)	-4%	(19)	-1%
Amériques	2 027	28,1%	1 911	27,0%	(116)	-6%	74	4%	(81)	-4%	(109)	-5%
Asie / Reste du Monde	2 023	28,1%	2 273	32,1%	249	12%	181	9%	(9)	0%	77	4%
<b>Monde</b>	<b>7 203</b>	<b>100,0%</b>	<b>7 081</b>	<b>100,0%</b>	<b>(122)</b>	<b>-2%</b>	<b>130</b>	<b>2%</b>	<b>(201)</b>	<b>-3%</b>	<b>(50)</b>	<b>-1%</b>

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Trimestre 4 2008/09		Trimestre 4 2009/10		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	202	12,3%	195	11,1%	(7)	-3%	(7)	-3%	(0)	0%	0	0%
Europe hors France	510	31,0%	490	27,9%	(19)	-4%	(16)	-3%	(21)	-4%	18	3%
Amériques	499	30,3%	543	30,9%	43	9%	35	7%	(12)	-2%	20	4%
Asie / Reste du Monde	435	26,4%	527	30,0%	92	21%	30	7%	(4)	-1%	66	15%
<b>Monde</b>	<b>1 646</b>	<b>100,0%</b>	<b>1 755</b>	<b>100,0%</b>	<b>109</b>	<b>7%</b>	<b>42</b>	<b>3%</b>	<b>(37)</b>	<b>-2%</b>	<b>103</b>	<b>6%</b>

Chiffre d'affaires (en millions d'euros)	Semestre 2 2008/09		Semestre 2 2009/10		Variation		Croissance interne		Effet périmètre		Effet devises	
France	331	11,1%	324	9,8%	(7)	-2%	5	1%	(12)	-4%	0	0%
Europe hors France	920	30,8%	929	28,2%	9	1%	12	1%	(41)	-4%	39	4%
Amériques	846	28,3%	911	27,7%	65	8%	81	10%	(24)	-3%	8	1%
Asie / Reste du Monde	893	29,9%	1 128	34,3%	235	26%	153	18%	(5)	-1%	87	10%
<b>Monde</b>	<b>2 991</b>	<b>100,0%</b>	<b>3 292</b>	<b>100,0%</b>	<b>302</b>	<b>10%</b>	<b>250</b>	<b>9%</b>	<b>(82)</b>	<b>-3%</b>	<b>134</b>	<b>4%</b>



**DETAIL RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR REGION**

**Monde**

(en millions d'euros)	Fin juin 2008/09	Fin juin 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	7 203 100,0%	7 081 100,0%	(122) -2%	130 2%	(201) -3%	(50) -1%
Marge brute après coûts logistiques	4 208 58,4%	4 218 59,6%	10 0%	167 4%	(87) -2%	(70) -2%
Frais publi-promotionnels	(1 237) 17,2%	(1 262) 17,8%	(25) 2%	(64) 5%	22 -2%	17 -1%
Contribution après PP	2 971 41,2%	2 956 41,7%	(15) -1%	102 4%	(65) -2%	(53) -2%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>1 846 25,6%</b>	<b>1 795 25,4%</b>	<b>(51) -3%</b>	<b>69 4%</b>	<b>(63) -3%</b>	<b>(58) -3%</b>

**Asie / Reste du monde**

(en millions d'euros)	Fin juin 2008/09	Fin juin 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	2 023 100,0%	2 273 100,0%	249 12%	181 9%	(9) 0%	77 4%
Marge brute après coûts logistiques	1 136 56,1%	1 263 55,6%	128 11%	107 10%	(14) -1%	34 3%
Frais publi-promotionnels	(383) 18,9%	(424) 18,7%	(41) 11%	(36) 10%	2 -1%	(7) 2%
Contribution après PP	753 37,2%	839 36,9%	87 11%	71 10%	(12) -2%	27 4%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>495 24,5%</b>	<b>566 24,9%</b>	<b>71 14%</b>	<b>66 14%</b>	<b>(10) -2%</b>	<b>15 3%</b>

**Amériques**

(en millions d'euros)	Fin juin 2008/09	Fin juin 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	2 027 100,0%	1 911 100,0%	(116) -6%	74 4%	(81) -4%	(109) -5%
Marge brute après coûts logistiques	1 253 61,8%	1 193 62,4%	(60) -5%	57 5%	(33) -3%	(84) -7%
Frais publi-promotionnels	(346) 17,0%	(332) 17,4%	14 -4%	(23) 7%	16 -5%	21 -6%
Contribution après PP	907 44,8%	861 45,1%	(46) -5%	34 4%	(17) -2%	(63) -7%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>610 30,1%</b>	<b>541 28,3%</b>	<b>(69) -11%</b>	<b>6 1%</b>	<b>(18) -3%</b>	<b>(57) -9%</b>

Reclassement de 26 M€ d'autres produits et charges entre Amériques (-26) et Europe (+26) sur FY 08/09



## DETAIL RESULTAT OPERATIONNEL COURANT PAR REGION

### Europe hors France

(en millions d'euros)	Fin juin 2008/09	Fin juin 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	2 417 100,0%	2 176 100,0%	(241) -10%	(123) -5%	(99) -4%	(19) -1%
Marge brute après coûts logistiques	1 302 53,8%	1 234 56,7%	(68) -5%	(10) -1%	(36) -3%	(21) -2%
Frais publi-promotionnels	(339) 14,0%	(337) 15,5%	2 -1%	(4) 1%	3 -1%	3 -1%
Contribution après PP	963 39,8%	897 41,2%	(65) -7%	(14) -2%	(33) -3%	(18) -2%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>563 23,3%</b>	<b>501 23,0%</b>	<b>(61) -11%</b>	<b>(14) -3%</b>	<b>(30) -5%</b>	<b>(17) -3%</b>

### France

(en millions d'euros)	Fin juin 2008/09	Fin juin 2009/10	Variation	Croissance interne	Effet périmètre	Effet devises
CA HDT	735 100,0%	721 100,0%	(14) -2%	(2) 0%	(12) -2%	0 0%
Marge brute après coûts logistiques	518 70,5%	528 73,2%	10 2%	12 2%	(3) -1%	1 0%
Frais publi-promotionnels	(169) 23,1%	(170) 23,6%	(0) 0%	(0) 0%	0 0%	0 0%
Contribution après PP	348 47,4%	358 49,6%	9 3%	12 3%	(3) -1%	1 0%
<b>Résultat opérationnel courant</b>	<b>178 24,2%</b>	<b>187 25,9%</b>	<b>8 5%</b>	<b>11 7%</b>	<b>(4) -2%</b>	<b>1 1%</b>

Reclassement de 26 M€ d'autres produits et charges entre Amériques (-26) et Europe (+26) sur FY 08/09